



PRESSEMITTEILUNG

Künzelsau/Köln, 15. Juli 2020

Berner Group wächst im Juni um 13 % gegenüber Vorjahr und erzielt damit einen neuen Rekordumsatz

- Geschäftsjahr 2019/2020 trotz Pandemie auf Vorjahresniveau
- Umsatzanteil im E-Commerce und Call-Center wächst deutlich
- Caramba Gruppe gewinnt Millionenauftrag

Die Berner Group wächst seit dem Ende der coronabedingten Lockdown-Phase zweistellig. Im Juni 2020 erzielte das B2B-Handelsunternehmen mit einem Plus von 13% einen neuen Rekordumsatz von rund 100 Mio. Euro. Das abgeschlossene Geschäftsjahr 2019/2020 (1. April 2019 bis 31. März 2020) hat die Unternehmensgruppe trotz der starken Belastungen durch die Corona-Pandemie und einer mehrmonatigen Lockdown-Periode in zahlreichen europäischen Ländern auf dem Umsatzniveau des Vorjahres abgeschlossen. Der um Konsolidierungseffekte bereinigte Umsatz lag bei 1,062 Mrd. Euro (Vj. 1,067) und ist somit 0,5 % niedriger als im Jahr 2018/2019. „Covid-19 hat auch uns insbesondere im März voll erwischt. In Frankreich, Italien, Portugal und Spanien ist das Geschäft nahezu vollständig zum Erliegen gekommen. Umso wichtiger war es, dass wir in den Monaten davor sehr ordentliche Umsätze erzielt haben und so den Umsatz und das Ergebnis für das Geschäftsjahr gerettet haben“, ordnet Christian Berner, CEO der Berner Group, die Entwicklung ein.

„Die durch Covid-19 ausgelösten Belastungen für die europäische Wirtschaft haben uns zwei wichtige Dinge gezeigt: Als Partner von Profihandwerkern waren und sind wir systemrelevant; wir halten gemeinsam mit unseren Kunden die Welt am Laufen – gerade in Krisenzeiten. Sei es auf dem Bau, in der Autobranche oder der Industrie. Und zweitens: Unser Geschäftsmodell ist sehr gut aufgestellt, weil wir den Kunden über unser Omnichannel-Angebot 24 Stunden lang und an sieben Tagen die Woche bedienen können. Außerdem waren wir in fast allen Märkten ununterbrochen lieferfähig“, sagte Christian Berner.

Während in einigen Branchen wie der Reiseindustrie, Gastronomie oder Hotellerie im April und Mai quasi so gut wie keine Umsätze getätigt werden konnten, hat die Berner Group in den Monaten April und Mai rund 150 Mio. Euro Umsatz erzielt, was einem Rückgang von rund 17 % entsprach. „Seit Juni erleben wir das Ende der Lockdown-Beschränkungen in nahezu allen unseren europäischen Märkten und starke Aufholeffekte vor allem in der Baubranche. Viele Handwerker decken sich mit Verbrauchsmaterialien und C-Teilen bei uns ein, um die Aufträge bei ihren Kunden zu erfüllen“, so CFO Peter Spiltbauer.

Umsatz im Geschäftsfeld Omnichannel-Trading wächst um rund 0,4 %

Im Geschäftsfeld Omnichannel-Trading (Multikanalvertrieb) steigerte die Gruppe mit den Marken Berner und BTI im zu Ende gegangenen Geschäftsjahr die Umsatzerlöse um ca. 0,4 % auf rund 931 Mio. EUR.

Die Marke Berner verzeichnete dabei mit einem Anstieg von 0,8 % das stärkste Wachstum. Hauptumsatzbringer waren die Region Ost mit einem Plus von 3,2 % und die Region Süd mit einem Zuwachs von 2,5 %. Die Region Zentral, zu der neben Deutschland auch die Schweiz zählt, lag 0,9 % knapp hinter den Vorjahresumsätzen. Die BTI schloss das Geschäftsjahr mit mehr als 116 Mio. Euro ab und lag damit ebenfalls nur knapp hinter dem Vorjahr (119 Mio.).

Während 2019/2020 die Geschäfte im Automobilmarkt schwierig blieben (-1,1 %), haben Berner und BTI in der Baubranche die weiterhin guten Wachstumschancen genutzt (+1,2 %).



Kundenverhalten ändert sich seit dem Lockdown

Die Berner Group hat seit Ausbruch der Pandemie ein verändertes Einkaufsverhalten bei ihren B2B-Kunden festgestellt: „Unsere Kunden legen viel Wert auf die Einhaltung der Abstandsregeln und geben ihre Bestellungen vermehrt über unsere elektronischen Einkaufskanäle ein oder rufen den Vertriebsmitarbeiter direkt an. Weil wir in den vergangenen Jahren stark in Web-Shops, Tele-Sales und Call-Center investiert haben, waren wir gut vorbereitet. Nach einem langsamen, aber stetigen Zuwachs in diesen Vertriebskanälen in den Vorjahren, gab es 2019/2020 einen regelrechten Umsatzschub“, sagt Carsten Rumpf, COO der Berner Group.

