

Pressemitteilung

Werhahn mit bestem operativen Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte

- Baustoffe: Geschäftsbereich Natursteine mit verbessertem Ergebnis
- Konsumgüter: Zwilling Küche toppt Umsatzrekord des Vorjahres
- Finanzdienstleistungen: abcfinance und Bank11 mit weiter steigendem Ergebnisbeitrag

Neuss, 22.06.2016 Die Weltwirtschaft verzeichnete 2015 ein moderates Wachstum. Während in vielen Schwellenländern die Konjunktur an Dynamik verlor, belebte sich die Wirtschaft im Euroraum. Die Situation in Deutschland war durch ein solides und stetiges Wachstum gekennzeichnet.

Die Unternehmensbereiche der Werhahn-Gruppe – Baustoffe, Konsumgüter und Finanzdienstleistungen – profitierten von den insgesamt günstigen Rahmenbedingungen. „Das abgelaufene Geschäftsjahr verlief für unsere Unternehmensgruppe sehr erfolgreich. Es wurde das bislang beste operative Ergebnis in unserer 175-jährigen Unternehmensgeschichte erzielt. Bedeutende positive Einmaleffekte führten zu einem zusätzlichen Ergebnisbeitrag. Bereinigt um die Vorjahresumsätze des veräußerten Unternehmensbereichs Back-Produkte wuchs der Umsatz 2015 um 5 %“, so Anton Werhahn, Vorstandssprecher der Werhahn-Gruppe.

Werhahn erwirtschaftete 2015 einen konsolidierten Umsatz von ca. 3,2 Mrd. €, davon 961 Mio. € im Ausland. Die Bilanzsumme beträgt 6,1 Mrd. € und liegt damit um 900 Mio. € über dem Vorjahr. Dieser Anstieg resultiert vor allem aus dem Wachstum des Finanzdienstleistungsbereichs sowie aus der Akquisition des italienischen Kochgeschirrherstellers Ballarini für den Bereich Zwilling Küche. „Das Eigenkapital der Gruppe wuchs um 65 Mio. € auf 1,8 Mrd. €. Der Konzernjahresüberschuss verbesserte sich um 42 Mio. € und liegt jetzt bei 147 Mio. €“, betont Kathrin Dahnke, Finanzvorstand der Werhahn-Gruppe.

Ausblick 2016

Der Jahresauftakt 2016 verlief bislang erwartungsgemäß. Versand-, Umsatz- bzw. Neugeschäftszahlen signalisieren eine Fortsetzung dieser Entwicklung. Der Unternehmensbereich Baustoffe verzeichnet saisontypisch ein planmäßig

niedrigeres Geschäftsvolumen, das im Jahresverlauf aber deutlich zulegen wird. Gleiches gilt für die Entwicklung des Unternehmensbereichs Konsumgüter. Die Finanzdienstleister abcfinance und Bank11 verbuchen in den ersten Monaten 2016 ein steigendes Neugeschäft. Für das Geschäftsjahr 2016 wird aus heutiger Sicht ein um die Einmaleffekte des Vorjahres bereinigtes operatives Ergebnis erwartet. Dieses wird damit in etwa auf dem bereinigten Niveau des Vorjahres liegen.

Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen

Baustoffe: Natursteine

Die Branche profitierte auf den Beschaffungsmärkten von den gesunkenen Preisen für rohölbasierte Einsatzstoffe. Insbesondere Bitumen verbilligte sich erheblich. Damit fielen auch die Erlöse beim Asphaltmischgut niedriger aus. Für den Geschäftsbereich Natursteine bedeutete dies bei leicht rückläufigem Versandvolumen einen Umsatzrückgang von insgesamt 7 % auf 1,25 Mrd. € gegenüber 1,3 Mrd. € im Vorjahr. Der Auslandsanteil sank geringfügig von 11 % auf 10 %. Das operative Ergebnis übertraf dennoch die Erwartungen. Positiv wirkten sich hier einmalige Sondereffekte aus, insbesondere infolge der nunmehr abgeschlossenen Sektoruntersuchung Walzasphalt. Aber auch bereinigt um diese Einmaleffekte verbesserte sich das operative Ergebnis des Natursteinebereichs gegenüber 2014. Maßgeblich hierfür waren die günstigen Einstandskosten für rohölbasierte Einsatzstoffe. Das Auslandsgeschäft zeigte eine uneinheitliche Entwicklung. Während die Gesellschaften in Ungarn, Tschechien und Russland ihre Ergebnisse verbessern konnten, blieben in Polen, Schweden und der Ukraine die Gesellschaften hinter dem Vorjahr zurück.

Baustoffe: Schiefer

Für die Bedachungsbranche war auch 2015 ein schwieriges Jahr. Der Geschäftsbereich Schiefer sah sich im Inland mit einer angespannten Nachfragesituation und einem starken Wettbewerbsdruck konfrontiert. Die für den Schieferbereich wichtigen westeuropäischen Märkte zeigten kein einheitliches Bild und bewegten sich im Spektrum zwischen deutlich anziehender Nachfrage und verringertem Marktvolumen. Insgesamt konnte der Geschäftsbereich Schiefer 2015 seine gute Marktposition im In- und Ausland behaupten. Der Umsatz lag mit gut 68 Mio. € um 3 % unter dem Vorjahresniveau. Das Auslandsgeschäft hingegen stieg um 3 %-Punkte und trug 42 % zu den Gesamterlösen bei.

