

Geislingen/Steige, 10. April 2014

### **WMF bringt Transformationsprogramm erfolgreich auf den Weg, Geschäftsjahr 2013 von Sondereffekten überlagert**

- WMF Konzern erzielt Umsatz in Höhe von 1.015 Mio. Euro (Vorjahr: 1.027,3 Mio. Euro)
- Betriebliches Ergebnis (EBIT) verringert sich auf 47,4 Mio. Euro (Vorjahr: 71,4 Mio. Euro)
- Verkauf der Princess Gruppe und Maßnahmen im Rahmen des strategischen Transformationsprogrammes beeinflussen Umsatz- und Ergebnisentwicklung
- Ausblick: Leichte Steigerung bei Umsatz und Ergebnis erwartet

Die Ergebnisse des WMF Konzerns für das Geschäftsjahr 2013 wurden maßgeblich von Sonderthemen belastet. Hierzu zählen zum einen der Verkauf der Princess Gruppe im Mai 2013 sowie zum anderen die Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des strategischen Transformationsprogrammes. Mit der neuen strategischen Ausrichtung will die wmf group die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns stärken und den Erfolg des Geschäftsmodells langfristig sicherstellen. Ziel ist es, das Unternehmen zum weltweiten Marktführer in den Segmenten Tisch & Küche sowie professionelle Kaffeemaschinen zu machen. Die wmf group will dabei die Kundennähe intensivieren, das Wachstum außerhalb Europas beschleunigen, das profitable Wachstum in Europa erhalten, die operative Exzellenz verbessern und eine effiziente Organisation schaffen.

Peter Feld, Vorstandsvorsitzender der WMF: „Mit dem strategischen Transformationsprogramm reagieren wir auf veränderte Marktbedingungen. Vor allem international müssen wir zulegen und unsere Marktposition konsequent ausbauen. Mit dem Ausbau unserer Strukturen in China haben wir hierfür bereits einen wichtigen Grundstein gelegt. Um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, müssen wir künftig deutlich mehr von dem Wachstum in Schwellenländern profitieren.“

Die WMF erzielte im Geschäftsjahr 2013 einen Konzernumsatz in Höhe von 1.015,0 Mio. Euro. Damit lag der Umsatz knapp unter dem Vorjahresniveau von 1.027,3 Mio. Euro. Während das Unternehmen den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr im Inland um zwei Prozent auf 544,7 Mio. Euro steigern konnte, ging dieser im Ausland um fünf Prozent auf 470,3 Mio. Euro zurück. Die Umsatzentwicklung wurde allerdings maßgeblich durch den Mitte des Jahres 2013 getätigten Verkauf der Princess Gruppe beeinflusst. Bereinigt um den Beitrag der Princess Gruppe erzielte die WMF ein Umsatzwachstum von zwei Prozent. Auch das Betriebliche Ergebnis (EBIT) des WMF Konzerns wurde durch Sonderthemen stark belastet und lag daher deutlich unter dem Vorjahreswert. Das EBIT verringerte sich um 34 Prozent auf 47,4 Mio. Euro (Vorjahr: 71,4 Mio. Euro). Die Umsatzrendite verringerte sich auf 4,7 Prozent (Vorjahr: 7,0 Prozent). Die WMF AG erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Jahresergebnis von etwa 25,3 Mio. Euro (Vorjahr: 44,8 Mio. Euro).

WMF AG

Eberhardstraße  
73312 Geislingen/Steige  
Germany

Tel +49 7331 258529  
Fax +49 7331 258061

presse@wmf.de

Maßgeblichen Einfluss auf den Ergebnisrückgang hatten die im Jahr 2013 durchgeführten Maßnahmen zur Bereinigung von Verlustgeschäften, insbesondere der Verkauf der Princess Gruppe, sowie die bereits umgesetzten Maßnahmen im Rahmen des Transformationsprogramms, insbesondere die Sortimentsbereinigung und die Filialstandortoptimierung.

Die Finanzlage des WMF Konzerns ist von einer unverändert guten Eigenkapitalquote geprägt. Diese lag mit 53 Prozent sogar leicht über dem Vorjahreswert von 51 Prozent. Der Mittelbedarf der wmf group konnte vollständig aus dem Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit gedeckt werden.

