

PRESSEMITTEILUNG

12. Februar 2015

WMF Group setzt internationale Wachstumsstrategie erfolgreich fort und präsentiert neuen Markenauftritt

Geislingen/Steige – Für seinen neu formierten Konsumbereich stellt der WMF Konzern auf der diesjährigen Konsumgütermesse Ambiente in Frankfurt/M. einen gänzlich neuen Markenauftritt vor und präsentiert die Marken WMF, Silit und Kaiser erstmals unter dem gemeinsamen Dach der WMF Group. „Der neue Markenauftritt bietet unseren Kunden und Endverbrauchern eine deutlich bessere Orientierung in der Markenwelt der WMF Group“, sagt Peter Feld, Vorstandsvorsitzender der WMF. „Mit diesem klaren Fokus auf unsere Kunden entwickeln wir uns weiter zu einem globalen Markenkonzern und setzen damit eines der wesentlichen, strategischen Kernziele konsequent um.“

Der WMF Konzern hat im Geschäftsjahr 2014 die geplanten Maßnahmen seines strategischen Transformationsprogramms vorangetrieben und konnte daher trotz notwendiger Umstrukturierungen nach vorläufigen Ergebnissen ein Umsatzplus von insgesamt drei Prozent¹ auf 1.024 Mio. Euro erzielen (Vorjahr: 997 Mio. Euro).

„Die Zahlen aus 2014 zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Mein Dank gilt allen Mitarbeitern, die zu diesem erfolgreichen Geschäftsjahr beigetragen haben und die Zukunft der WMF Group aktiv mitgestalten“, so Peter Feld weiter.

Der Geschäftsbereich Globales Konsumgeschäft entwickelt sich stabil und verzeichnete einen Umsatz von 594,0 Mio. Euro (Vorjahr: 593,7 Mio. Euro), obwohl Sondereffekte wie die Sortimentsbereinigung um rund 16.000 Artikel und die Schließung von fast 20 Prozent der ursprünglich 200 Filialen hierin bereits berücksichtigt sind. Im Geschäftsbereich Globales Kaffeemaschinen- und Hotelgeschäft erzielte der WMF Konzern einen Umsatz von insgesamt 426,0 Mio. Euro (Vorjahr: 400,0 Mio. Euro). Dies entspricht einem Umsatzplus von sieben Prozent. Besonders gut entwickelte sich dabei der Absatz von Kaffeemaschinen. Hier lag das Wachstum im Vorjahresvergleich bei acht Prozent.

¹ Alle hier angegebenen Finanzkennzahlen sind vorläufig und bereinigt um den im Vorjahr erfolgten Verkauf der Tochtergesellschaft Princess.



Silit



 **schaerer**



WMF Group

Im Ausland (46 Prozent Umsatzanteil) war der WMF Konzern vor allem auf dem chinesischen Markt sehr erfolgreich und konnte im Geschäftsbereich Globales Konsumgeschäft mit einer Umsatzsteigerung von rund 40 Prozent signifikant zulegen. „Wir sind in China ordentlich vorangekommen und haben die richtigen Maßnahmen ergriffen, um zukünftig deutlich mehr als bisher von dem enormen Potenzial in diesem wichtigen Wachstumsmarkt zu profitieren“, äußert sich Peter Feld.

Über die WMF Group

Die WMF Group ist einer der führenden Premiumhersteller für Besteck, Tisch- und Küchenprodukte sowie für professionelle Kaffeemaschinen. Der Konzern bietet seinen Kunden hochwertige, innovative Produkte, die sich durch einen hohen Designanspruch und herausragende Funktionalität auszeichnen. Mit zahlreichen Innovationen setzt das Unternehmen Maßstäbe und wirkt als wichtiger Impulsgeber im Markt. Das Traditionsunternehmen wurde 1853 in Geislingen/Steige gegründet und ist heute mit über 6000 Mitarbeitern an über 40 Standorten international vertreten.

Für weitere Fragen kontaktieren Sie bitte:

WMF Group

Kai Hummel

Konzernsprecher | Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7331 258167

kai.hummel@wmf-group.com