Konsumgüter: Zwilling Küche

Der Geschäftsbereich Zwilling Küche toppte im Kerngeschäft seinen Rekordumsatz aus 2014 (513 Mio. €) und wuchs auch währungsbedingt um 18 % auf 604 Mio. €. Vor allem in China zog der Umsatz trotz des verlangsamten Wirtschaftswachstums kräftig an. Hier zeigten die Vertriebskanäle Internet und TV-Shopping weiterhin eine dynamische Entwicklung. In Japan verliehen vor allem die nunmehr 27 eigenen Shops dem Geschäft einen Schub, sodass Zwilling trotz des flauen Konsums zulegen konnte. Eine gute Geschäftsentwicklung mit höheren Umsatzerlösen war auch in den USA und Europa zu verzeichnen, hier allerdings auf unterschiedlichem Niveau. In Deutschland brachten nahezu alle Vertriebskanäle kräftig steigende Umsätze. Das Ergebnis lag deutlich über Vorjahr und den Erwartungen. Seit November 2015 gehört auch Ballarini zum Geschäftsbereich Zwilling Küche. Das italienische Unternehmen steht für hochwertige Kochgeschirre aus antihafbeschichtetem Aluminium und bedient damit ein wachstumsträchtiges Marktsegment.

Konsumgüter: Zwilling Beauty Group

Mit seinen Marken Tweezerman und ZWILLING sowie den Sortimenten der QVS-Gruppe generierte der Geschäftsbereich Zwilling Beauty Group erneut einen zweistelligen Umsatzanstieg von 21 % auf 130 Mio. €. Der Umsatzanstieg wurde auch durch positive Wechselkursentwicklungen begünstigt. Die Marke Tweezerman verkaufte sich insbesondere auf dem Heimatmarkt USA gut, erzielte aber auch in Kanada und Europa Zuwächse. Die Beauty-Produkte der Marke ZWILLING erfuhren nicht nur im deutschen Einzelhandel eine große Nachfrage, sondern auch auf den Märkten im übrigen Europa und in Asien. Die QVS-Gruppe profitierte von zahlreichen Vertragsabschlüssen mit wichtigen Neukunden, unter anderem in Frankreich, USA, Chile, Kolumbien und China. Insgesamt übertraf auch der Geschäftsbereich Zwilling Beauty Group die Erwartungen und das Vorjahresergebnis erheblich.

Konsumgüter: Friseurbedarf Jaguar/Tondeo

Der Anbieter von professionellen Friseurartikeln musste vor allem in Europa in einem anhaltend schwierigen Branchenumfeld agieren, da die Friseursalons bei Investitionen zurückhaltend waren. Daher blieb der Umsatz des Geschäftsbereichs mit 28 Mio. € um 4 % hinter dem Vorjahr zurück.

Finanzdienstleistungen: abcfinance

Die Investitionsbereitschaft des deutschen Mittelstands begünstigte das Neugeschäft der Leasinganbieter, sodass der Geschäftsbereich abcfinance seine Position 2015 weiter verbessern und Marktanteile hinzugewinnen konnte. Innovative Produkte, eine intensive Kundenbetreuung und der strategische Ausbau von Partnerschaften führten zu einem Neugeschäftsplus von 27 % auf 945 Mio. €. Das Geschäftsfeld Factoring erlebte erneut ein starkes organisches Wachstum und konnte sein Ankaufvolumen um 16 % auf 2,2 Mrd. € erhöhen. Die Risikoquote verbesserte sich durch den anhaltenden Rückgang der Firmeninsolvenzen, die breite Streuung der Engagements über zahlreiche Branchen sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Das Ergebnis legte weiter deutlich zu.

Finanzdienstleistungen: Bank11

Bank11, Spezialist für die Kfz-Einkaufs- und -Absatzfinanzierung, befindet sich seit der Geschäftsaufnahme 2011 in einer dynamischen Wachstumsphase, die 2015 erneut deutlich über dem Branchendurchschnitt lag. Der Geschäftsbereich steigerte sein Kfz-Neugeschäft um 32 % auf nahezu 1 Mrd. €. Das Kreditvolumen in der Kfz-Finanzierung erhöhte sich um 33 %. Die Zahl der Handelspartner wuchs 2015 von 5.000 auf 6.800. Das Ergebnis verbesserte sich trotz Wachstumskosten weiter.

<< rd. 7.700 Zeichen >>

Werhahn-Gruppe

Werhahn wurde vor 175 Jahren als diversifiziertes Familienunternehmen gegründet. Heute betreibt die Unternehmensgruppe vielfältige Aktivitäten im In- und auch im Ausland in den Bereichen Baustoffe (Natursteine, Schiefer), Konsumgüter (Zwilling Küche, Zwilling Beauty Group, Friseurbedarf Jaguar/Tondeo) sowie Finanzdienstleistungen (abcfinance, Bank11). In den Gesellschaften des mittelständisch geprägten Familienunternehmens sind weltweit rund 9.400 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt

Prof. Dr. Bodo Kirf

DJM Communication GmbH

Tel: 0211 / 63558-115

Mobil: 0172 / 4296762

Fax: 0211 / 63558-117

E-Mail: b.kirf@djm-com.de