

PRESSEINFORMATION

Rekordjahr für Schwan-STABILO: Gruppe Schwan-STABILO übertrifft mit einem Umsatz von 462 Mio. Euro Vorjahresergebnis um 17 %

Heroldsberg, Oktober 2011.

Für die Gruppe Schwan-STABILO war das am 30. Juni 2011 zu Ende gegangene Geschäftsjahr wieder äußerst erfolgreich. Das Unternehmen konnte abermals in allen Geschäftsfeldern deutlich zulegen. Im Vergleich zum Vorjahr steigerte die Unternehmensgruppe den Umsatz um 17 Prozent auf 462 Mio. Euro (Vorjahr: 396 Mio. Euro). Zum Wachstum trugen alle drei Teilkonzerne bei: Kosmetik mit einem Plus von 24,9 Prozent, STABILO legte um 5,3 Prozent zu, Outdoor mit der Marke Deuter erzielte ein Wachstum von 19,6 Prozent.

Der Umsatzzuwachs der Gruppe Schwan-STABILO ruht auf zwei Pfeilern: zum größten Teil auf dem organischen Zuwachs über alle Geschäftsfelder, aber auch auf einem Wachstum durch Akquisition. Erst im Juli 2011 stieß mit dem Erwerb der ORTOVOX-Sportartikel GmbH ein weiteres wichtiges Unternehmen der Outdoorbranche zur Schwan-Familie.

Teilkonzern Kosmetik

Im Teilkonzern Kosmetik gab es ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum in allen Märkten weltweit und damit den höchsten Umsatz in der Geschichte des Teilkonzerns. Das Wachstum wurde erzielt mit den klassischen Produkten wie den spitzbaren Kosmetikstiften, Drehmechaniken und Liquid Linern.

Nach der Übernahme von Cosmolab in den USA vor anderthalb Jahren wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr die Präsenz im wachsenden asiatischen Markt verstärkt durch eine Beteiligung an dem langjährigen Produktions- und Vertriebspartner in Indonesien.

Teilkonzern STABILO

Der Teilkonzern STABILO wuchs über dem Branchendurchschnitt, in Europa waren es 4,35 Prozent, in Deutschland gelang eine Steigerung um Plus vier Prozent, in Osteuropa war das Umsatzwachstum sogar zweistellig. Bei den Produkten scheint der Mix aus Bewährtem und Neuem den Kunden zu gefallen. Sie kauften sowohl ergonomische Stifte aus dem noch jungen Produktfeld für leichteres Schreiben(lernen) als auch Sortimentsklassiker wie Faserschreiber und Textmarkierer.

STABILO BOSS, der meistverkaufte Leuchtmarkierer und Nummer Eins in Europa, feiert 2011 seinen 40. Geburtstag.

Teilkonzern Outdoor

Bei Deuter im Teilkonzern Outdoor stieg besonders das USA-Geschäft sprunghaft an und verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 52 %. Bei den Produkten legten vor allem die Produktbereiche der Kindertragen und –rucksäcke zu, gefolgt von den Touren- und Klettterrucksäcken sowie den Schlafsäcken.

Durch den Erwerb von ORTOVOX baut die Unternehmensgruppe ihr drittes Standbein im Outdoor-Sektor aus. Für Sebastian Schwanhäußer, Mitglied der Konzernleitung, stellt die Marke ORTOVOX eine nahezu ideale Ergänzung zu Deuter dar: „Einerseits können wir das vorhandene Know-how bei Rucksäcken nutzen, andererseits bietet die starke Marke ORTOVOX noch viel Potenzial für uns auf zusätzlichen Feldern im Outdoor-Markt.“

Investitionen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010/11 beliefen sich die Investitionen der Gruppe Schwan-STABILO auf insgesamt 23 Mio. Euro.

Der größte Teil dieser Investitionen entfielen auf das Inland, wo in Heroldsberg in den Umbau der Kosmetikproduktion und in Kapazitätserweiterungen investiert wurde. Knapp 11 Mio. Euro flossen hier in die Industrialisierung neuer Produkte.

Am Standort Weißenburg wurde in neue Produktionsmaschinen investiert, außerdem entstehen dort zurzeit ein neues Fabrikgebäude und eine neue Kantine für die Mitarbeiter. Zusätzlich wurde eine dreiviertel Million Euro in eine neue IT-Landschaft investiert.

