

12. Februar 2016

WMF Group steigert Wachstum und stärkt Marktpositionen in den USA und Asien

Geislingen/Steige – Die WMF Group hat nach vorläufigen Ergebnissen im Geschäftsjahr 2015 den Umsatz um +4 Prozent auf 1,061 Mrd. Euro deutlich gesteigert. Zu dieser Steigerung hat vor allem das stark wachsende Geschäft im Ausland beigetragen sowie die weltweit ungebremst hohe Nachfrage nach professionellen Kaffeemaschinen. Der Auslandsanteil liegt dabei zum ersten Mal bei 50 Prozent.

Im Geschäftsbereich Globales Kaffeemaschinengeschäft steigerte der WMF Konzern seinen Umsatz erheblich um +13 Prozent auf insgesamt 394 Mio. Euro. Der Geschäftsbereich Globales Konsumgeschäft, der im vergangenen Jahr neu ausgerichtet wurde und den größten Umbau der Konzerngeschichte erfuhr, entwickelte sich dennoch stabil und verzeichnete, bereinigt um Sondereffekte wie z.B. den Verkauf von alfi, ein Umsatzplus von +1 Prozent auf 591 Mio. Euro. Bestandteile der Neuausrichtung waren die Modernisierung von bislang 20 Prozent der eigenen Filialen und die Konzentration der Logistik auf zukünftig zwei Hauptstandorte. Ziel dieser im Jahr 2016 noch fortlaufenden Maßnahmen ist es, die Lieferbereitschaft deutlich zu verbessern und den Fokus deutlich stärker auf die Endverbraucher zu richten. In diesem Jahr sollen weitere 40 Filialen modernisiert werden. Das Logistikprojekt soll im Sommer abgeschlossen werden. Des Weiteren hat das Unternehmen im Jahr 2015 sein Markenprofil durch den ganzheitlichen Auftritt der einzelnen Konsummarken unter dem gemeinsamen Dach der WMF Group erfolgreich geschärft. Hiervon profitierte vor allem die Marke WMF mit einer Umsatzsteigerung von +13 Prozent. Im Globalen Konsumgeschäft wurde darüber hinaus das Online-Geschäft erfolgreich weiterentwickelt. Der Umsatz legte hier um gut über +20 Prozent zu. Im dritten Geschäftsbereich der WMF Group, dem Globalen Hotelgeschäft, erwirtschaftete das Unternehmen 2015 einen Umsatz von 75 Mio. Euro.

Im Rahmen der internationalen Wachstumsstrategie will die WMF Group neben dem asiatischen Markt künftig auch ihre führende Marktposition für Profi-Kaffeemaschinen auf dem US-amerikanischen Markt stärken. Dort ist das Unternehmen seit mehr als zwei Jahrzehnten mit Schaerer USA vertreten. Die WMF Group hat nun den restlichen Anteil von 24,5 Prozent an Schaerer USA erworben und ist damit alleiniger Eigentümer des Unternehmens. „Auf unserem Weg zum globalen Markenkonzern sind die USA neben Asien und Europa ein weiterer bedeutender Absatzmarkt. Als hundertprozentiger



Silit



+ schaeerer



Eigentümer des US-Geschäfts können wir das große Wachstumspotenzial in dieser Region künftig noch besser nutzen“, so Peter Feld, CEO der WMF Group.

Global betrachtet, erzielte die WMF Group im abgelaufenen Geschäftsjahr die größten Wachstumsraten in China. In diesem Markt steigerte der Konzern seinen Umsatz im zurückliegenden Jahr deutlich um +34 Prozent, das dortige Konsumgeschäft wuchs währungsbereinigt um +40 Prozent. Zudem konnte die WMF Group im Jahr 2015 einen weiteren erfolgreichen Schritt in der Internationalisierung ihres Geschäfts vollziehen: Durch das Joint Venture mit Indiens größter Kaffeehauskette Coffee Day, hat sich das Unternehmen frühzeitig einen Platz auf den schnell wachsenden Kaffeemärkten Indien und Südostasien gesichert. „Das Auslandsgeschäft ist eine tragende Säule unseres Erfolgs. Durch die konsequente Expansion in Asien beträgt der Auslandsanteil am Gesamtumsatz mittlerweile erstmalig in der Unternehmensgeschichte 50 Prozent. Wir werden die eingeschlagene Wachstumsstrategie konsequent weiterverfolgen und gezielt in die Internationalisierung unseres Geschäfts investieren“, sagte Peter Feld.

Über die WMF Group

Seit über 160 Jahren stehen die Marken der WMF Group für beste Koch-, Trink- und Esskultur. Jeden Tag verwenden mehrere 100 Millionen Menschen weltweit die Produkte von WMF, Silit und Kaiser zum Zubereiten, Kochen, Essen, Trinken und Backen bei sich zu Hause. Oder sie genießen Kaffeespezialitäten und Speisen, die mit den Produkten der Marken WMF, Schaerer und Hepp in der Gastronomie oder Hotellerie zubereitet werden. Es ist die Leidenschaft unserer Mitarbeiter, Menschen zusammenzubringen, sei es daheim, unterwegs oder im Bereich der gehobenen Gastronomie, um ihnen kostbare und köstliche gemeinsame Momente zu beschenken. Und das mit Produkten, die durch ihr ausgezeichnetes Design, perfekte Funktionalität und beste Qualität Freude auf ein kulinarisches Erlebnis machen. Unser Traditionsunternehmen wurde 1853 in Geislingen an der Steige gegründet. Knapp 6.000 Mitarbeiter beschenken kulinarischen Genuss von über 40 internationalen Standorten aus.

Für weitere Fragen kontaktieren Sie bitte:

WMF Group

Kai Hummel

Konzernsprecher | Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7331 258167

kai.hummel@wmf-group.com