



PRESSEMITTEILUNG

Künzelsau/Köln, 07.07.2022

Berner Group steigert Umsatz um knapp 8% und übertrifft erstmals die Marke von 1,1 Mrd. EUR

- Automotive und Bau sind mit mehr als 9% Plus die Wachstumstreiber
- eCommerce Umsatz steigt um 28%
- Umsatzplus der ersten Monate 2022/2023 bei ca. 6%

Die Berner Group bleibt auf Wachstumskurs und erreicht eine neue Höchstmarke beim Umsatz. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021/2022 (1. April bis 31. März) lag der um Konsolidierungseffekte bereinigte Umsatz 7,8% über dem Vorjahr und erreichte 1,119 Mrd. EUR (Vj. 1,037 Mrd. EUR). Überproportionale Wachstumsraten gab es im B2B Handelsgeschäft in den Segmenten Automotive und Bau. Der eCommerce Umsatz legte um rund 28% auf mehr als 150 Mio. EUR zu. Die Tochter Caramba Group hatte im abgelaufenen Geschäftsjahr mit den Nachwirkungen der Coronakrise zu kämpfen und musste einen Umsatzrückgang von 5,6% hinnehmen. Dieser Trend konnte im Dezember gestoppt werden. Der Chemiespezialist wächst seit sechs Monaten in Folge wieder und hat im April und Mai um rund 20% deutlich zugelegt. Insgesamt ist die Berner Group mit einem Plus von rund 6% bei den Umsatzerlösen in das Geschäftsjahr 2022/2023 gestartet.

„Ich freue mich, dass es uns trotz vieler Verwerfungen auf den Liefermärkten und Engpässen bei den Logistikern gelungen ist, den Umsatz auf eine historische Bestmarke zu steigern. Im Kerngeschäft Omnichannel Trading sind wir mit den Marken Berner und BTI sogar um fast 10% gewachsen. Die Caramba Group hat im Gegensatz zu zahlreichen anderen Chemieunternehmen die Talsohle nach Corona viel schneller durchschritten und liegt seit Dezember 2021 bei den Monatsumsätzen über den Vorjahreswerten“, sagt Christian Berner, CEO der Berner Group.

Umsatz im Kerngeschäft Omnichannel-Trading steigt um 9,6%

Im Geschäftsfeld Omnichannel-Trading (Multikanalvertrieb) steigerte die Gruppe mit den Marken BERNER und BTI im zu Ende gegangenen Geschäftsjahr die Umsatzerlöse um 9,6%. Erstmals konnten hier mehr als 1 Mrd. EUR erzielt werden.

Angetrieben wurde die Umsatzentwicklung von der guten Nachfrage überwiegend von Werkstätten in der Automotive-Sparte (+9,7%). Die hatte im Vorjahr noch bei einem Minus von knapp 2% gelegen. Auch der Bausektor war mit einem Umsatzzuwachs von 9,5% ein Treiber.

Die Region Zentral-Nord, zu der neben Skandinavien auch die DACH Region mit Deutschland gehört, wuchs um 4,3%. In der Region Süd-West mit der iberischen Halbinsel, Frankreich und BeNeLux legte der Umsatz um mehr als 12% und in der Region Süd-Ost mit Italien und Osteuropa um mehr als 16% zu.

B2B-Kunden setzten weiter auf eCommerce

Seit dem Jahr 2015 hat die Berner Group konsequent die Digitalisierung der gesamten Gruppe vorangetrieben und stark in die Transformation investiert. Das zahlt sich immer weiter aus: Die Umsätze im eCommerce wachsen im dritten Jahr in Folge zweistellig (27,8%). Der Anteil des Online-Handels steigt in der Berner Group damit auf fast 14% an. Nahezu jeder siebte Euro wird jetzt bereits über eCommerce



erwirtschaftet. Rechnet man alle alternativen Verkaufskanäle zusammen, also eCommerce, Telesales, Depots, beträgt der Umsatzanteil bereits mehr als 25%.

Die rund 5.000 Vertriebsmitarbeiter, die täglich im direkten persönlichen Kontakt mit den Kunden stehen, haben beim Umsatz um 8% besser abgeschnitten als im Vorjahr. Der Anteil am Gesamtumsatz entspricht demzufolge knapp 75%.

„Ein Ziel der Transformation ist es, den Umsatzanteil bei den alternativen Kanälen deutlich auszubauen und gleichzeitig den Umsatz durch die Vertriebsmannschaft ebenfalls zu erhöhen. Das ist uns im vergangenen Geschäftsjahr im dritten Jahr in Folge gelungen. Zum Vergleich: Vor zehn Jahren lag der Umsatzanteil der alternativen Kanäle im einstelligen Bereich. Heute sind wir viel robuster aufgestellt“, fasst Arthur Jaunich zusammen. Er ist im Vorstand als CSMO für die Bereiche Vertrieb und Marketing zuständig.

Caramba Group

Die Caramba Group blickt auf zwei wechselvolle Jahre in der Corona-Zeit zurück. Dazu gehören mehrfache Produktionsumstellungen von Normalbetrieb auf Desinfektionsmittel und jetzt wieder zurück in den Normalbetrieb. Entsprechend volatil verliefen die Umsatzentwicklungen. Nach überproportionalem Wachstum im ersten Coronajahr, folgte 2021/2022 ein Rückgang. Diese Entwicklung wurde gestoppt. Die Caramba Group ist mit einem zweistelligen Umsatzplus in den ersten Monaten des Geschäftsjahres unterwegs.

Guter Start in das Jahr 2022/2023

Trotz anspruchsvoller Umsatzvorgaben aus dem Vorjahr ist die Berner Group erfolgreich in das neue Geschäftsjahr gestartet. Im Kerngeschäft Omnichannel-Trading liegt die Group mehr als 5% über den Vorjahreswerten. Alle drei Regionen trugen zum Umsatzwachstum bei, wobei die Region Süd-Ost nach wie vor die größte Dynamik zeigt.

„Wir sehen allerdings seit einigen Monaten, dass die Entwicklungen in den Branchen Automotive und Bau unterschiedlich verlaufen. Im Bausektor wachsen wir nur halb so schnell wie in Automotive. Die bekannten Hindernisse wie steigende Bauzinsen und deutliche Preissteigerungen für Baustoffe bleiben nicht ohne Folgen auf die Nachfrage“, so Christian Berner. Der macht aber deutlich, dass es aktuell keinen Anlass für die Berner Group gibt, die Wachstumspläne zu korrigieren. „Wir wollen Marktanteile gewinnen“, betont der CEO. „Ich bin optimistisch, dass insbesondere unsere innovativen chemischen All-In-One Lösungen wie das neue ‚Cleanstar Magic‘ oder der X-TREME Klebeschäum dabei helfen werden, auch im Jahr 2022/2023 überproportional zu wachsen.“