



PRESSEMITTEILUNG

Künzelsau/Köln, 22. Juni 2021

Berner Group wächst in der Pandemie 2020/21, investiert kräftig und startet mit zweistelligen Zuwächsen ins neue Geschäftsjahr

- 1,2% Umsatzplus trotz dreier Corona-Wellen im abgelaufenen Wirtschaftsjahr
- Bau-Sektor und Chemie wachsen überproportional
- E-commerce Umsatz steigt um rund 30%
- Starker Start in die ersten Monate des neuen Geschäftsjahres

Drei Corona-Wellen, drei Lockdown-Perioden und eine Bundesnotbremse können den Wachstumskurs der BERNER Group im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020/2021 (1. April bis 30. März) nicht stoppen. Der um Konsolidierungseffekte bereinigte Umsatz erreichte 1,061 Mrd. Euro (Vj. 1,048) und lag somit 1,2 % höher als im Vorjahr. Überproportionale Wachstumsraten gab es in den Segmenten Bau und Chemie. Der e-commerce Umsatz im Segment Omnichannel Trading legte um rund 30% auf mehr als 120 Mio. EUR zu. Gleichzeitig stemmte die BERNER Group in der Pandemie Investitionsvorhaben mit einem Gesamtvolumen im hohen zweistelligen Millionenbereich in Logistik, IT und Shops. „Im April und Mai 2020 lagen wir weit hinter dem Vorjahresumsatz. Dass es uns trotzdem gelungen ist, das Jahr mit einem der höchsten Umsätze in der BERNER Historie abzuschließen, macht mich dankbar und stolz. Wir haben in der Pandemie in zahlreichen Ländern sogar Marktanteile gewonnen, weil wir besser vorbereitet waren“, sagt CEO Christian Berner. Der ist auch mit dem Start in das neue Geschäftsjahr zufrieden, denn in den ersten zwei Monaten ist die Unternehmensgruppe zweistellig gewachsen.

„Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern haben wir ein vom Kalenderjahr abweichendes Wirtschaftsjahr. So mussten wir alle drei Corona-Wellen durchstehen. Mit einem Umsatzminus von 30% ging es im April 2020 los und auch der Mai war sehr schwach. Dann zeigte sich aber die Robustheit unserer Geschäftsmodells. Zwischen Juli und Dezember wurden die sechs besten Einzelmonate erreicht, weil unser Außendienst und die elektronischen Verkaufskanäle sich optimal ergänzten. Im September schafften wir mit 105 Mio. Euro den höchsten Monatsumsatz in der Berner Geschichte und fünfmal lag der Monatsumsatz über 100 Mio. Euro. Das abgelaufene Geschäftsjahr war für uns somit das Jahr der Rekorde“, erinnert der CEO an das Ab und Auf der vergangenen 12 Monate.

Maßgeblich getrieben wurde die Umsatzentwicklung ab Mitte Mai 2020 von der Nachfrage in der Bau- (+2,3%) und der Chemiesparte (+4,5%), während die Nachfrage in Automotive mit -1,9% rückläufig war. Trotz der zwischenzeitlichen Turbulenzen bei den Umsatzzahlen, hielt die Unternehmensgruppe an ihren ehrgeizigen Investitionszielen fest. So wurden millionenschwere Investitionsvorhaben in die Europäische Logistikoffensive mit dem neuen Zentrallager in Kerkrade, Lagererweiterungen in Deutschland und ein Forschungsneubau bei der Caramba abgeschlossen. Darüber hinaus nahm die Berner Group im abgelaufenen Geschäftsjahr eine neue Lagerhalle bei der Caramba in Betrieb, und eine Reihe von neuen Depots in Spanien, Portugal und Frankreich wurden ebenfalls eröffnet. Im österreichischen Braunau wurde der Grundstein für ein Hochregallager gelegt und seit Anfang 2021 gibt es eine BERNER Expert Academy. „Mit diesen antizyklischen Investitionsprojekten in zweistelliger Millionenhöhe legen wir den Grundstein, um nach Corona unsere starke Marktposition in Europa weiter auszubauen“, so Christian Berner.

Umsatz im Geschäftsfeld Omnichannel-Trading steigt um ca. 0,7%

Im Geschäftsfeld Omnichannel-Trading (Multikanalvertrieb) steigerte die Gruppe mit den Marken Berner und BTI im zu Ende gegangenen Geschäftsjahr die Umsatzerlöse um ca. 0,7 % auf mehr als 935 Mio. EUR.



Die Marke BTI, die auf den Bausektor spezialisiert ist, verzeichnete dabei mit einem Anstieg von rund 6 % auf rd. 123 Mio. EUR das stärkste Wachstum aller Einzelunternehmen der Gruppe. Die Marke Berner mit ihren 23 Ländergesellschaften verteidigte das Umsatzniveau des Vorjahres und kommt auf mehr als 814 Mio. EUR (VJ. 815). Am besten durch die Pandemie kam die Region Süd mit einem Umsatzplus von fast 1% (rd. 400 Mio. EUR), obwohl hier mit Frankreich, Spanien und Portugal die Länder vereinigt sind, die sehr lange von strengeren Ausgangsbeschränkungen betroffen waren. Ebenfalls positiv zum Wachstum beigetragen hat die Region Zentral mit Deutschland und der Schweiz (+0,4% auf rd. 154 Mio. EUR). Die Regionen Ost (-1,6%) und Nord (-3,0%) mussten leichte Rückgänge verzeichnen, während die Region West den Vorjahresumsatz hielt.