„Das Geschäftsjahr hatte einen ungewöhnlich positiven Verlauf. Mit Produktinnovationen ist es gelungen unsere hohen Marktanteile in fast allen Regionen der Welt nochmals deutlich zu steigern“, so Konzerngeschäftsführer Ulrich Griebel. „Gleichzeitig aber konnten wir eine große Anzahl neuer Mitarbeiter gewinnen und wichtige Investitionen für die Zukunft stemmen, sei es in Neuprodukten, in Werksstrukturen und Fertigungsautomatisierung als auch in unseren IT-Systemen. Auch die Integration unserer neu übernommenen Töchter kommt gut voran.“

Mehr Mitarbeiter – auch im Inland

Die Gruppe beschäftigte zum Ende des Geschäftsjahres 4.280 (Vorjahr: 3.879) Mitarbeiter/-innen weltweit, dies entspricht einem Plus von 10 %. Alleine in Deutschland wurden im Jahresverlauf 120 neue Stellen geschaffen.

Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2010/11 im Überblick:

	2010/11	Veränderung in %	2009/10
Umsatz (in Mio. Euro)	462	16,7	396
davon Schreibgeräte	160	5,3	152
davon Kosmetik	241	24,9	193
davon Outdoor	61	19,6	51
Investitionen *	23	-	38
Eigenkapital (in Mio. Euro)	163	-	118
Eigenkapitalquote (in %)	47	-	46

*Im Vorjahr bei den Investitionen enthalten: Erwerb Cosmolab Inc., USA, bei Schwan Cosmetics und Übernahme der Agentur in Italien bei STABILO.

Teilkonzern Kosmetik

Bestes Ergebnis in der Unternehmensgeschichte - Wachstum weltweit

Schwan Cosmetics erzielte im Geschäftsjahr 2010/11 das beste Ergebnis seiner Unternehmensgeschichte - und die reicht immerhin schon zurück bis in das Jahr 1927.

Zum überproportionalen Wachstum in allen Märkten trugen Innovationen bei nahezu allen Kernprodukten bei. Insbesondere im Bereich „Eyeliner“ wurden sowohl Marktanteile bei Bestandskunden ausgebaut als auch Neukunden gewonnen.

So konnten die westeuropäischen Märkte einschließlich Deutschland mit einem Umsatzwachstum von 16% deutlich gestärkt werden.

Auch in Nord- und Mittelamerika konnte Schwan Cosmetics seine Position weiter ausbauen. Es wurden Umsatzzuwächse von + 30% realisiert.

In den Märkten Osteuropa, Naher/Mittlerer Osten und Lateinamerika lag der Umsatz sogar 33 % über Vorjahr. Bestseller waren hier vor allem Make-up-Produkte für den Augenbereich.



*Aus Heroldsberg in die ganze Welt: Kosmetikstifte
in aktuellen Modefarben*

Foto: Schwan Cosmetics

Der Bereich Asien mit den starken Märkten Japan und China und die Pazifikregion verzeichnete eine ebenfalls positive Entwicklung mit einem Plus von 13 % zum Vorjahr. Generiert wurde dieses Wachstum vorwiegend mit Produkten aus dem Kernsortiment. Kunden in Fernost schätzen insbesondere die lange Haltbarkeit und hohe Wasserfestigkeit der Schwan-Produkte.

Positiver Ausblick

Festgehalten wird auch am dualen Konzept der Marktbearbeitung: Während Produkt- und Technologieentwicklung mit mittlerweile weit über 150 Mitarbeitern ein zentraler Schwerpunkt am Standort Heroldsberg bleibt, wird der Verkauf und die Produktion von Standardprodukten zunehmend regional organisiert. Die Nähe zu den Märkten und Kunden, gepaart mit Innovationen und effizienten Prozessen, bleibt für Schwan Cosmetics ein wesentliches Erfolgskriterium für künftiges Wachstum.

Sichtbarer Ausdruck dieser Marktnähe ist die Anfang 2011 geschlossene Beteiligung am langjährigen Vertriebs- und Produktionspartner PT Kirana Amindita in Jakarta, Indonesien.

