

# PRESSEMITTEILUNG

Künzelsau/Köln, 03.09.2024

## **Wirtschaftsjahr 2023/2024: BERNER verteidigt Milliarden-Umsatz und investiert antizyklisch ins Geschäft**

Trotz massiv verschlechterter Rahmenbedingungen hat die BERNER Group das Wirtschaftsjahr 2023/2024 nahezu auf Vorjahresniveau abgeschlossen. Der Handelskonzern erzielte einen um Konsolidierungseffekte bereinigten Umsatz in Höhe von mehr als 1,15 Mrd. Euro und bleibt damit weiterhin einer der führenden Anbieter der Branche. Für Wachstumsdynamik sorgten vor allem das wachsende Mobility-Segment (+4%), der erfolgreiche Ausbau des Großkundengeschäfts (+8%) und zweistellige Zuwachsraten im eCommerce. Aus eigener finanzieller Kraft konnte der B2B-Spezialist so zahlreiche Investitionen tätigen – unter anderem in den größten Marken-Relaunch der Unternehmensgeschichte.

„Wie alle Wettbewerber müssen auch wir uns seit langem gegen die anhaltend schwache Konjunktur insbesondere im Bau-Segment stemmen“, sagt Peter Schmidt, der das Kerngeschäft Omnichannel Trading mit den Marken BERNER und BTI by BERNER verantwortet. „Vor diesem Hintergrund ist es umso höher zu bewerten, dass wir unsere Umsatzerlöse verteidigen konnten und weiter profitabel sind. Auch wenn wir zuletzt das eine oder andere kleinere Signal sehen konnten, das auf eine leichte Entspannung hoffen lässt, bleibt die Marktsituation allgemein herausfordernd. Kurzfristig ist keine signifikante Verbesserung zu erwarten. Das spüren wir jeden Tag. Durch die Strategie- und Transformationserfolge der Vergangenheit und unsere Organisationsstruktur mit drei Regionen und drei Divisionen sind wir jedoch so robust aufgestellt, dass wir einzelne Rückgänge kompensieren können.“

### **Wachstumsdynamik bei Mobility- und Großkunden**

Von ihrer Resilienz profitierte die BERNER Group auch im zurückliegenden Wirtschaftsjahr. So stand der geringeren Nachfrage im Bauhandwerk ein starkes Handelsgeschäft mit Kfz- und Nfz-Werkstätten gegenüber. In der Erfolgsspur blieb das Unternehmen zudem im internationalen Key Account Management, wo man bestehende Verträge erweitern und langfristig verlängern konnte sowie attraktive Großkunden hinzugewann.

### **eCommerce wächst zweistellig**

Für den Großteil des Umsatzes sorgen weiterhin die rund 5.000 Vertriebsexperten, die die Kunden von BERNER persönlich beraten. Parallel dazu baut der Handelskonzern sein Angebot an alternativen Kanälen konsequent aus. In mehreren Ländern liegt deren Umsatz-Anteil bereits bei über 35% (u.a. Frankreich). Treiber dieser Entwicklung ist der schnell wachsende Online-Vertrieb. Im vergangenen Wirtschaftsjahr erzielte die Gruppe in wichtigen europäischen Märkten wie Italien, Polen oder Portugal Zuwachsraten von mehr

als 50%. In Summe verdient das Unternehmen inzwischen fast jeden fünften Euro durch den Vertriebskanal eCommerce.

#### **Depotstrategie zahlt sich aus**

Auch die Strategie, in Ballungsräumen und Metropolenregionen Depots zu eröffnen, zahlt sich immer mehr aus. Mit Valencia, Brescia, Rennes, Regensburg und den Azoren kamen im Wirtschaftsjahr 2023/2024 fünf neue Standorte hinzu. Neben der Einkaufs-/Testmöglichkeit sind insbesondere die Services der stationären Shops bei Handwerksprofis sehr beliebt. So verzeichnete BERNER kräftige Umsatz-Steigerungen bei der Same Day-/Termin-Auslieferung von Produkten auf der letzten Meile bis hin zur Baustelle (+20%) und bei der Selbstabholung von Waren, die via Click & Collect bestellt wurden (+120%).

#### **Chemie-Innovationen und smarte Services**

Als einer der führenden Anbieter der Branche war die BERNER Group in der Lage, aus eigener finanzieller Kraft umfangreiche Investitionen vorzunehmen. So intensivierte der B2B-Spezialist beispielsweise seine Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und konnte Markneuheiten wie den innovativen XTREME Parts Cleaner oder den Zwei-Komponenten-Kleber 2K Fill&Fusion mit patentierter Clip-Technologie einführen. Mit digitalen Services wie BERA SMARTscan und BERA SMARTscale läutete man zudem eine neue Ära der anpassbaren modularen Regalsysteme ein.

#### **Stärkung der Marke**

Darüber hinaus wurde der Markenauftritt komplett überarbeitet und die stärkste kommunikative Neu-Positionierung seit Gründung 1957 umgesetzt. Teil des Rebrandings ist auch die Definition eines neuen Purpose. Dieser lautet: „We are pushing the limits of the possible for the shapers of a better tomorrow“. „Pushing the Limits“ bedeutet, dass die Kultur und DNA des Familienunternehmens seit den Zeiten des Gründers Albert Berner davon geprägt sind, Höchstleistungen zu erzielen und die Grenzen des Möglichen für seine Kunden immer wieder zu verschieben. Geschäftspartner und Mitarbeitende sind zugleich die „Shapers of a better tomorrow“. Denn Nachhaltigkeit, soziales Engagement und verantwortungsbewusstes Handeln im Hinblick auf künftige Generationen sind für den B2B-Spezialisten eine Verpflichtung.

#### **Strategie wird weiter fortgesetzt**

„Mit dem neuen Außenauftritt präsentieren wir jetzt erstmalig ganz selbstbewusst auch im Markt, wie sehr wir uns im Zuge unserer Transformation seit 2012 verändert haben“, betont Peter Schmidt. „Wir sind von unserer Strategie überzeugt, deshalb setzen wir den eingeschlagenen Weg trotz der schwierigen Rahmenbedingungen fort und treiben unsere Investitionen antizyklisch voran. Klar im Fokus steht dabei das operative Geschäft. Neben dem konsequenten Ausbau unserer Vertriebskanäle und der Weiterentwicklung unseres Produkt- und Serviceangebots haben wir im laufenden Wirtschaftsjahr u.a. gezielte Maßnahmen in den Bereichen IT, Digitalisierung, Supply Chain und Logistik geplant.“