B2B-Kunden setzten weiter auf e-commerce

Der 2019 begonnene Trend im veränderten Einkaufsverhalten bei B2B-Kunden, setzt sich im Omnichannel Trading fort. „Die Zahl der elektronischen Bestellungen, die Kunden über Web-shops tätigen, entwickelt sich bei uns weiter sehr dynamisch“, sagt CFO Peter Spitzbauer. Nach einem Plus im e-commerce von 18% im Jahr 2019/20, erreichte die BERNER Group 2020/21 rund 30% Plus (121 Mio. EUR). Mit einem Umsatzanteil von 30% im e-commerce bleibt BeNeLux weiterhin Spitzenreiter in der Gruppe.

Den größten e-commerce-Push verzeichnete die Berner Group in der zweiten großen Corona-Welle ab Oktober 2020, wo gruppenweit phasenweise jeder zweite Auftrag über das Netz abgewickelt wurde. Neben klassischen Verbrauchsmaterialien (z.B. Schrauben), Werkzeugen, Power-Tools und smarten chemischen „All in one“-Helfern waren corona-bedingt vor allem auch Produkte aus dem Sicherheits-/Schutzartikelsortiment von BERNER wie Handschuhe, Gesichtsmasken, Reinigungs- oder Desinfektionsmittel bei Kfz- und Bau-Profis gefragt.

Caramba Group profitiert von Umstellung der Produktion

Für die Caramba Gruppe ist die Strategie aufgegangen, sich schnell auf die geänderten Kundenbedürfnisse während der Corona-Krise einzustellen. Die Caramba betreibt innerhalb der Berner Group das Geschäftsmodell Spezialchemie. Caramba hatte ihre Produktion im Bereich Desinfektionsmittel kurzfristig umgestellt und war vorübergehend in den Handel mit Mund-Nase-Schutzmasken eingestiegen. Der Umsatz ist dadurch im vergangenen Jahr um rund 4,5% auf 134,9 Mio. EUR gewachsen.

Guter Start in das Jahr 2021/2022

Die ersten beiden Monate des neuen Geschäftsjahres sind für die Berner Group sehr gut gelaufen. „Für BERNER und BTI liegen die Umsätze deutlich über dem Vorjahr. Der Bausektor läuft weiter gut und im Bereich Mobility ist die Nachfrage deutlich gestiegen. Bei der Caramba ist der Trend gegenläufig. Das Sondergeschäft mit Desinfektionsmitteln im Frühjahr 2020 gibt es jetzt nicht mehr in dem Maße“, so Peter Spitzbauer.

„Die Berner Group ist in der Corona-Krise gewachsen. Wir haben unsere Ertragsziele übertroffen, haben kräftig investiert und sind auch in den ersten Monaten 2021/22 weiter profitabel gewachsen. Darauf sind wir hier alle sehr stolz. Die Corona-Krise hat gezeigt, wie gut unsere Chancen sind, Marktanteile zu gewinnen. Und genau das wollen wir in diesem Geschäftsjahr tun“, sagt Christian Berner.

Der hat aber auch eine klare Erwartungshaltung an die Politik für die Nach-Corona-Phase. Die mittelständischen Familienunternehmen sind das Rückgrat der sozialen Marktwirtschaft, so Berner. „Ich haften für alles und muss für alles geradestehen, persönlich und finanziell. Deshalb sind Familienunternehmen so nachhaltig, ökologisch und ökonomisch, wie keine andere Unternehmensform. Sie sind ein Aushängeschild für Deutschland.“ Auch das habe man in der Corona-Krise unter Beweis gestellt. „Wir haben so viel Masken, Desinfektionsmittel, Atemgeräte und Geld für Betroffene in ganz Europa gespendet wie nie zuvor. Und wir haben die Kurzarbeit für unserer Mitarbeiter wirklich kurzgehalten und auch eine Corona-Prämie gezahlt“.

Von der neuen Bundesregierung erwartet Christian Berner sich mehr Verständnis und Unterstützung, denn: „China und die USA greifen die deutsche Wirtschaft an und linke und rechte Parteien bei uns diskutieren über Erhöhungen von Unternehmenssteuern und immer höhere Abgaben. Wer so etwas jetzt fordert, der verkennet die Lage komplett.“



Das Gegenteil muss passieren, um die Wirtschaft wieder flott zu bekommen und um das Wohlstandslevel zu halten. Klimaschutz und der Sozialstaat kosten Geld, dafür brauchen wir aber eine brummende Wirtschaft.“

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.