Für 2012 wird eine Abschwächung der Wachstumsdynamik erwartet. Die nach wie vor gute Auftragslage jedoch lässt auch für das laufende Geschäftsjahr 2011/12 insgesamt eine weitere positive Entwicklung erwarten.

www.schwancosmetics.com

Teilkonzern STABILO

Nachhaltigkeit in Zukunft

Seit 2010 ist die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens mit einer Balance von ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen zentraler Teil der Management-Strategie von STABILO. In der Praxis gehören dazu unterschiedlichste Maßnahmen wie etwa die Entwicklung „grüner“ Produkte und Umstellung auf regenerative Energien sowie Zertifizierung aller drei Fertigungsstätten (Deutschland/Weißenburg, Tschechien und Malaysia) mit der Umweltmanagement-Norm ISO-14000.

Auf sozialer Ebene wurde die Zusammenarbeit mit den „Werkstätten für Behinderte (WfB)“ neu gestaltet. Die bislang ausgelagerten Arbeitsplätze sind nun teilweise in die Weißenburger Fabrik integriert. „Das ist ein guter Schritt gegen die gesellschaftliche Ausgrenzung Behinderter“, befand ein Sprecher der WfB.

Vier Jahrzehnte BOSS - Ein Stift voller Geschichten

Innovationskraft, Ideenreichtum und Inszenierung halten die Marke STABILO jung und schaffen Kaufanreize im Laden. „Unser Neuproduktanteil liegt bei 15 Prozent, dennoch haben wir den Mix aus Neuem und Bewährtem sorgfältig im Blick“, so Sebastian Schwanhäuber und stellt fest: „Der Leuchtmarkierer STABILO BOSS, den mein Vater Günter Schwanhäuber 1971 erfunden hat, feiert in diesem Jahr 40. Geburtstag und noch immer machen wir mit ihm einen guten Anteil vom Umsatz! In der Europäischen Union ist der Marktanteil sogar gestiegen, lt. Marktforschungszahlen wird jeder zweite Euro für einen Leuchtmarkierer von STABILO ausgegeben, den wir bis heute im Werk Weißenburg produzieren. Diesen Erfolg hatte niemand vorhergesehen!“

Bislang wurden weltweit 1,8 Milliarden Exemplare verkauft, alle Stifte aneinandergereiht würde die Strecke eineinhalb um die Erde führen. Seit 1971 wurden fast 110 Millionen Liter Tinte verbraucht. Das reicht, um 675 Millionen Kilometer mit STABILO BOSS zum Leuchten zu bringen oder viereinhalb mal den Weg von der Erde zu Sonne zu markieren.

Stift zum Lesen

Bei einer Reise in die USA hatte der Stiftefabrikant Günter Schwanhäuber Ende der 1960er Jahre gesehen, wie amerikanische Studenten Textstellen mit einem Stift anstrichen, aus dem braune Tinte tropft. „Das geht besser“ - so seine Überzeugung und er sollte recht behalten. Leuchttinte, Stiftform, Produktname und Werbemaßnahmen, alles war neu.

Ein BOSS für die Bosse

Allein der Name: kurz und auf der ganzen Welt verständlich. An 1000 Führungspersönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft schrieb der Erfinder persönlich zusammen mit einem BOSS zur Begutachtung. Später erst gingen Muster an Sekretariate und Einkäufer. Da Eigenschaften und Nutzen des Produkts in Europa völlig unbekannt waren, gab man Anfang der 70er eine psychologische Studie bei Wissenschaftlern in Auftrag. Ein für damalige Verhältnisse sehr ungewöhnliches

Vorgehen, das vor allem zwei Ängste zur Sprache brachte: ist die Leuchttinte ungiftig und kann sie meinen Augen schaden? Unbegründete Sorgen zum Glück und der Beginn vieler kleiner Geschichten aus vier Jahrzehnten.

Handschlag zum BOSS

Die damals untypische Stiftform wird bis heute endlos kopiert und ist doch rein zufällig entstanden. Der Industriedesigner drechselte und knetete, entwarf und verwarf: eckige, runde, kurze dicke, lange flache Formen. Genervt schlug er mit der flachen Hand auf die Knete – und da lag er, der Prototyp!



