

## Pressemitteilung

### Werhahn mit zweitbestem Ergebnis

- Unternehmensbereiche Konsumgüter und Finanzdienstleistungen: Ergebnis überspringt jeweils bisherige Bestmarke
- Geschäftsbereich Zwilling Küche: Treiber bei den Konsumgütern
- Geschäftsbereich Natursteine: Absatzplus bei Rohmaterial und Mischgut

**Neuss, 01.06.2017** Die Werhahn-Gruppe mit ihren Unternehmensbereichen Baustoffe, Konsumgüter und Finanzdienstleistungen wusste das insgesamt freundliche Wirtschaftsklima zu nutzen. „Das operative Ergebnis übertraf leicht unsere Erwartungen. Auch wenn wir plangemäß nicht an das Rekordjahr 2015 heranreichten, haben wir das zweitbeste Ergebnis unserer mehr als 175-jährigen Unternehmensgeschichte erzielt. Getragen von den Unternehmensbereichen Konsumgüter und Finanzdienstleistungen, stieg der Umsatz um 5 %“, so Anton Werhahn, Vorstandssprecher der Werhahn-Gruppe.

Werhahn erwirtschaftete 2016 einen konsolidierten Umsatz von ca. 3,3 Mrd. €, davon 1.054 Mio. € im Ausland. „Die Bilanzsumme stieg um 602 Mio. € auf 6,7 Mrd. €. Dieser Zuwachs geht im Wesentlichen auf das Wachstum der Finanzdienstleister zurück. Beim Eigenkapital verzeichnen wir einen Zuwachs von 61 Mio. € auf gute 1,8 Mrd. €. Der Konzernjahresüberschuss verringerte sich um 42 Mio. € auf jetzt 105 Mio. €“, legt Werhahn-Finanzvorständin Kathrin Dahnke dar.

### Ausblick 2017

„Für 2017 planen wir eine stabile Ergebnisentwicklung auf dem Niveau des Vorjahres. Während die Unternehmensbereiche Baustoffe und Finanzdienstleistungen eine Aufwärtsentwicklung verzeichnen, wird der Konsumgüterbereich das sehr gute Niveau nicht ganz halten können. Von dem Start-Up Yareto, das Mitte 2016 als internetbasierte KFZ-Absatzfinanzierungsplattform im Markt gestartet ist, erwarten wir eine planmäßige Weiterentwicklung“, so Kathrin Dahnke und Anton Werhahn.

## **Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen**

### **Baustoffe: Natursteine**

Zu Jahresbeginn 2016 wirkten sich auf den Beschaffungsmärkten die zunächst weiter gesunkenen Preise für rohölbasierte Einsatzstoffe positiv für die Branche aus. Allerdings verteuerte sich unterjährig insbesondere Bitumen, mit negativen Folgen für die Margenentwicklung bei der Asphaltproduktion. Trotz des gestiegenen Absatzes von Rohmaterial und Mischgut in Deutschland und im Ausland bedeutete dies für den Geschäftsbereich Natursteine einen leichten Umsatzrückgang um 1 % auf 1,24 Mrd. €. Der Auslandsanteil betrug 9,2 % nach 10 % im Vorjahr. Wie erwartet, fiel das operative Ergebnis niedriger aus, da sich u. a. die in 2015 einmaligen Sondereffekte nicht mehr auswirkten. Dennoch schnitt der Geschäftsbereich über dem geplanten Niveau ab. Die Auslandsgeschäfte entwickelten sich insgesamt positiv.

### **Baustoffe: Schiefer**

Auch 2016 war für die Bedachungsbranche kein einfaches Jahr. In Deutschland musste der Geschäftsbereich Schiefer in einem schrumpfenden Markt agieren, vor allem verursacht durch den Rückgang des Baus von Ein- und Zweifamilienhäusern und des Sanierungsgeschäfts. In den wichtigsten westeuropäischen Märkten herrschten unterschiedliche Rahmenbedingungen. Sie begünstigten einerseits ein leichtes Wachstum, sorgten aber andernorts für eine Verschärfung des Wettbewerbs. Mit einer deutlich höheren Absatzmenge konnte der Geschäftsbereich Schiefer in Deutschland seine Marktposition festigen. In den wichtigen Auslandsmärkten gelang sogar ein leichter Ausbau des Marktanteils. Der Umsatz lag mit 71 Mio. € etwas über dem Vorjahr (68 Mio. €); der Auslandsanteil betrug knapp 44 %.

