

Pressemitteilung

2019-05-28

Umsatz nahezu konstant: E.G.O. entwickelt sich analog zu den Hausgeräte-Märkten in Deutschland und weltweit

Erste Pressekonferenz in neuer Firmenzentrale - Lieferengpässe bei Bauteilen für Elektronik-Produkte und Währungseinflüsse drücken auf Umsatzentwicklung

Oberderdingen – Doppelte Premiere bei E.G.O.: Dirk Schallock, seit Jahresanfang neuer Vorsitzender der Geschäftsführung, informierte erstmals in der gerade fertiggestellten Firmenzentrale über die Entwicklung des Oberderdinger Hausgeräte-Zulieferers im vergangenen Jahr. Nach Jahren mit einem kontinuierlichen Wachstum ist der Umsatz der E.G.O.-Gruppe in 2018 mit 603 Mio. Euro und einem Minus von 0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr annähernd konstant geblieben. „Damit bewegen wir uns analog zu den Haushaltsgeräte-Märkten in Deutschland und der Welt, die nach den Zahlen des Zentralverbands der Elektro-Industrie (ZVEI) und der GfK ebenfalls rund 1 Prozent verloren haben. Der Umsatz der E.G.O.-Gruppe wurde im Jahr 2018 von durchschnittlich 5.646 Mitarbeitern erarbeitet.

Die Entwicklung im vergangenen Jahr sei vor allem von zwei Faktoren geprägt gewesen, sagte Schallock: „Wir wollen klar stärker wachsen als der Markt. Das ist uns diesmal aus zwei Gründen nicht gelungen: Allokation und Währungsentwicklung. Es gab vor allem im zweiten Halbjahr erhebliche Lieferengpässe bei Bauteilen, die wir für unsere wachstumsstarken Elektronik-Produkte brauchen. Inzwischen hat sich die Situation hier wieder deutlich verbessert, aber es war leider nicht möglich, die bereits entstandenen Produktionsausfälle noch auszugleichen. Der zweite Grund sind die Währungsentwicklungen im Lauf des Jahres, die sich für uns ebenfalls negativ ausgewirkt haben. Währungsbereinigt läge der Umsatz um 5,9 Mio. Euro über dem erreichten Wert, und die E.G.O.-Gruppe hätte so den Vorjahresumsatz von 609 Mio. Euro erreicht“, sagte Schallock.

Für 2019 plant E.G.O. nach seinen Worten ein Wachstum von 4,5 Prozent. „Damit lägen wir dann ein gutes Stück über dem prognostizierten Wachstum für den Hausgeräte-Weltmarkt, und wir sind sehr zuversichtlich, dass wir die

Pressemitteilung

richtige Strategie, die richtigen Produkte und die richtigen Ideen für Innovationen haben, um dieses Ziel zu erreichen.“

Der Lebensraum Küche und damit der Markt verändere sich aktuell sehr dynamisch. Über Smart Home und die wachsende Bedeutung der Digitalisierung hinaus, drückten neue Spieler aus Elektronik-Bereichen in den Markt, die bislang in der Hausgeräte-Branche keine große Rolle gespielt hätten. All das führe dazu, dass E.G.O. noch agiler und anpassungsfähiger werden müsse, als das Unternehmen ohnehin schon sei, erklärte Schallock. „Dazu gehört die deutliche Stärkung unserer Innovationskraft – aber auch, dass wir unsere FoCus-Strategie – das steht als Kurzform für „For Customers“ – noch intensiver umsetzen werden. Wir müssen so nahe wie möglich an unseren Kunden und Märkten dran sein. Dadurch können wir noch schneller erkennen, welche Trends und Entwicklungen für die Zukunft eine entscheidende Rolle spielen.“

Veränderungen im Lebensstil wirken sich nach Schallocks Worten generell immer auch auf die Küche aus. Als Unternehmen, das Innovation als Teil seiner DNA und entscheidenden Bestandteil seiner Wettbewerbsfähigkeit verstehe, habe E.G.O. natürlich den Anspruch, auf aktuelle Küchentrends sehr schnell passende technologische Antworten zu finden. Ein Beispiel sei der Trend, offene Küchen als Teil des Wohnraums zu verstehen und zu integrieren. Eine Konsequenz dieser Entwicklung sei, dass die Geräuschentwicklung der Hausgeräte in der Küche zu einem wichtigen Aspekt werde. E.G.O. entwickle deshalb Technologien, um die Geräte leiser und energiesparender zu machen. Ein zweiter aktueller Trend sei das wachsende Bewusstsein für gesunde Ernährung. Als Antwort darauf habe E.G.O. eine Technologie auf den Markt gebracht, die es erlaube, Speisen besonders schonend zu garen – beziehungsweise die Nutzungsarten Dampf und Beheizung in einem Gerät platzsparend zu kombinieren. Auch die Digitalisierung der Küche als Teil eines Smart Home werde immer beliebter. Das setze voraus, dass E.G.O. für die Hausgeräte alle Arten der Konnektivität biete – und dass es neue Bedienkonzepte gebe, mit denen sich die Geräte in automatisierte Szenarien einbinden lassen und sie über moderne Benutzeroberflächen auch aus der Ferne zusammen mit anderen Geräten im Haus bedient werden können. Ein vierter wichtiger Trend sei auch, dass Kochen zu Hause eine Renaissance erlebe – quasi als Gegentrend zum parallel vorhandenen Wunsch nach möglichst einfacher, bequemer Zubereitung von

Pressemitteilung

Mahlzeiten beispielsweise mit Fertigprodukten. „Dabei wünschen sich die Menschen ein Kochfeld, das ihnen möglichst viel Flexibilität beim Einsatz von Töpfen und Pfannen bietet. Das lösen wir mit der ständigen Weiterentwicklung unserer Induktionstechnologie. Features wie Temperaturkontrollen oder das „Wiegen im Kochfeld“, um das Kochergebnis zu optimieren, sind ebenfalls in unserer Innovations-Cloud“, sagte der CEO von E.G.O.