Kommt aus Weißenburg und feiert 2011

40. Geburtstag: der STABILO BOSS

Foto: Schwan-STABILO

Name als Gattungsbegriff

In Frankreich wurde der Begriff „stabilotér“ bald zur Gattungsbezeichnung und wird immer dann verwendet, wenn vom Textmarkieren an sich die Rede ist. Einer der bekanntesten ‚stabiloter‘-Fans ist der französische Präsident Sarkozy. Allerdings ist nicht klar, ob die als Aufmerksamkeit für ihn gedachten Jubiläums-Sonderstifte wirklich auf seinem Schreibtisch ankamen. Wegen eines weltweiten Gewinnspiels hatten sie Sonderaufdrucke wie etwa „I AM YOUR BOSS!“ oder „WHO IS THE BOSS?“ ...!

Tinte als Fluchthelfer

Ähnlich unklar ist die Frage, wie viele STABILO BOSS der englische Häftling brauchte, der sich vor einigen Jahren komplett neongelb anmalte, um entsprechend „gelbsüchtig“ ins Krankenhaus zu kommen. Nachahmer sollten wissen, dass sie sich bei der Arbeit Zeit lassen können. Als neueste technische Weiterentwicklung kann die Kappe nun mindestens vier Stunden lang offen bleiben, ohne dass der Stift austrocknet.

www.stabilo.com

Teilkonzern Outdoor

Im Teilkonzern Outdoor mit seiner Marke Deuter kletterte der Umsatz erneut steil nach oben. Der Gesamtumsatz belief sich auf 61,3 Mio. Euro (Vorjahr 51,4 Mio. Euro), das entspricht einem Wachstum von 19,3 %. Damit lag man hier erneut weit über der Marktentwicklung, die gerade in Europa ab Januar 2011 deutlich verhalten war. Überaus dynamisch war die Entwicklung von Deuter USA, der einzigen Tochterfirma des Unternehmens. Im zweitgrößten Outdoormarkt nach Europa konnte der Umsatz um 52 % gesteigert werden. Bestseller dort waren vor allem Kindertragen, die Deuter seit 20 Jahren im Programm hat und die als äußerst bewährt und ausgereift gelten.

Auch im Inland, wo Deuter bereits seit Jahren als Marktführer gilt, legte der Umsatz nochmals um 17 % zu. Deutschland gilt innerhalb Europa als mit Abstand größter Outdoormarkt - und Outdoorartikel wurden über die Jahre hinweg im Sportfachhandel insgesamt zum wichtigsten Umsatzträger. Gerade das traditionsreiche Wandern, das Jahrzehnte als angestaubt und langweilig galt, erlebt momentan eine Renaissance, auch bei jungen Menschen und Familien.

Über alle Länder hinweg erlebten Kindertragen und –rucksäcke die stärkste Nachfrage, dicht gefolgt von den Touren- und Kletterrucksäcken. An dritter Stelle lag mit den Schlafsäcken eine für Deuter noch recht junge Produktgruppe. Hier wurde der Durchbruch über die letzten drei Jahre hinweg mit innovativen Verarbeitungskonzepten erzielt.



*Auch in diesem Geschäftsjahr ein Top-Seller:
Deuter Schlafsäcke*

Foto: Deuter

Zur Outdoormesse in Friedrichshafen Mitte Juli präsentierte Deuter die komplett überarbeitete „Aircontact“-Linie, seit Jahren Herzstück der Trekkingkollektion, die der zweitwichtigste Umsatzträger nach den Wanderrucksäcken im Deuter-Sortiment ist. Neu ist auch die „ACT Trail“-Serie mit jungen und farbenfrohen Allround-Rucksäcken für den Tagesgebrauch, auch in urbanem Umfeld.

Trotz eher stagnierender Verkaufszahlen für Outdoorartikel auf den europäischen Märkten erwartet Deuter auch im kommenden Geschäftsjahr steigende Umsätze. Der Trend der Menschen in den Industriestaaten, zur Erholung raus in die Natur zu gehen, wird ungebrochen bleiben. Werte wie Gesundheit, Entschleunigung und Selbstfindung stehen als Gegenpole zum hektischen Alltag und zur sitzenden Bürotätigkeit weiter hoch im Kurs.

Mit der Übernahme von ORTOVOX wird ein weiteres Traditionsunternehmen Mitglied des Teilkonzerns Outdoor

Seit 1. Juli 2011 gehört die Firma ORTOVOX Sportartikel GmbH mit Sitz in Taufkirchen bei München zur Schwan-STABILO-Familie. ORTOVOX ist Marktführer bei Produkten zur Lawinensicherheit und Experte für Winterrucksäcke und funktionelle Sportbekleidung mit Merinowolle.

