

Werhahn verzeichnet stabiles Geschäftsjahr 2023

- Baustoffe: Vorjahresumsatz erneut übertroffen
- Finanzdienstleistungen: Deutliches Umsatzwachstum zu verzeichnen
- Konsumgüter: Umsatz ggü. Vorjahr spürbar zurückgegangen

Neuss, 28.08.2024 – Die Werhahn-Gruppe verzeichnete bei weltweit deutlich verschlechterten volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Vergleich zum Vorjahr ein leichtes Umsatzwachstum. Im Unternehmensbereich Baustoffe nahm der Umsatz leicht zu, während der Umsatz im Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen das Vorjahresniveau deutlich übertraf. Der Unternehmensbereich Konsumgüter musste erneut einen Umsatzrückgang hinnehmen. Mit einem konsolidierten Umsatz der Werhahn-Gruppe von 4,5 Mrd. € konnte im Geschäftsjahr 2023 ein Umsatzplus von insgesamt 5 % im Vergleich zum Vorjahr erreicht werden. Während der Umsatz im Inland spürbar gesteigert werden konnte, sank der in der Werhahn-Gruppe erwirtschaftete Auslandsanteil des Umsatzes geringfügig auf 32 %.

Die Bilanzsumme stieg erneut um über 1,1 Mrd. € auf insgesamt 13,6 Mrd. € an. Das Eigenkapital nahm im Vergleich zu 2022 geringfügig ab und liegt weiterhin bei gut 2 Mrd. €. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 59 Mio. € erheblich unter dem Wert des Vorjahres. Nahezu alle Unternehmensbereiche waren von besonderen Herausforderungen geprägt. Die konjunkturell bedingte Abschwächung der Nachfrage traf bei hohen Lagerbeständen auf steigende Kosten und Energiepreise sowie erneut gestiegene Risikoaufwendungen und Refinanzierungskosten durch die deutlichen Leitzinserhöhungen, woraus eine starke Belastung der Geschäftsentwicklung resultierte.

Andreas König, Mitglied des Vorstands und CFO der Werhahn-Gruppe: „Das Jahr 2023 war weiterhin geprägt von anhaltenden geopolitischen Unsicherheiten und stellte unsere Unternehmen in allen Geschäftsbereichen vor allem durch gedämpfte Nachfrage, steigende Energiepreise sowie Zinsanstiege, höhere Kreditrisikovorsorge und Währungseffekte vor gravierende Herausforderungen. Neben den daraus resultierenden Umsatz- und Kosteneffekten belasteten auch Wertkorrekturen und Einmaleffekte das Geschäftsjahr. Trotz sehr guter Ergebnisse im Baustoffbereich führten diese Entwicklungen zu einem unbefriedigenden Gesamtergebnis für die Werhahn-Gruppe. Rein operativ lag das Ergebnis – bei sehr heterogener Entwicklung der Geschäftsbereiche – nur leicht unter dem des Vorjahres. Die Unternehmensgruppe zeichnet sich traditionell aufgrund ihrer Diversifikation durch eine hohe Resilienz aus. Die einzelnen Geschäftsbereiche nehmen ihre jeweiligen Herausforderungen fokussiert und mit großem Engagement an. Zusammen mit dem neu formierten Vorstandsteam werden Initiativen konsequent eingeleitet und begleitet, um die Resilienz und Ertragskraft weiter zu stärken, Chancen zu erkennen und zu nutzen.“

Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen

Baustoffe: Natursteine

Trotz eines schwierigen Marktumfelds stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs Natursteine im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 1,6 Mrd. € an.

Der Absatz von Rohmaterial verringerte sich 2023 im Inland leicht und übertraf im Ausland das Vorjahresniveau leicht. Die Mischgutabsätze entwickelten sich aufgrund verringerter Auftragsvergaben und steigender Preise etwas schwächer, lagen aber nur geringfügig unter den Vorjahreswerten. Das Ergebnis hingegen lag trotz des schwierigen Umfelds und geringerer Absatzmengen deutlich über dem Vorjahr. Dafür sorgten erheblich ein konsequentes Kosten- und Margenmanagement, Effizienzsteigerungen sowie die sehr gute Entwicklung der wesentlichen Auslandsmärkte, insbesondere in Polen und Tschechien.