Entwicklung in Oberderdingen, Spanien und China

Laut Schallock wird ein Großteil der neuen Produkte in Oberderdingen von der ersten Idee bis zur Serienreife vorangetrieben. Aber mit Blick auf die Strategie FoCus sei die buchstäbliche Nähe zu den Endkunden sehr wichtig, um deren bei Hausgeräten teilweise sehr unterschiedlichen Gewohnheiten und Wünsche zu verstehen und in Produkte einfließen zu lassen, die genau zu den Bedürfnissen der Menschen passen. Deshalb habe E.G.O. mit Lliçà de Vall in Spanien und Taicang in China zwei weitere starke Entwicklungszentren. Im vergangenen Jahr seien vor allem die Entwicklungskapazitäten in Taicang deutlich ausgebaut worden.

Geschäftsbereich HOT bleibt Umsatz-Spitzenreiter

Wie sich der Umsatz auf die einzelnen Geschäftsfelder der E.G.O. verteilt, erläuterte Wolfgang Bauer, in der Geschäftsführung für Vertrieb und Produktmanagement zuständig. Der Geschäftsbereich HOT ist traditionell der stärkste. Er hat mit Produkten zum Kochen und Backen oder zum Grillen sowie mit Komponenten für Dunstabzugshauben auch 2018 wieder einen Umsatzanteil von 392 Mio. € oder mehr als die Hälfte des Unternehmensumsatzes beigesteuert. Der zweitgrößte Anteil am Umsatz entfällt mit 73 Mio. € auf den Geschäftsbereich WET, also Lösungen für das Geschirrspülen oder Waschen. Der Geschäftsbereich INDUSTRIAL macht 10 Prozent des Umsatzes aus. Stabil hat sich 2018 laut Bauer der Bereich PROFESSIONAL entwickelt. Bei den Anwendungen zum professionellen Kochen, Backen, Waschen, Spülen und Trocknen verzeichnete die E.G.O.-Gruppe im Vergleich zu 2017 einen gleichbleibenden Umsatzanteil von 11 Prozent.

Umsatztreiber der E.G.O.-Gruppe

„Wir unterscheiden bei E.G.O. elektromechanische und elektronische Produkte. Bei den elektromechanischen Produkten entwickelte sich der Umsatz vor allem bei den Thermostaten und Rohrheizkörpern sehr positiv. So schlagen die Thermostate mit einem Plus von 3,6 Prozent im Vergleich zum Vor-

Pressemitteilung

jahr zu Buche. Bei den elektronischen Produkten waren unsere Produkte rund um die Induktionstechnologie mit 11,3 Prozent und die innovativen Touch Controls mit 8,2 Prozent starke Umsatztreiber. Und auch unsere Komponenten für das professionelle Kochen haben mit 8,2 Prozent ordentlich zugelegt“, erklärte Bauer. In Summe sei der Umsatz im elektromechanischen Produktsegment leicht zurückgegangen. Gründe hierfür seien ein langsamer, aber stetiger Nachfragerückgang bei den Guss-Kochplatten und auch ein immer schärferer Preisdruck am Markt. Der Umsatz mit den elektronischen Komponenten sei dagegen trotz Herausforderungen wie die Verknappung auf dem Beschaffungsmarkt gewachsen.

* * *



Dirk Schallock, Vorsitzender der
Geschäftsführung der E.G.O.-
Gruppe seit 1. Januar 2019



Wolfgang Bauer, Geschäftsführer
Vertrieb und Produktmanagement
der E.G.O.-Gruppe

Pressemitteilung

Über die E.G.O.-Gruppe

Zur E.G.O.-Gruppe zählen 20 Vertriebs- und Produktionsgesellschaften in 17 Ländern. Die Gruppe erwirtschaftete 2018 einen Umsatz von rund 603 Mio. Euro und beschäftigte mehr als 5.600 Mitarbeiter. Das Unternehmen mit Stammsitz im baden-württembergischen Oberderdingen gilt als einer der weltweit führenden Zulieferer für Hersteller von Hausgeräten. Der Firmengründer Karl Fischer entwickelte vor mehr als 80 Jahren die erste serientaugliche Elektro-Kochplatte. Heute produziert das Unternehmen alle Heiz- und Steuerelemente, die zum Kochen und Backen, zum Waschen, Trocknen und Geschirrspülen benötigt werden. Überdies liefert E.G.O. auch Komponenten, Systeme und Technologien für Gastronomie und professionelle Wäschepflege sowie anspruchsvolle Komponenten für die Medizin- und Gebäudetechnik oder die Automobilindustrie. Mehr Informationen auf der Website www.egoproducts.com

Kontakt:

Christine Metz
E.G.O. Elektro-Gerätebau GmbH
Director Corporate Communications
Rote-Tor-Straße 14
75038 Oberderdingen
Telefon (07045) 45 67 831
Telefax (07045) 96 15 831
E-Mail: Christine.Metz@egoproducts.com

Hubert Heinz
Communication Consultants GmbH
Engel & Heinz
Breitwiesenstraße 17
70565 Stuttgart
Telefon (0711) 9 78 93 21
Telefax (0711) 9 78 93 51
E-Mail: heinz@cc-stuttgart.de