

## Werhahn: Geschäftsjahr 2018 mit solider operativer Ergebnisentwicklung

- Finanzdienstleistungen: Erneut mit deutlichem Plus im Neugeschäft
- Baustoffe: Deutliche Umsatzzuwächse
- Konsumgüter: Branchenweite digitale Transformation führte zu Rückgang im Kerngeschäft

**Neuss, 04.07.2019** Die Werhahn-Gruppe blickt auf ein operativ stabiles Geschäftsjahr 2018 zurück. Die Unternehmensbereiche Baustoffe und Finanzdienstleistungen entwickelten sich durchweg positiv, während im Unternehmensbereich Konsumgüter ein Umsatzrückgang zu verzeichnen war. Insgesamt stieg der Umsatz um 5 %, wobei der Finanzdienstleistungsbereich die deutlichsten Zuwächse verzeichnete. Der konsolidierte Umsatz betrug 2018 3,5 Mrd. €, davon erwirtschaftete Werhahn 1,1 Mrd. € im Ausland.

Die Bilanzsumme stieg um 909 Mio. € auf 8,3 Mrd. € an. Das Eigenkapital wuchs um 7 Mio. € auf 1,9 Mrd. €. Das Ergebnis vor Steuern lag bei 105 Mio. € indes deutlich unter dem – aufgrund von Sondereffekten – erfreulich guten Vorjahr. Während sich in 2017 die Erträge aus dem Verkauf der letzten verbliebenen Mehlaktivitäten und Ausschüttungen aus einer Beteiligungsgesellschaft positiv auswirkten, machten sich in 2018 die Schließungskosten des Schieferbergwerks in Mayen, die Aufwendungen für den Verkauf von alessandro sowie ungünstige Währungseffekte bemerkbar. Daneben wurde in die Digitalisierung der Geschäftsbereiche sowie in neue digitale Geschäftsmodelle, wie die Start-ups Yareto und abcfinalab, investiert.

Paolo Dell'Antonio, Sprecher des Vorstands der Werhahn-Gruppe, kommentiert das Ergebnis: „Wir haben in 2018 unseren Fokus geschärft und in die Zukunft unserer Geschäftsmodelle investiert. Wir sind strategisch gut aufgestellt und wollen uns gezielt weiterentwickeln.“ Finanzvorstand Kathrin Dahnke ergänzt: „Nach den besonders erfolgreichen Vorjahren mussten wir für 2018 einen erwarteten Rückgang verzeichnen. Insgesamt war in den Geschäftsbereichen die operative Entwicklung weiterhin erfreulich stabil.“

### Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen

#### Baustoffe: Natursteine

Der Geschäftsbereich Natursteine erzielte aufgrund höherer Absatzmengen und verbesserten Erlösen beim Rohmaterial gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus von 7,2 % (1,4 Mrd. €). Besonders im Ausland, hauptsächlich in Polen und Tschechien, entwickelte sich das Geschäft gut, der Anteil am Rohmaterialabsatz stieg von 28 % auf 30 % und lag damit über den Erwartungen.

Im Inland wuchsen die Rohmaterialmengen ebenfalls, während sich die Mischgutmengen, witterungsbedingt und bei weiterhin intensivem Wettbewerb rückläufig, aber besser als der Gesamtmarkt entwickelten.

### **Baustoffe: Schiefer**

In der weiterhin angespannten Wettbewerbssituation innerhalb der Bedachungsbranche musste der Geschäftsbereich Schiefer im schwierigen Marktumfeld des Steildachs in Deutschland Absatzeinbußen hinnehmen. In seinen wichtigsten Auslandsmärkten konnte der Geschäftsbereich seine Position durchweg festigen. Das Auslandsgeschäft trug mit ca. 47 % zum Gesamtumsatz bei. Insgesamt verfehlte der Umsatz mit 67 Mio. € knapp das Vorjahresergebnis (68 Mio. €).

Nach intensiver Prüfung wurde 2018 das Schieferbergwerk in Mayen geschlossen. Wie vorgesehen endete die Förderung im Moselschiefer-Bergwerk Katzenberg am 31.03.2019. Seitdem wird der erforderliche, untertägige Rückbau durchgeführt.

### **Unternehmensbereich Konsumgüter**

Die grundlegende digitale Transformation hat den gesamten Handel und damit die für den Unternehmensbereich Konsumgüter relevanten Märkte spürbar beeinflusst. Das Informations- und das Kaufverhalten der Kunden, die „Customer Journey“, haben sich, mit Auswirkung auf die Vertriebskanäle, verändert. Insbesondere Zwilling Küche und die Zwilling Beauty Group haben dies erkannt und forcieren die Weiterentwicklung der digitalen Marktstrategien und den damit verbundenen umfassenden Transformationsprozess.

### **Konsumgüter: Zwilling Küche**

Der Geschäftsbereich Zwilling Küche entwickelte sich, bedingt durch den Transformationsprozess im Markt und ungünstige Währungseffekte, in 2018 unter den Erwartungen und unter Vorjahr. Der Umsatz betrug 659 Mio. € und sank, im operativen Geschäft bereinigt, um 2 %.

Am stärksten war diese Entwicklung im chinesischen Markt zu spüren. Erfreulich positiv entwickelte sich der zweitwichtigste Markt in den USA mit einem deutlichen Umsatzplus von 8 %. Ergebnisbelastend wirkten sich die Zukunftsinvestitionen für die Digitalisierung, der Ausbau des Online-Geschäfts sowie die Entwicklung im Bereich Smart Kitchen aus.

