



WMF Konzern

Zwischenmitteilung

Der WMF-Konzern steigerte den Umsatz per 30.09.2014 gegenüber Vorjahr um 2 Prozent auf 718,4 Mio. €. Bereinigt um den im Mai 2013 erfolgten Verkauf der Princess Gruppe wurde ein Umsatzwachstum von 4 Prozent erzielt, Wachstumstreiber war das internationale Geschäft (+8 Prozent). Der Auslandsanteil des Umsatzes lag zum Ende des dritten Quartals 2014 bei 47 Prozent. Der Umsatz der einzelnen Geschäfte entwickelte sich wie folgt:

- Im Bereich Filialen lag der zum 30.09.2014 erzielte Umsatz mit 103,0 Mio. € um ein Prozent unter Vorjahr. Der leichte Rückgang erfolgte aufgrund durchgeführter Filialschließungen und Sortimentsbereinigungen.
- Der Umsatz im Bereich Tisch und Küche erhöhte sich aufgrund einer stärkeren internationalen Nachfrage um vier Prozent auf 312,2 Mio. €.
- Im Bereich Elektrokleingeräte ging der Umsatz um 32 Prozent zurück; bereinigt um den Verkauf von Princess stieg der Umsatz mit WMF-Elektrogeräten um 18 Prozent auf 28,5 Mio. €.
- Der Umsatz im Geschäftsbereich Hotel stieg projektbedingt um 6 Prozent auf 56,7 Mio. €.
- Im Bereich Kaffeemaschinen wurde bei stärkeren Inlandsimpulsen ein Umsatzwachstum um sieben Prozent auf 258,7 Mio. € erreicht.

Das per September im WMF Konzern erzielte betriebliche Ergebnis (EBIT) erhöhte sich auf 50,1 Mio. € (Vorjahr 32,1 Mio. €). Der deutliche Ergebnisanstieg ist v.a. auf die im Vorjahr enthaltenen Belastungen durch Princess (-13,6 Mio. €) zurückzuführen. Bereinigt um Princess liegt das EBIT um 10 Prozent über Vorjahr.

Die für die WMF-Gruppe im letzten Konzernlagebericht bzw. im Halbjahresfinanzbericht abgegebenen Prognosen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns haben sich nicht wesentlich geändert.

Im Rahmen der weiteren Umsetzung des strategischen Transformationsprogrammes der WMF Gruppe, bei der es auch zu Anpassungen der Mitarbeiterzahl und von Standorten an veränderte Marktanforderungen kommen soll, führt der Vorstand mit dem Konzernbetriebsrat weiter konstruktive Verhandlungen. Der WMF Konzern wird zu relevanten Anlässen über den Stand der Verhandlungen informieren.

Des Weiteren setzt die WMF-Gruppe eine Straffung ihres Markenportfolios im Rahmen des Transformationsprogramms um. Die WMF hat eine nachhaltige Lösung für ihre Marke Alfi gefunden, die in den vergangenen Jahren stark im Outdoorbereich wachsen konnte. Alfi wurde an die Thermos-Gruppe, den weltweiten Marktführer bei der Herstellung von isolierten Lebensmittel- und Getränkebehältern, verkauft. Der WMF Konzern kann sich damit zukünftig noch stärker auf sein Premiumsegment im Bereich Tisch & Küche sowie bei professionellen Kaffeemaschinen konzentrieren.

Geislingen/Steige, 13. November 2014
Der Vorstand