Auch 2023 schreitet die Digitalisierung in den Niederlassungen des Geschäftsbereichs Natursteine stringent voran. Zahlreiche Prozesse in der Produktion und Kundenbetreuung sind über das Kundenportal BAG Cockpit und die mobile Onsite App für Belieferung der Baustelle bereits automatisiert und ausgebaut worden. Darüber hinaus wird der gesamte Angebotsprozess im Vertrieb KI-basiert auf ein neues Effizienzlevel gehoben und damit die Kundenorientierung des Geschäftsbereichs weiter gestärkt.

Baustoffe: Schiefer

Der Geschäftsbereich Schiefer konnte sich in einem herausfordernden bauwirtschaftlichen Umfeld weiterhin erfolgreich behaupten. Der Umsatz des Geschäftsbereichs lag mit 89 Mio. € leicht über dem Vorjahresniveau. Neben der hohen Nachfrage aus dem Ausland – insbesondere in Frankreich, Großbritannien und den Benelux-Staaten – war vor allem auch die Vermarktung von zusätzlichen Produkten aus der erfolgreichen Akquisition des spanischen Produzenten Pizarras La Baña Treiber des Umsatzanstiegs. Die Integration trug erheblich zum positiven Auslandsergebnis bei. Im Inland kam es bei steigenden Produktions- und Beschaffungskosten zu einem leichten Nachfragerückgang im Rahmen der sich abschwächenden Baukonjunktur.

Konsumgüter: Zwilling Küche

Die Geschäftstätigkeit des Geschäftsbereichs Zwilling Küche war 2023 durch große Herausforderungen geprägt. Der Umsatz sank daher im Vergleich zum Vorjahr spürbar auf 813 Mio. €. Insbesondere das zurückhaltende Ausgabeverhalten der Konsumenten, negative Währungseffekte sowie der geplante starke Rückgang des Sondergeschäftes haben zu Belastungen des Kerngeschäftes in China und den USA geführt. In Deutschland erwirtschaftete der Geschäftsbereich trotz schwieriger Rahmenbedingungen ein deutliches Wachstum, das vor allem aus

einem Plus im eigenen Retail und im Online-Handel resultierte. Auch in den anderen europäischen Ländern steigerte Zwilling Küche vor allem den eigenen Online-Umsatz spürbar.

Der Umsatz in dem mit Abstand weltweit stärksten Markt USA lag leicht unter dem Vorjahr. In China herrschten in 2023 erheblich verschlechterte volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen. Die daraus resultierende Verunsicherung der Konsumenten führte zu einer Kaufzurückhaltung in nahezu allen Absatzkanälen und sorgte somit für einen erheblichen Umsatzrückgang. In Deutschland, Europa, Kanada und Japan stieg der Umsatz. In Japan erzielte der Geschäftsbereich ein spürbares Umsatzplus, das vor allem aus einer positiven Entwicklung im eigenen stationären Handel, Online-Handel und im TV-Shopping resultierte.

Im Geschäftsbereich wurde im Geschäftsjahr 2023 ein Transformationsprozess eingeleitet, der die strukturelle Profitabilität nachhaltig deutlich verbessern wird. Unter anderem gehören hierzu eine Komplexitätsreduktion im Sortiment, die Stärkung der Marken sowie die Neuaufstellung der Abläufe in Vertrieb und Organisation.

Konsumgüter: Zwilling Beauty Group

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Zwilling Beauty Group übertraf erneut mit 110 Mio. € den Vorjahreswert. Maßgeblich hierfür waren die gute globale Entwicklung der Premium-Marke „Tweezerman“ in den USA und UK wie auch in einigen neuen Exportmärkten sowie starke Wachstumsraten im Bereich E-Commerce.

In lokaler Währung stieg der Umsatz in den USA, dem mit Abstand wichtigsten Markt, spürbar über das Vorjahresniveau an. Hier erwies sich der Online-Handel als maßgeblicher Wachstumstreiber. Anlässlich des 100-jährigen Disney-Jubiläums wurde in einer Markenkooperation eine limitierte Beauty-Tool-Edition mit Mickey-Mouse- und Minnie-Mouse-Motiven auf den Markt gebracht.

In Deutschland verzeichnete der Geschäftsbereich in 2023 erneut einen kräftigen Umsatzanstieg. Eine erfreuliche Geschäftsentwicklung erzielte der stationäre Handel mit den Premium-Retailern sowie den Retail-Shops und auch die Online-Händler setzten den Wachstumstrend weiter fort.

