



Adolf Würth GmbH & Co. KG
Sarah Meckel
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
74650 Künzelsau
Telefon 07940 15-1186
Telefax 07940 15-4400
www.wuerth.com
presse@wuerth.com

6. Mai 2009

Erstes Quartal 2009 der Würth-Gruppe: Umsatzrückgang bei gleichzeitig positivem Betriebsergebnis

Künzelsau. Die weltweit tätige Würth-Gruppe hat in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2009 einen deutlichen Umsatzrückgang verzeichnet. Gleichzeitig konnte das Unternehmen im ersten Quartal trotzdem ein positives Betriebsergebnis erwirtschaften.

Robert Friedmann, Sprecher der Konzernführung: „Unsere Kunden sind bereits seit Ende des letzten Jahres weltweit von der Krise betroffen. Das hat natürlich Auswirkungen auf unsere Geschäftsentwicklung. Wir erwarten daher auch für das Gesamtjahr einen Umsatzrückgang in der Würth-Gruppe. Um der Krise aktiv zu begegnen, bearbeiten wir mit unserem Vertrieb individuell die Märkte und erweitern gerade in der aktuellen Situation unsere Kundenbasis. Gleichzeitig senken wir mit Bedacht und Augenmaß unsere Kosten, um letztlich auch bei geringeren Umsätzen weiterhin ein positives Betriebsergebnis zu erreichen.“

Von Januar bis Ende März 2009 reduzierte sich im Umfeld der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise der Umsatz der Würth-Gruppe gegenüber dem Vorjahresquartal um 16,1 Prozent auf 1,88 Milliarden Euro. Zusätzlich negativ wirkten sich die außergewöhnlich strengen Wintermonate Januar und Februar in Europa sowie ein Rückgang der für die Würth-Gruppe so wichtigen „Fakturitage“ um 0,4 Tage im ersten Quartal aus.

Trotz des Umsatzrückgangs konnte die Würth-Gruppe aber auch im ersten Quartal 2009 ein positives Betriebsergebnis in Höhe von 32,4 Millionen Euro (2008: 162 Millionen Euro) erwirtschaften.

Für 2009 rechnet die Würth-Gruppe mit einem Umsatzrückgang, der gemessen am Jahr 2008 und je nach Entwicklung der Weltwirtschaft zwischen 10 und 20 Prozent liegen wird. „Eine valide Prognose abzugeben, wäre nicht seriös. Eine mögliche Erholung erwarten wir aber frühestens 2010“, sagt Friedmann.



Der Weg durch die Krise: Liquidität stärken

In der Krise setzt das Unternehmen auf intensives Liquiditätsmanagement sowie einen offensiven Vertrieb, um die Kundenbasis weltweit zu verbreitern.

„Cash is king! Die Liquidität steht an oberster Stelle. Mit Stand Ende März 2009 verfügt die Würth-Gruppe über rund 270 Millionen Euro liquide Mittel. Die Sicherung der finanziellen Grundlagen ist oberstes Ziel in der ganzen Gruppe“, sagt Friedmann. Investitionen, die die Liquidität beanspruchen, müssen entsprechend rasch Marktvorteile verschaffen. Gleichzeitig werden überall in der Unternehmensgruppe Kosten gesenkt. Bereits seit längerer Zeit gibt es einen Einstellstopp innerhalb der gesamten Würth-Gruppe. Die Zahl der für den Konzern tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sank zum Stand Ende März 2009 auf weltweit rund 60.000.

Die über 400 Gesellschaften der Würth-Gruppe fahren weltweit die jeweils notwendigen Kostensenkungs- und Rationalisierungsprogramme. „Wir denken konservativ und steuern in dieser schwierigen Situation überall ernsthaft gegen, immer unter dem Aspekt so viele Arbeitsplätze wie möglich zu erhalten. Unser Ziel ist es, die Zukunft des Unternehmens und die Arbeitsplätze zu sichern“, erklärt Robert Friedmann.

Der Weg aus der Krise: Vertriebschancen konsequent nutzen

Einen Stellhebel für erhebliche Wachstumschancen sieht der Konzern trotz rückläufiger Konjunktur unter anderem in der Verbreiterung seiner Kundenbasis. „Wir bleiben ehrgeizig. Wenn wir in der Krise weniger stark schrumpfen als der Wettbewerb, gewinnen wir Marktanteile hinzu. Deshalb konzentrieren wir alle Kraft und unsere Investitionen auf den Kundenservice und die Kundengewinnung. Wir sind gut aufgestellt und werden eines der ersten Unternehmen sein, das eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage für sich nutzen kann“, sagt Friedmann.