### **Entwicklung der Geschäftsbereiche**

Im Geschäftsbereich WMF Filialen steigerte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2013 den Umsatz um sieben Prozent auf 156,5 Mio. Euro (Vorjahr: 146,4 Mio. Euro). Im Geschäftsbereich Tisch & Küche belief sich der Umsatz auf 454,9 Mio. Euro (Vorjahr: 443,0 Mio. Euro). Dies entspricht einem Wachstum von drei Prozent. Im Geschäftsbereich Elektrokleingeräte führte der Verkauf der Princess Gruppe zu einem Umsatzausfall von rund 40 Mio. Euro. Vor diesem Hintergrund erreichte der Segmentumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 55,5 Mio. Euro (Vorjahr: 92,5 Mio. Euro). Im Geschäftsbereich Hotel ging der Umsatz um drei Prozent auf 77,0 Mio. Euro zurück (Vorjahr: 79,5 Mio. Euro). Grund für den Umsatzrückgang war eine schwächere Investitionsnachfrage in der Gastronomie und Hotellerie. Der Geschäftsbereich Kaffeemaschinen erzielte einen leichten Umsatzzuwachs um ein Prozent auf 324,1 Mio. Euro (Vorjahr: 321,1 Mio. Euro). Der wichtigste Wachstumstreiber war in diesem Segment das Auslandsgeschäft. Hier konnte die wmf group den Umsatz um drei Prozent steigern.

Im Zuge der Umsetzung des Transformationsprogrammes hat die wmf group die Struktur ihrer Geschäftsbereiche zu Beginn des Geschäftsjahres 2014 optimiert. Dabei hat das Unternehmen die Bereiche WMF Filialen, Tisch & Küche sowie Elektronkleingeräte im Segment „Globales Konsumgeschäft“ zusammengefasst. Als zweites Segment wurde das „Globale Kaffee- und Hotelgeschäft“ eingeführt. Die WMF wird künftig ihre Ergebnisse entsprechend für diese beiden Segmente ausweisen.

### **Ausblick**

Der WMF Konzern erwartet für das Geschäftsjahr 2014 eine leichte Steigerung bei Umsatz und Ergebnis. Dabei geht das Unternehmen davon aus, dass gesamtwirtschaftlich betrachtet keine deutlichen Wachstumsimpulse zu erwarten sind. Der Ausblick berücksichtigt des Weiteren den entfallenden Umsatz durch den Verkauf der Princess Gruppe sowie durch die bereits erfolgten Filialschließungen. Das Ergebnis wird durch die angekündigte Optimierung der Organisationsstruktur

WMF AG

Eberhardstraße  
73312 Geislingen/Steige  
Germany

Tel +49 7331 258529  
Fax +49 7331 258061

presse@wmf.de



Seite 3/3

beeinflusst werden, in deren Rahmen die wmf group die Organisation an das aktuelle Geschäft anpassen wird. Mit dieser dritten Maßnahme innerhalb des Transformationsprogramms wird das Unternehmen flache Strukturen sowie eine effektive Organisation einführen. Neben Einsparungen werden in den Geschäftsjahren 2014 und 2015 auch erhebliche Einmalkosten in noch nicht bezifferbarer Höhe entgegenstehen.

Peter Feld: „Das Jahr 2014 wird im Zeichen unserer strategischen Neuausrichtung und der weiteren Umsetzung unseres Transformationsprogramms stehen. Wir werden dabei die Internationalisierung deutlich beschleunigen und das Profil der Marke WMF durch eine fokussierte Ausrichtung auf unsere Kunden stärken.“

WMF AG  
Unternehmenskommunikation  
Dr. Jörg Hass  
E-Mail: [joerg.hass@wmf.de](mailto:joerg.hass@wmf.de)  
Tel.: +49 7331 258529  
Fax: +49 7331 258061

WMF AG  
Eberhardstraße  
73312 Geislingen/Steige  
Germany

Tel +49 7331 258529  
Fax +49 7331 258061

[presse@wmf.de](mailto:presse@wmf.de)