

Werhahn mit erfolgreicher Entwicklung im Geschäftsjahr 2020

- Konsumgüter: Umsatz steigt dank gelungener digitaler Transformation deutlich an
- Finanzdienstleistungen: Wachstum setzt sich trotz schwieriger Marktlage fort
- Baustoffe: Umsatzentwicklung nahezu auf hohem Vorjahresniveau

Neuss, 30.06.2021 – Die Werhahn-Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2020. Insbesondere der Unternehmensbereich Konsumgüter entwickelte sich mit einem deutlichen Umsatzplus positiv. Auch der Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen setzte sein Wachstum fort. Im Unternehmensbereich Baustoffe nahm der Umsatz im Vergleich zum hohen Vorjahresniveau leicht ab. Mit einem konsolidierten Umsatz der Werhahn-Gruppe von 3,7 Mrd. € konnte im Geschäftsjahr 2020 ein Umsatzplus von insgesamt 3 % (währungsbereinigt 4 %) im Vergleich zum Vorjahr erreicht werden. 1,2 Mrd. € des Umsatzes erwirtschaftete die Werhahn-Gruppe im Ausland.

Die Bilanzsumme stieg um knapp 800 Mio. € auf insgesamt 10,2 Mrd. € an. Das Eigenkapital nahm im Vergleich zu 2019 um 3 Mio. € zu und liegt bei knapp unter 2 Mrd. €. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 138 Mio. € erkennbar über dem Vorjahreswert.

Paolo Dell' Antonio, Sprecher des Vorstands der Werhahn-Gruppe, zeigte sich angesichts der komplexen Rahmenbedingungen zufrieden: „In dem Geschäftsjahr 2020 haben sich die Werhahn-Geschäftsbereiche insgesamt gut entwickelt. Die Vorteile der Risikostreuung durch Diversifizierung haben sich erneut bestätigt. Dabei haben sich in einer Corona-bedingt schwierigen Zeit die grundlegenden Investitionen der letzten Jahre in Digitalisierung, Prozesse und Geschäftsmodelle als vorteilhaft erwiesen. Es ist den Werhahn-Unternehmen gelungen, aus der Stärke der Gruppe heraus, ihre Chancen zu nutzen und in ihren jeweiligen Märkten positive Impulse zu setzen.“

Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen

Baustoffe: Natursteine

Im Geschäftsbereich Natursteine übertraf der Absatz von Rohmaterial das Vorjahr im In- und Ausland. Die Betriebe in Russland und der Ukraine verzeichneten 2020 sogar einen Absatzrekord. In anderen Auslandsbetrieben konnten die hohen Absätze des Vorjahres nicht ganz erreicht werden. Der Absatz von Mischgut reichte aufgrund geringerer Ausschreibungstätigkeit nicht an das Vorjahresniveau heran. Deutlich niedrigere

Beschaffungskosten für Bitumen sorgten für Preisabschläge im intensiven Wettbewerb. In einem insgesamt rückläufigen Markt verringerte sich der Umsatz des Geschäftsbereichs Natursteine im Vergleich zum Vorjahr leicht um 2 % auf 1,3 Mrd. €. Dabei konnte sich der Geschäftsbereich sowohl beim Rohmaterial als auch im Mischgut erheblich besser als der Markt entwickeln.

Baustoffe: Schiefer

Im Geschäftsbereich Schiefer wuchs der Umsatz 2020 auf 71 Mio. € und übertraf damit den Vorjahreswert. Dieses Umsatzplus konnte überwiegend durch Margen- und Mengensteigerungen im Inland erreicht werden, bedingt durch verstärkte Aufträge zur Sanierung von Steildächern. Im Ausland führte die Corona-Pandemie hingegen teilweise zu mehrwöchigen Baustellenstopps, weshalb der Absatz von Schiefer leicht unter dem Niveau des Vorjahres blieb.

Unternehmensbereich Konsumgüter

Im Unternehmensbereich Konsumgüter stieg der Umsatz in 2020 deutlich um annähernd 14 % im Vergleich zum Vorjahr an. In 2020 haben sich die Konsum- und Einkaufsgewohnheiten der Verbraucher massiv verändert. Der Corona-bedingte Trend zum Homeoffice erhöhte den Stellenwert des eigenen Zuhauses und trug mit dazu bei, dass die Verbraucher mehr Geld in Küche, Haus und Garten investierten. Zu der positiven Entwicklung des Unternehmensbereichs haben entscheidend die bereits in den letzten Jahren getätigten Investitionen in Digitalisierung und neue, innovative Produkte beigetragen.