Finanzdienstleistungen: abcfinance

Trotz weiterhin schrumpfender Wirtschaft zum Jahresende und niedriger Investitionsneigung konnte der Umsatz des Geschäftsbereichs abcfinance mit 1,5 Mrd. € im Vergleich zum Vorjahr um 4 % leicht gesteigert werden. Das Neugeschäft im Segment Leasing konnte leicht auf 1,3 Mrd. € gesteigert werden und verzeichnete zudem eine erfreuliche Margenentwicklung. Das Geschäftsfeld Factoring entwickelte sich nach einem merklichen Neugeschäftsplus in 2022 leicht rückläufig. Infolge der wirtschaftlichen Eintrübung haben die Unternehmenskunden weniger Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum Ankauf angedient. Dennoch konnte der Geschäftsbereich das Factoringergebnis, entgegen höherer

Refinanzierungskosten und erhöhter Risikovorsorge, durch ein erkennbares Margenwachstum moderat steigern.

Weiterhin konnte die Skalierung der digitalen Leasinglösung „Lease Seven“ der abcfinlab erfolgreich ausgebaut werden. Der Anteil der digitalen L7-Verträge im Gesamtportfolio der abcfinance stieg erneut an. Insbesondere die Automatisierungsquote zur Abrechnung der Verträge erhöhte sich im vergangenen Jahr deutlich.

Finanzdienstleistungen: Bank11

Der Umsatz im Kfz-Handel wuchs in 2023 spürbar. Historisch hohe Verbraucherpreise aufgrund von Lieferengpässen bei Neuwagen im Vorjahr konnten sich aufgrund einer verbesserten Verfügbarkeit im Berichtsjahr wieder stabilisieren. Der Geschäftsbereich Bank11 profitierte indes von einem weiter ausgebauten Online-Vertrieb und steigerte das Neugeschäft spürbar auf 3,9 Mrd. €. Das Kreditvolumen stieg um 12,7 % und die Zahl der Handelspartner stieg allein im letzten Jahr um etwa 1.500 auf 19.400 an. Im Vorjahresvergleich wuchs der Umsatz des Geschäftsbereichs mit 376 Mio. € deutlich.

Auch die Bank11 musste einen höheren Risikoaufwand und die mehrfachen deutlichen Leitzinserhöhungen der EZB kompensieren. Die etablierte Zusammenarbeit mit Kfz-Verbänden sowie erfolgreiche Kooperationen, wie z.B. mit dem ADAC im Bereich der Fahrzeugfinanzierung, wirkten sich weiterhin positiv aus. Zudem profitierte die Bank11 weiterhin von ihrer starken Innovationskraft und der schnellen und kompetenten Betreuung von Kfz-Händlern und deren Kunden.

Yareto

Die leichte Erholung des Neu- und Gebrauchtwagenmarktes spiegelte sich bei Yareto auch in einer Erhöhung des Anfragevolumens gegenüber dem Vorjahr wider. In dem weiterhin fordernden Automobilabsatzmarkt konnte Yareto seine Marktposition als führendes Kreditvergleichsportal für den deutschen Kfz-Handel 2023 mit einem vermittelten Kreditvolumen von rund 300 Mio. € auf dem Vorjahresniveau weiter festigen. Die Anzahl der Händler und Finanzierungspartner konnte erneut ausgebaut werden. Bundesweit betreut das Vertriebsteam von Yareto inzwischen über 15.500 Kfz-Händler, jeder zweite Kfz-Händler in Deutschland ist mittlerweile auf der Plattform registriert.

Ausblick 2024

Die Entwicklung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ist auch im laufenden Geschäftsjahr 2024 herausfordernd. Weltweit ist die konjunkturelle Lage weiterhin verhalten. Zu relevanten Belastungsfaktoren zählen weiterhin die Kostensteigerungen insbesondere in energieintensiven Industrien, das weiterhin hohe Zinsniveau und die hohe Inflation, die sich

negativ auf das Investitions- und Konsumverhalten sowie die Baukonjunktur auswirkt. Trotz dieses anspruchsvollen gesamtwirtschaftlichen Umfelds geht die Unternehmensgruppe auch aufgrund der eingeleiteten Initiativen von einer verbesserten Entwicklung mit leicht steigendem Umsatz aus.

Über die Werhahn-Gruppe

Die Wilh. Werhahn KG wurde vor über 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 FiberLean Technologies. In den Gesellschaften des mittelständisch geprägten Familienunternehmens sind weltweit ca. 10.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt

Dr. Kai-Nils Eicke

DJM Communication GmbH

0211 / 90223793

0173/ 1761819

k.eicke@djm-com.de