### **Konsumgüter: Zwilling Küche**

Der Geschäftsbereich Zwilling Küche konnte seine Bestmarke erneut überspringen und den Rekordumsatz aus 2015 von 604 Mio. € um 15 % auf 693 Mio. € steigern. Damit wurde er wiederholt zum Wachstumstreiber des Unternehmensbereichs Konsumgüter. Die erfreuliche Entwicklung resultiert aus den sehr gut verlaufenen Kern- und Sondergeschäften. Letztere legten insbesondere in China stark zu, ebenso wie der Online-Handel. Der Absatz über TV-Verkaufskanäle ging dagegen zurück, sodass Zwilling Küche in China insgesamt moderat wuchs. Japans Konsumenten verhielten sich zurückhaltend. Trotzdem wurde hier ein sattes Umsatzplus erzielt, ebenfalls aufgrund starker Sondergeschäfte und eines lebhaften Kerngeschäfts, insbesondere in den eigenen Shops. Auch in den USA war die Entwicklung positiv. Hier punktete Zwilling Küche mit zahlreichen Neukunden und der Eröffnung von drei weiteren

Factory Outlets. In Deutschland profitierte der Geschäftsbereich von der Ballarini-Akquisition. Aber auch ohne diesen Umsatzbeitrag wurde ein Plus gegenüber dem Vorjahr erreicht. In den anderen europäischen Ländern wuchs Zwilling Küche ebenfalls.

### **Konsumgüter: Zwilling Beauty Group**

Nachdem der Geschäftsbereich Zwilling Beauty Group im Vorjahr mit seinen Marken Tweezerman und ZWILLING sowie den Sortimenten der QVS-Gruppe kräftig zugelegt hatte, konnte er 2016 mit 130 Mio. € die Umsatzerlöse auf demselben Niveau halten. QVS schnitt vor allem im Private-Label-Bereich in Deutschland und den USA gut ab; Tweezerman wuchs in den USA, Kanada und Europa moderat. Umsatzrückgänge erfuhr allerdings die Marke ZWILLING. Gesunkene Verkaufszahlen im Touristenfachhandel sowie in China und Russland waren die wesentlichen Ursachen.

### **Konsumgüter: Friseurbedarf Jaguar/Tondeo**

Für den Anbieter von professionellen Friseurartikeln verbesserte sich die Marktsituation auch 2016 nicht. Mit einem Umsatz von 26 Mio. € erreichte der Geschäftsbereich nicht das Vorjahr. Die Reorganisation und Neuausrichtung belasteten das Ergebnis zusätzlich.

### **Finanzdienstleistungen: abcfinance**

Das stabile Konjunkturohoch sorgte 2016 für eine anhaltende Investitionsbereitschaft des deutschen Mittelstands und förderte das Neugeschäft der Leasinganbieter. So konnte der Geschäftsbereich abcfinance seine Wettbewerbsposition weiter ausbauen. Dies gelang durch eine intensive Kundenbetreuung und eine Verstärkung der Vertriebsstruktur, insbesondere im Ausland. Im Geschäftsfeld Leasing steigerte sich das Neugeschäft um 9 %, beim Factoring wuchs das Ankaufvolumen offener Forderungen um 15 %. Insgesamt verzeichnete abcfinance ein Umsatzplus von 8 % und erreichte 1.029 Mio. €. Damit übertraf der Geschäftsbereich deutlich die Planungen. Die gute Risikosituation und ein günstiges Refinanzierungsumfeld unterstützten die erfreuliche Entwicklung.

### **Finanzdienstleistungen: Bank11**

Bank11, spezialisiert auf die KFZ-Einkaufs- und -Absatzfinanzierung, verzeichnete 2016 ein starkes, wieder über dem Branchendurchschnitt liegendes Wachstum und setzte damit den Aufwärtstrend seit Gründung im Jahr 2011 fort. Das KFZ-Neugeschäft erhöhte sich um 24 % auf 1,2 Mrd. €, das Kreditvolumen stieg um 30

%. Die Zahl der Handelspartner wuchs von 6.800 im Vorjahr auf mehr als 8.000. Das Ergebnis verbesserte sich trotz Wachstumskosten weiter.

### **Yareto**

Das Werhahn-Start-Up Yareto ging nach einer kurzen Entwicklungszeit von sechs Monaten bereits am 1. Juli – also einige Monate vor dem geplanten Start – mit einer internetbasierten KFZ-Absatzfinanzierungsplattform in den Markt. Yareto bietet den angeschlossenen KFZ-Händlern die einzigartige Möglichkeit, unter mehreren Banken für deren Kunden, den Autokäufern, das günstigste Finanzierungsangebot anzubieten. Bei Yareto sind z.Zt. bereits 9 Anbieter aktiv. Es liegen derzeit ca. 4.400 Händlervereinbarungen vor, Tendenz weiter steigend. Das erste Geschäftsjahr erfüllte alle Erwartungen.

### **Werhahn-Gruppe**

Werhahn wurde vor mehr als 175 Jahren als diversifiziertes Familienunternehmen gegründet. Heute betreibt die Unternehmensgruppe vielfältige Aktivitäten im In- und auch im Ausland in den Unternehmensbereichen 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 9.800 Mitarbeiter beschäftigt.

### **Pressekontakt**

Prof. Dr. Bodo Kirf  
DJM Communication GmbH  
0211 / 63558-115  
0172 / 4296762  
b.kirf@djm-com.de