Konsumgüter: Zwilling Küche

Im Geschäftsbereich Zwilling Küche konnte 2020 ein Rekordumsatz von 744 Mio. € erzielt werden. Umsatzstärkster Markt waren die USA, in denen die lokale Vertriebsgesellschaft ein rasant gestiegenes Online-Geschäft verzeichnete. Das innovative Multichannel-Modell „All ZWILLING“, bei dem eine Schnittstelle zwischen dem Webshop des lokalen Händlers und dem Zwilling-Sortiment hergestellt wird, erwies sich dabei als Erfolgstreiber. Auch in China erreichte Zwilling Küche 2020 ein deutliches Umsatzplus, das auf eine erfolgreiche Strategie im starken Online-Handel zurückzuführen war. In Deutschland entwickelten sich die Vertriebskanäle sehr unterschiedlich. Dort konnten die gestiegenen Umsätze im Online-Geschäft die Corona-bedingten Umsatzeinbußen im stationären Handel nicht ausgleichen.

Konsumgüter: Zwilling Beauty Group

Der Markt für Kosmetik- und Beauty-Produkte nahm im Zuge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 weltweit ab. Die Zwilling Beauty Group konnte sich in diesem Marktumfeld gut behaupten. Viele Verbraucher investierten über Online-Einkäufe in eine eigene Ausstattung an Beauty-Tools, da vielerorts Friseure, Nagelstudios und Beautysalons geschlossen bleiben mussten. In den USA verzeichneten neben Online-Verkäufern auch einige große stationäre

Ladenketten höhere Verkaufszahlen mit Produkten der Zwilling Beauty Group. Mit 82 Mio. € blieb der Umsatz des Geschäftsbereichs nur leicht hinter dem Niveau des Vorjahres zurück.

Konsumgüter: Friseurbedarf Jaguar/Tondeo

Mit seinen für den Fachhandel bestimmten Scheren, Rasiermessern und elektrischen Haarschneidemaschinen erreichte der Geschäftsbereich Jaguar/Tondeo in 2020 eine stabile Geschäftsentwicklung. Der erwirtschaftete Umsatz in Höhe von 22 Mio. € lag nur knapp unter den Vorjahreszahlen. Die Corona-bedingte, zeitweise Schließung der Friseursalons spielte dabei eine entscheidende Rolle. In Deutschland konnten, im Unterschied zu ausländischen Märkten, dank steigender Online-Umsätze die durch den Lockdown verursachten Ausfälle ausgeglichen werden.

Finanzdienstleistungen: abcfinance

Der Geschäftsbereich abcfinance konnte sich vor dem Hintergrund der hohen Unsicherheit in der Kundennachfrage und bei der Risikovorsorge die Geschäftsfelder Leasing und Factoring erfolgreich entwickeln. Im Geschäftsfeld Leasing wurde ein Neugeschäft in Höhe von 1,1 Mrd. € erzielt. Der Rückgang zum Vorjahr um rund 170 Mio. € lag im Branchendurchschnitt und ist angesichts der starken Investitionszurückhaltung geringer ausgefallen als erwartet. Das Volumen im Geschäftsfeld Factoring überstieg die Marke von 3,5 Mrd. €. Die Bestmarke des Vorjahres wurde mit 2,7 % nur knapp verfehlt. Damit zeigt sich, das Factoring als Instrument der Liquiditätsversorgung und des Ausfallschutzes auch in Krisenzeiten unverzichtbar ist. Zugleich hat sich der hohe Digitalisierungsgrad der abcfinance erfolgreich im Kundenservice und in der Automatisierung von Prozessen niedergeschlagen.

Finanzdienstleistungen: Bank11

Der Absatz von Neu- und Gebrauchtfahrzeugen brach in der Corona-Krise deutlich ein. Über das Gesamtjahr verzeichnete der Kfz-Handel einen Rückgang der Verkäufe um ca. 7,5 %. Auf Basis einer gesicherten Refinanzierung durch die unter schwierigen Rahmenbedingungen im Frühjahr platzierten ABS-Transaktionen erwies sich Bank11 erneut als verlässlicher Finanzierungspartner. Der vertriebliche Einsatz zur Unterstützung und Gewinnung neuer Kooperationen und Händler – zum Jahresende ca. 14.700 – und die weiterentwickelte intuitive, digitale Kreditantragsstrecke trugen dazu bei, das Neugeschäft auf mehr als 2,6 Mrd. € und das Kreditvolumen um 20 % zu steigern. Ergänzend zum starken Wachstum eröffnen in 2020 begründete Kooperationen und die Weiterentwicklung innovativer Produkte wie das Auto-Abonnement-Modell "Smive" Perspektiven für die erfolgreiche Fortentwicklung des Geschäftsmodells.