Der Umsatz aus dem Online-Kanal der Gruppe stieg mit 18,2 % besonders stark an. Damit erzielt das Unternehmen inzwischen bereits fast jeden 10. Euro in diesem Vertriebskanal. Das Call-Center-Geschäft ist im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 6,5 % ebenfalls überproportional angestiegen. „Im laufenden Geschäftsjahr mit den drei starken Monaten April, Mai und Juni hat sich dieser Trend noch verstärkt“, so Rumpf weiter.

Caramba Group stellt Produktion um und holt Umsatz auf

Die Caramba Gruppe, die innerhalb der Berner Group das Geschäftsmodell Spezialchemie betreibt, hat im ersten Quartal 2020/2021 schnell und erfolgreich auf die geänderten Kundenbedürfnisse während der Corona-Krise reagiert. So hat die Duisburger Unternehmenstochter ihre Produktion im Bereich Desinfektionsmittel kurzfristig umgestellt und nach Flächendesinfektionsmitteln auch Handdesinfektionsmittel für berufsmäßige Anwender angeboten. Die Produktionsstätten wurden über mehrere Wochen im Mehrschichtbetrieb gefahren, um die starke Nachfrage zu befriedigen. Außerdem ist die Gruppe aufgrund guter Bezugsquellen vorübergehend in den Handel mit Mund-Nase-Schutzmasken eingestiegen.

„Es ist der Caramba Gruppe innerhalb der Pandemiephase gelungen, einen Turnaround zu schaffen. Im Februar und März gab es deutliche Umsatzrückgänge im Bereich der Spezialchemie. Dank der Umstellung auf Desinfektionsmittelproduktion lagen die Umsätze im April und Mai deutlich über dem Vorjahr“, sagte der zuständige Vorstand, Christoph Möltgen. Das hat zur Folge, dass der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr durch Corona um 5,8 % zurückging. Im jetzt angelaufenen neuen Geschäftsjahr 2020/2021 hat die Caramba Chemiegruppe allerdings den Umsatz um mehr als 3 % im Vergleich zum 1. Quartal des Vorjahres gesteigert. Die Auftragsbücher sind nach wie vor gut gefüllt. Derzeit arbeitet die Caramba Gruppe einen Großauftrag im zweistelligen Millionen-Volumen für einen Kunden ab.

Wachstumsdynamik hält an

„Die Berner Group hat die Corona-Krise bis jetzt gut überstanden. Wir haben unsere Ertragsziele 2019/2020 erreicht und sind im ersten Quartal 2020/2021 profitabel gewachsen. Das macht uns stolz“, so Christian Berner. Die rund dreimonatige Kurzarbeitsphase ist in fast allen Ländern der Gruppe seit Juni beendet. Auf krisenbedingte Entlassungen konnte das Unternehmen bis jetzt verzichten. Die Zahl der Mitarbeiter ist bei rund 8.200 nahezu konstant gegenüber dem Vorjahr. Im Unterschied zu vielen – auch sehr namhaften – deutschen Mittelständlern und Großunternehmen konnte die Berner Group die Folgen der Krise bisher aus eigener finanzieller Kraft bewältigen, ohne das Corona-Hilfsprogramm durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) oder andere Bankenkredite in Anspruch zu nehmen. Die Investitionsoffensive in Höhe von rund 60 Mio. Euro ins Kerngeschäft mit dem Europäischen Zentrallager sowie in den Logistik-Ausbau in Deutschland, in die Forschung bei der Caramba und in die weitere Digitalisierung wurde trotz Corona unverändert fortgeführt.

„Wir haben unsere gute ökonomische Situation in den vergangenen Monaten weiter ausgebaut und abgesichert und unser Kerngeschäft gestärkt, denn wir wollen die Krise nutzen, um unsere Marktposition auszubauen und Marktanteile zu gewinnen. Das war neben der Konzentration auf die aktuelle Umsatzerreichung in schwierigen Zeiten sehr wichtig, weil wir heute nicht wissen, welche Herausforderungen auf die Ökonomie in Europa und der Welt in den nächsten Monaten noch zukommen“, so Christian Berner.



Die Berner Group

Die Berner Group ist ein familiengeführtes europäisches Handelsunternehmen. Unsere Vision lautet: „We keep the world together and moving“. Das heißt, wir sind der zentrale B2B-Handelspartner für alle Materialien im Bereich Wartung, Reparatur und Produktion für unsere Kunden im Bau-, Mobilitäts- und Industriesektor. Mit über vier Kanälen schaffen wir für unsere Kunden ein integriertes Omnichannel-Einkaufserlebnis. Im Bereich von Stahl und C-Teilen sowie im Bereich der Chemie sind wir gleichzeitig innovativer Hersteller. Wir sind mit über 200.000 Artikeln und 8.200 Mitarbeitern in über 23 Ländern für unsere Kunden vertreten.