ORTOVOX bleibt auch nach der Übernahme durch die Gruppe Schwan-STABILO ein eigenständiges Unternehmen am Standort Taufkirchen. Dort werden derzeit 19 Mitarbeiter beschäftigt, es gibt eigene Tochterunternehmen in Österreich, USA und Kanada. ORTOVOX ist weltweit in 30 Ländern vertreten.

Die Erfolgsgeschichte von ORTOVOX begann 1980 mit der Vorstellung des damals revolutionären Lawinensuchgerätes F2. Seitdem steht ORTOVOX an der Spitze der Entwicklungen und ist Marktführer für Produkte zur Lawinensicherheit. Mit unverwechselbaren Designs konnte der Unternehmensbereich Rucksäcke in den letzten Jahren deutlich ausgebaut werden. Die größten Steigerungen gab es im Bereich Funktionsbekleidung. Hier setzt die Marke auf Merinowolle in allen Lagen der Bekleidungsschichten und bietet damit ein Bekleidungssystem an, das einzigartig ist im Outdoor-Markt.

www.deuter.com
www.ortovox.com

Kontakt:

Schwanhäußer Industrie Holding ,
Ursula Jenkner, Public Relations, Schwanweg 1
90562 Heroldsberg, Tel. 0911-567-4014,
E-Mail ursula.jenkner@schwan-stabilo.com
www.schwan-stabilo.com

Hintergrundinformationen:

Schwan: Seit der Gründung ist der Schwan das Markenzeichen des Unternehmens, Dieses Tiersymbol ist nicht nur eine Abkürzung des Familiennamens. Der Schwan steht für Reinheit und Schönheit.

1865 Gustav Adam Schwanhäußer kauft die überschuldete Bleistiftfabrik Bleistiftfabrik Großberger & Kurz in Nürnberg.

1909 Erste Überlegungen, Schminkestifte zum Nachziehen von Augenbrauen herzustellen.

1927 Der erste Kosmetikstift der Welt wird entwickelt und produziert. Aus dem „Dermatograph“, den Chirurgen bei Operationen zum Hautmarkieren verwenden, entstand der erste Augenbrauenstift

1925 Dem Chemiker August Schwanhäußer gelingt ein Stift, dessen Mine erstmals sehr bruchfest, also stabil ist. Die Marke STABILO ist geboren.

1970 In den 70ern kommen die Verkaufsschlager STABILO Boss und Faserschreiber STABILO Point 88 auf den Markt.

Parallel wird die bis dahin noch kleine Kosmetiksparte zu einem zweiten Standbein ausgebaut.

1976 Neuer Name: Aus der Schwan-Bleistift-Fabrik wird Schwan-STABILO.

1995 Umzug in die neue Zentrale nach Heroldsberg bei Nürnberg

1996 Neuorganisation des Unternehmens unter dem Dach einer Holding.

2006 Zukauf des Rucksackherstellers Deuter. Mit dem Einstieg in die Outdoorbranche wird die Konzernstruktur um einen dritten Bereich erweitert. Das Schwergewicht im Konzern hatte sich seit längerem eindeutig von der Produktionskompetenz zur Markenkompetenz verschoben. Die Neuerwerbung mit Deuter als Marktführer bei Rucksäcken passt bestens zur Strategie. Auch hier geht es um die Markenentwicklung auf Basis eines Qualitätsprodukts - also um das Gleiche wie bei Stiften und Kosmetik.

2010 Der Konzern- Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2009/10 (per 30.Juni) 396 Mio. Euro. Weltweit beschäftigt der Konzern 3.879 Mitarbeiter/-innen, 1.645 davon in Deutschland. Die Konzernleitung haben Ulrich Griebel und Sebastian Schwanhäußer.

2011 Die Gruppe Schwan-STABILO erzielt mit 462 Mio. Euro den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte. Die Zahl der Mitarbeiter/-innen steigt auf 4.280. Zum 01. Juli 2011 wird die Firma ORTOVOX-Sportartikel GmbH, Marktführer bei Produkten zur Lawinensicherheit und Experte für Winterrucksäcke und funktionelle Sportbekleidung mit Merinowolle als weiteres renommiertes Unternehmen der Outdoor-Branche in die Schwan-Gruppe integriert.