

Berner Unternehmensgruppe

Vorläufiger Jahresabschluss

2009/10: Gewinn trotz Krise gesteigert

Künzelsau, 04. Mai 2010 – Das Geschäft der Berner Unternehmensgruppe, Künzelsau, war im Wirtschaftsjahr 2009/10 (1.4.09-31.3.10) geprägt von den Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise auf die Automobil- und Baubranche. Berner behauptete sich trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und schloss das Krisenjahr laut vorläufigem Jahresabschluss nur mit einem leichten Umsatzrückgang von 3,6 Prozent ab.

Die Berner Gruppe ist einer der führenden europäischen Direktvertreiber im Kleinteile-Geschäft für die professionelle Anwendung im Bau- und Kfz-Handwerk sowie der Industrie. Für die Gruppenbetrachtung werden die beiden Konzerne Berner AG, Künzelsau, und BTI Holding GmbH, Ingelfingen, zusammengefasst.

Im Geschäftsjahr 2009/10 musste die Berner Unternehmensgruppe in Folge der Wirtschaftskrise nur einen geringfügigen Umsatzrückgang hinnehmen. Der Umsatz sank von 888 Mio. Euro auf 856 Mio. Euro. Davon erwirtschaftete die Berner Gruppe 306 Mio. Euro im Inland und 550 Mio. Euro im Ausland. Bereinigt um den Zukauf der Maurer-Gruppe in Österreich ging der Umsatz um 4,6 Prozent zurück. Dagegen konnten Ergebnis und Cashflow im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Die

The Berner Group

Berner AG
Bernerstraße 6
D-74653 Künzelsau
www.berner-group.com

Kontakt:

Sibylle Kolb
Kommunikation International
T +49 (0) 7940 121-632
F +49 (0) 7940 121-11632
sibylle.kolb@berner-group.com
berner-group.com

endgültigen Ergebniszahlen werden zusammen mit dem testierten Abschluss im September dieses Jahres veröffentlicht. „Die Wirtschaftskrise hat in allen europäischen Ländern die Bau- und Kfz-Branche stark in Mitleidenschaft gezogen. Vor diesem Hintergrund sind wir mit der Unternehmensentwicklung zufrieden“, kommentiert CEO Jörn Werner. „Der Berner Unternehmensgruppe ist es gelungen, auch in Zeiten der Krise ihre Marktstellung zu behaupten. Die Entwicklung des Ergebnisses zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Während der Wirtschaftskrise stand die Sicherung der Arbeitsplätze und der Ertragskraft im Vordergrund. „Gerade die Arbeitsplatzsicherung hat für uns als Familienunternehmen eine hohe Priorität“, unterstreicht Werner. „Einzig in Spanien, wo der Markt unter der Wirtschaftskrise stark gelitten hat, mussten wir aus Verantwortung gegenüber dem Gesamtunternehmen Arbeitsplätze abbauen.“ Zum Bilanzstichtag am 31. März 2010 beschäftigte das Unternehmen 7.838 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (8.126 Mitarbeiter zum 31.03.09), 5.034 davon im Außendienst. Der leichte Rückgang der Mitarbeiterzahl liegt darin begründet, dass fluktuationsbedingt offene Stellen nicht wieder besetzt wurden.

Umsatz nach Geschäftsbereichen

Die weltweite Wirtschaftskrise wirkte sich in jedem Land unterschiedlich auf die Bau- und Kfz-Branche aus. Insgesamt erwirtschaftete der Geschäftsbereich Bau mit rund 439 Mio. Euro (2008/09: 462) den größten Anteil am Gesamtumsatz im vergangenen Wirtschaftsjahr. Der Kfz-Bereich trug mit einem Umsatz von 297 Mio. Euro zum

Erfolg der Gruppe bei (2008/09: 310). Der Bereich Chemie entwickelte sich positiv und erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 69 Mio. Euro (2008/09: 63,8). Der Umsatz der übrigen Vertriebskanäle, zu denen unter anderem der Spezialversandhandel und der Industriebereich von Berner Frankreich zählen, belief sich auf rund 51 Mio. Euro (2008/09: 52).

Berner Handelsunternehmen setzen weiter auf Berner GO21

Die 2007 eingeführte Unternehmensstrategie Berner GO21 hat sich bewährt. Im Fokus steht die Konzentration auf ausgewählte attraktive Kundengruppen. Die Entwicklung von Umsatz und Ergebnis belegen, dass die Berner AG damit die richtigen Weichen für eine langfristig erfolgreiche Unternehmensentwicklung und profitables Wachstum gestellt hat. Die Berner Handelsunternehmen erzielten im abgelaufenen Wirtschaftsjahr einen Umsatz von 638,4 Mio. Euro (2008/09: 669,1 Mio. Euro), davon entfallen 115,5 Mio. Euro auf das Inland und 522,9 Mio. Euro (inkl. Hsin Ho) auf das Ausland. Berner Deutschland hat zwar im Umsatz leicht um 4,9 Prozent verloren, arbeitete jedoch weiter an seiner Rentabilität und konnte so das Ergebnis steigern. Berner Frankreich musste sich ebenfalls der Krise beugen und verlor 5,2 Prozent auf nunmehr 180 Mio. Euro Umsatz. Die Ergebnisentwicklung sieht hier jedoch umso erfreulicher aus.

Mit einem Umsatz von 80,9 Mio Euro verzeichnete die italienische Gesellschaft ein Minus von 6,9 Prozent. Berner Spanien leidet weiterhin unter der besonderen Schwere der Krise und verlor 12,2 Prozent Umsatz auf 30,8 Mio. Euro.