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

Der Umsatz der Zwilling Beauty Group lag mit 85 Mio. € leicht unter dem Vorjahresniveau. Auch dieser Geschäftsbereich wurde von der digitalen Transformation beeinflusst. Es gab Rückgänge in wichtigen Kernmärkten, niedrigere Umsätze im Fachhandel und negative Währungskurseffekte. Insgesamt wirkte sich für alle Marken der Zwilling Beauty Group das veränderte Kundenverhalten und damit die Kanalverschiebung vom stationären Handel hin zum Online-Geschäft auf den Umsatz aus. Schließlich war 2018 von der organisatorischen Neuausrichtung und von Investitionen in die Online-Markenpräsenz geprägt.

alessandro, führendes Unternehmen im Bereich Nagelkosmetik, wurde per Dezember 2018 an die WildeGroup, mit Sitz in Oestrich-Winkel, verkauft. Durch den neuen Eigentümer soll alessandro die Chance auf eine zukunftsgerichtete Weiterentwicklung erhalten.

**Konsumgüter: Friseurbedarf Jaguar/Tondeo**

Der Anbieter von professionellen Haarschneide- und -stylingartikeln agierte auch 2018 in einem schwierigen Marktumfeld. Mit 23 Mio. € blieb der Umsatz hinter dem Vorjahr und den Erwartungen zurück. Die 2016 eingeleiteten Maßnahmen zur Neuausrichtung in den Bereichen Supply Chain, Operations und Produktion zeigten indes weiter Wirkung. Zudem startete die Premiummarke Tondeo in 2018 ein innovatives Barbershop-Konzept und bereitete einen grundlegenden Marken-Relaunch vor.

**Finanzdienstleistungen: abcfinance**

Der Geschäftsbereich abcfinance steigerte erneut sein Leasingneugeschäft um 6,1 %. Im Geschäftsfeld Factoring wurden 5,5 % mehr Forderungen angekauft als im Vorjahr. Insgesamt stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs um 7,7 % und erfüllte damit die Erwartungen. Eine hohe Qualität in der Kundenbetreuung und ein gezielter Vertriebsaufbau führten im Wesentlichen zu dieser positiven Weiterentwicklung. Im In- und Ausland konnten weitere Marktanteile hinzugewonnen werden. Positiv wirkten sich zudem günstige Refinanzierungskosten und geringe Ausfallrisiken aus.

Dazu wurde das Portfolio durch Akquisitionen und Beteiligungen erweitert. Hierzu zählen der Erwerb von Anteilen an der CANEI digital AG, einem Start-up für Analyselösungen auf DATEV-Basis für kleine und mittlere Unternehmen, die Übernahme der G.R. Factoring GmbH sowie die Übernahme des Portfolios der Schneiderei GmbH.

**Finanzdienstleistungen: Bank11**

In 2018 wuchs die Bank11 erneut deutlich stärker als der Branchendurchschnitt. Im wettbewerbsintensiven Umfeld steigerte der Spezialist für die Kfz-Einkaufs- und -Absatzfinanzierung sein Neugeschäft auf 1,9 Mrd. €. Das Kreditvolumen nahm um 19,2 % zu und die Zahl der Handelspartner erhöhte sich von rd. 10.000 auf 11.500.

Dabei profitierte die Bank11 von ihrer Innovationskraft und ihrer hohen Serviceorientierung. Seit Mai 2018 sorgte die mit dem ADAC geschlossene strategische Kooperation für zusätzlichen Schub im Bereich der Fahrzeugfinanzierung.

**Start-up: Yareto**

Das Kreditvergleichsportal zur Vermittlung von Kfz-Finanzierungen beim Kfz-Händler ist seit zwei Jahren im Markt vertreten. Das Start-up entwickelte sich in 2018 erneut sehr positiv. Auf yareto.de, Deutschlands bislang einzigem Autokredit-Vergleichsportal für den Handel, hatten sich bis dahin mehr als 9.000 Händler registrieren lassen. Zudem konnte das Start-up Kreditanfragen in Höhe von 188 Mio. € generieren. Yareto baut sein Angebot systematisch weiter aus, um den Wachstumskurs fortzusetzen.

**abcfinlab**

Als weiteres digitales Geschäftsmodell hat die Werhahn-Gruppe die abcfinlab gegründet. In enger Zusammenarbeit mit ihren Kunden entwickelt die abcfinlab nutzerzentrierte digitale Produkte und Geschäftsmodelle im Bereich Leasing und Factoring: vollautomatisiert, beleg- und medienbruchfrei. Damit sollen neue Kundengruppen erschlossen bzw. angesprochen werden.

**Ausblick 2019**

Insgesamt soll in 2019 der Umsatz ansteigen. Insbesondere im Finanzdienstleistungsbereich wird eine spürbar positive Entwicklung erwartet, während in den beiden anderen Unternehmensbereichen, Baustoffe und Konsumgüter, mit einem moderaten Umsatzanstieg gerechnet wird. Auch im laufenden Jahr hat die digitale Transformation hohe Priorität, um die Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe sicherzustellen und auszubauen.

**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 mehr als 10.000 Mitarbeiter beschäftigt.

**Pressekontakt**

Prof. Dr. Bodo Kirf  
DJM Communication GmbH  
0211 / 90223793  
0172 / 4296762  
b.kirf@djm-com.de