

21.10.2013 – 16:30 Uhr

Faber-Castell Umsätze im Geschäftsjahr 12/13 weiter gewachsen / Die Unternehmensgruppe kann ein Plus von 3,5% verbuchen, rüstet sich aber für ein zunehmend schwieriger werdendes Marktumfeld

Stein (ots) -

Nach einem starken ersten Halbjahr verspürte auch Faber-Castell im zweiten Halbjahr des abgelaufenen Geschäftsjahres 12/13 eine Abschwächung der Nachfrage in einigen wichtigen Märkten. Dennoch konnte die Unternehmensgruppe mit einem Umsatzzuwachs von 3,5% das Geschäftsjahr 12/13 beenden. Dabei sorgte vor allem der zweistellig wachsende asiatische Markt weiter für Rückenwind, während Lateinamerika - aufgrund eines schwachen vierten Quartals und abwertender Währungen - nur noch leicht über Vorjahr lag. Europa entwickelte sich dank starker Einzelmärkte wie Deutschland und Türkei positiv, während sich Italien und Spanien noch nicht aus der Krise befreien konnten.

Insgesamt konnte die Gruppe mit 590,4 Mio. EUR Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012/13 ein Plus von 3,5% gegenüber Vorjahr erreichen. Währungsbereinigt betrug der Zuwachs 5,0%.

Sparte Schreiben und Zeichen:

Die Umsätze aller Kompetenzfelder, mit Ausnahme des Premium-Segments, konnten zulegen. Der Rückgang im Premiumgeschäft ist vor allem auf fehlende Umsätze aus wichtigen südeuropäischen Märkten zurückzuführen.

Die einzelnen Vermarktungsregionen entwickelten sich wie folgt:

- Europa/Nordamerika +4,1%
- Lateinamerika +0,3%
- Asien/Pazifik +12,5%

Im deutschen Markt konnte Faber-Castell seine gute Position behaupten. Auch Österreich und Schweiz verzeichneten ein erfreuliches Wachstum um 8% bzw. 3%. Faber-Castell USA legte in lokaler Währung um 9% zu. Das Werbemittel/Sondergeschäft stagnierte auf Vorjahresniveau.

Die wichtige brasilianische Gesellschaft konnte ihr Gesamtgeschäft in lokaler Währung um 7% gegenüber dem Vorjahr ausbauen. Allerdings liegt die in Euro umgerechnete Umsatzentwicklung bei minus 3%. Dies ist auf eine 10%ige Abwertung des brasilianischen Reals im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen.

In Argentinien, Chile, Peru und Kolumbien legten die Vertriebsgesellschaften in lokaler Währung erneut zu. Die Tochtergesellschaft in Mexiko konnte jedoch die in sie gesetzte Umsatzerwartung noch nicht erfüllen.

Die Region Asien/Pazifik ist abermals überproportional gewachsen. Insbesondere die Produktionsgesellschaften Malaysia und Indonesien erzielten signifikante Umsatzsteigerungen.

Kosmetiksparte:

Die Umsätze der Kosmetiksparte im GJ 12/13 lagen leicht unter Vorjahr. Mit einer neuen Fertigungsstätte in Brasilien und innovativen Produkten plant Faber-Castell jedoch weitere Wachstumsschritte in Europa und in der aufstrebenden Region Lateinamerika.

Ertragslage / Investitionen / Eigenkapitalquote:

Im Geschäftsjahr 2012/13 hat die Faber-Castell Gruppe ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von 24,2 Mio. EUR (VJ: 33,3 Mio. EUR) erwirtschaftet. Einmaleffekte und Risikorückstellungen in Zusammenhang mit Produktionsverlagerungen in Asien und Lateinamerika konnten im Ergebnis bereits berücksichtigt werden. Im Berichtsjahr wurden Investitionen in Höhe von insgesamt 28,6 Mio. EUR getätigt (Vorjahr 31,9 Mio. EUR).

Entwicklung Mitarbeiterzahlen weltweit / in Deutschland:

Weltweit wurden im Geschäftsjahr 2012/13 durchschnittlich 7.500 Mitarbeiter beschäftigt. In Deutschland blieb die Beschäftigungszahl mit rd. 1.100 stabil.

Ergebnisse erstes Halbjahr 13/14 und Ausblick auf das Geschäftsjahr:

Aufgrund der abwertenden Währungen in Lateinamerika und Asien/Pacific liegt der Bruttoumsatz nach dem traditionell schwachen ersten Halbjahr -9,0% hinter Vorjahr, währungsbereinigt beläuft sich der Rückgang lediglich auf -1,8%.

Faber-Castell rechnet mit einem schwieriger werdenden Umfeld in einigen Weltmärkten. Gründe sind Nachfragerückgänge, starke

Währungsschwankungen in Lateinamerika und Asien sowie die Veränderungen in der Handelslandschaft in Europa. Dank der globalen Ausrichtung der Unternehmensgruppe mit ihren weltweit 15 Werken und 25 weltweiten Vertriebsgesellschaften sieht sich Faber-Castell jedoch gut aufgestellt. Die globale Markenstrategie, die auf Premiumprodukte sowie pädagogisch wertvolle Kreativ-Produkte für Kinder und Erwachsene setzt, trägt den Megatrends Schule/Ausbildung und Freizeit/Wellness Rechnung. Der Fokus liegt auch weiterhin auf dem Ausbau der Marktpositionen in Asien, Lateinamerika sowie Osteuropa.

Für das laufende Geschäftsjahr rechnet Faber-Castell bei konstanten Wechselkursen mit einem Umsatzwachstum von rund 3% bei steigenden Umsatzrenditen sowie einer strukturellen Verbesserung wichtiger Bilanzkennziffern.

Kontakt:

Sandra Suppa
Head of Corporate Communications
Faber-Castell AG
Press-office@faber-castell.de
Tel: +49 (0)911-9965-5538

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100050654/100745647> abgerufen werden.