Berner Portugal konnte erneut leicht um 1,8 Prozent wachsen. Weiterhin sehr erfreulich entwickelt sich Berner Schweiz: Mit einem Plus von 12 Prozent (7,7 Prozent in Schweizer Franken) wurde ein Umsatz von 21,6 Mio. Euro erreicht. Auch die Region Nord (Dänemark, Schweden, Norwegen) war weiterhin stark von der Krise betroffen und verlor 11,6 Prozent und ging damit auf 34,4 Mio. Euro Umsatz zurück. Innerhalb der Region entwickelt sich jedoch Schweden sehr positiv mit einem Plus von 3,8 Prozent. Die Region West (Niederlande, Belgien, Luxemburg) lag mit 45,4 Mio. Euro nur leicht unter Vorjahr, hier ist Belgien weiterhin sehr erfolgreich und konnte seinen Umsatz erneut steigern. Die Region Südost durch die Verschmelzung mit der Region Ost inzwischen auf zehn Länder (Österreich, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Rumänien, Kroatien, Polen, Türkei, Lettland, Litauen) angewachsen, hielt ihren Vorjahresumsatz bei 90 Mio. Euro. Berner Österreich schloss mit einem Plus von 4,4 Prozent ab und Berner Türkei wuchs überproportional um 29,9 Prozent.

Investitionen in modernste Technik sollen den zukünftigen Erfolg von Berner sicherstellen. Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr investierte das Unternehmen daher 15,5 Mio. Euro in die Erweiterung des Logistikbereichs am Standort St. Julien-du-Sault in Frankreich. Das neue vollautomatische Palettenlager entspricht strengen Umweltstandards und erhielt dafür als erste Logistikplattform in Frankreich das HQE-Gütesiegel der französischen Association Haute Qualité Environnementale.

Berner setzte seine Expansion fort und gründete strategische Partnerschaften wie beispielsweise Berner of

Kuwait. Von dort aus sollen auch die anliegenden Länder wie die Vereinigten Arabischen Emirate, Saudi-Arabien und Bahrain erschlossen werden.

Caramba wird zu alter Stärke geführt

Die Caramba Chemie-Gruppe entwickelte sich erfreulich. Der Umsatz der Chemiedivision stieg von 63,8 Mio. Euro im Wirtschaftsjahr 2008/09 auf 68,9 Mio. Euro, davon entfallen 54,7 Mio. Euro auf das Inland und 14,2 Mio. auf das Ausland. Zur Caramba Chemie-Gruppe zählen neben Maurer auch die Unternehmen Caramba, Wigo und Tegee-Rumler. 2009 erhielt Caramba die Auszeichnung als „Marke des Jahrhunderts“. „Wir wollen die Jahrhundertmarke Caramba wieder zur alten Stärke zurückführen und als führenden Systemanbieter von Chemieprodukten und Dienstleistungen für die Anwendungen Reinigung, Pflege und Wartung in Europa positionieren“, sagt Werner. Ein erster Schritt hierzu war die Einführung der neuen Caramba Profiserie im Juli 2009.

BTI-Konzern baut Vertriebskanäle aus

BTI bietet neben Einzelprodukten auch Systemlösungen, die dem Handwerker die Arbeit auf der Baustelle erleichtern. Der Umsatz des BTI Konzerns sank von 155,2 Mio. Euro 2008/09 auf 148,7 Mio. Euro 2009/10, davon entfallen 135,8 Mio. Euro auf das Inland und 12,9 Mio. Euro auf das Ausland. Gründe für den Umsatzrückgang sind die Schließung der BTI Griechenland und die schwierige Situation der spanischen Tochtergesellschaft. Die BTI Deutschland konnte ihren Umsatz hingegen leicht auf 111,9 Mio. Euro steigern. Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr lag der Fokus des Unternehmens vor allem auf dem Ausbau der

Vertriebskanäle wie E-Commerce und E-Procurement-System sowie dem Katalogversand.

Ausblick

Die Berner Unternehmensgruppe hält an ihrer strategischen Grundausrichtung fest: Im Kerngeschäft, dem Direktvertrieb, fokussiert der Berner Konzern seine Ressourcen auf die attraktivsten Kundengruppen im Bau- und Kfz-Handwerk und richtet sämtliche Marketing- und Vertriebsaktivitäten darauf aus. Darüber hinaus wird das Unternehmen seine Expansion fortsetzen. Die Caramba Chemie-Gruppe wird ihre Vision, der führende Anbieter im Produktbereich Reinigung, Pflege und Wartung zu werden, weiter verfolgen. Mit starken Marken, qualifizierten Mitarbeitern und hoher Entwicklungskompetenz wird dieses Ziel in Angriff genommen.

Der BTI Konzern konzentriert sich darauf, seine Kompetenzen in den bestehenden Märkten zu stärken. So baut die BTI seit der Übernahme des Spezialversenders Krähe den Bereich der Arbeitsbekleidung weiter aus.

„Wir werden auch zukünftig ein konsequentes Kosten- und Margenmanagement betreiben, um eine zufrieden stellende Profitabilität für alle Gesellschaften der Berner Unternehmensgruppe sicher zu stellen und weiter mit Augenmaß durch die Krise zu gehen“, sagt Jörn Werner. „Unser Fokus als Familienunternehmen liegt auf der Sicherung der Arbeitsplätze und der Erhöhung der Profitabilität bei moderatem Wachstum.“

(212 Zeilen, 8.902 Zeichen)