Digitale Geschäftsmodelle

Yareto

Entgegen dem Trend und ungeachtet der schwierigen Marktsituation im deutschen Automobilabsatz konnte das 2016 in den Markt eingetretene Unternehmen Yareto seine Marktposition als führendes Kreditvergleichsportal für den deutschen Kfz-Handel 2020 weiter ausbauen. Das Unternehmen steigerte das vermittelte Kreditvolumen deutlich auf rund 300 Mio. €. Jeder dritte Kfz-Händler in Deutschland ist mittlerweile auf der Plattform registriert. Auch in 2020 konnte Yareto mit innovativen Produkten, wie zum Beispiel dem Leasing für kleine Mittelständler (KM) und dem Händlerkredit, ihre Alles-aus-einer-Hand-Mission für den Deutschen Automobilhandel erfüllen.

abcfilab

Die erst im Jahr 2018 als Entwickler digitaler Finanzprodukte gegründete abcfi lab GmbH konnte im vergangenen Jahr ihre ersten digitalen Leasing- und Factoringprodukte erfolgreich am Markt platzieren. Mit der Applikation "Lease Seven" können Leasingverträge mit und auch ohne persönlichen Kontakt (remote) in wenigen Minuten voll digital abgeschlossen werden. Die Factoringlösung "Cashfox" richtet sich an Kleinstunternehmer und Selbständige und sichert ihnen Liquidität durch den Verkauf ihrer Rechnung einfach, papierlos und mit wenigen Klicks. Neben der direkten Vermarktung konnten zudem auch mehrere Kooperationspartner gewonnen werden.

Ausblick 2021

Vor dem Hintergrund des diversifizierten Portfolios und der soliden Wachstumsdynamik der Werhahn-Gruppe blickt der Konzern zuversichtlich in die Zukunft. Dennoch bleibt die Corona-Pandemie mit ihren Auswirkungen weiterhin ein Unsicherheitsfaktor. Gleichzeitig werden Möglichkeiten und Chancen ergriffen, die Geschäftsbereiche in den Märkten erfolgreich weiterzuentwickeln.

Anfang 2021 wurde mit FiberLean Technologies ein führender Hersteller eines innovativen, nachhaltigen Verbundwerkstoffs im zukunftsorientierten Markt der mikrofibrillierten Cellulose erworben. Im April des laufenden Geschäftsjahres hat sich die Unternehmensgruppe von dem Geschäftsbereich United Salon Technologies (UST), vor dem Hintergrund der begrenzten Marktgröße, getrennt. Auch in den Geschäftsbereichen werden kontinuierlich Entwicklungspotenziale durch beispielsweise neue Produkte oder Geschäftsfelder geprüft. So hat Zwilling Küche im Juni 2021 eine Mehrheitsbeteiligung an SANTOS Grills, einem führenden Grillfachhändler, erworben.

Weiterhin setzt der Konzern innerhalb der Geschäftsbereiche auf den voranschreitenden Trend der Digitalisierung der Arbeitsprozesse und Geschäftsmodelle als nachhaltigen Wachstumstreiber. Zugleich verschafft die anhaltende Stabilität der Gruppe den Geschäftsbereichen der Werhahn KG den Spielraum, sich fokussiert auszurichten, vorhandene Potenziale zu nutzen und sich in den Märkten erfolgreich zu positionieren.

Über die Werhahn-Gruppe

Die Wilh. Werhahn KG wurde vor 180 Jahren als diversifiziertes Familienunternehmen gegründet. Heute betreibt die Unternehmensgruppe vielfältige Aktivitäten im In- und Ausland in den Unternehmensbereichen Baustoffe (Natursteine, Schiefer), Konsumgüter (Zwilling Küche, Zwilling Beauty Group) und Finanzdienstleistungen (abcfinance, Bank11, Yareto) sowie seit 2021 mit dem neuen Unternehmen FiberLean Technologies. In den Gesellschaften des mittelständisch geprägten Familienunternehmens sind weltweit ca. 10.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt

Prof. Dr. Bodo Kirf

Dr. Kai-Nils Eicke

DJM Communication GmbH

0211 / 90223793

0172 / 4296762

0173/ 1761819

b.kirf@djm-com.de