



Unser Bestes für Ihre Familie

Pressemitteilung

Wieder Rekordjahr für Vorwerk – Wuppertaler Familienunternehmen gibt Jahreszahlen für 2004 bekannt – Vorwerk Gruppe noch internationaler

Wuppertal, 16. Juni 2005. Im Jahr 2004 hat Vorwerk die sehr gute Wachstumsentwicklung der vergangenen Jahre fortgesetzt. Das Geschäftsvolumen beträgt nun 2,074 Milliarden Euro und liegt damit 27 Prozent über dem Vorjahr. Auch ohne den Sondereffekt eines verlängerten Geschäftsjahres bei der akf betrug die Steigerung 21 Prozent. Ursache hierfür war zunächst internes Wachstum von 6 Prozent bei den Direktvertrieben für die Haushaltsgeräte und rund 7 Prozent bei den übrigen Tochterunternehmen. Hinzu kommt Wachstum durch die Akquisition von Jafra Cosmetics in den USA, das seit dem 1. Juni 2004 zu Vorwerk gehört.

Der Auslandsanteil am Geschäftsvolumen beträgt 50 Prozent. Bezogen auf das Kerngeschäft Direktvertrieb sind es sogar 70 Prozent. Die Vorwerk Gruppe ist in den letzten Jahren von einem stark deutsch geprägten, europäischen Unternehmen zu einem globalen Unternehmen geworden.

Auch in Deutschland erreichte Vorwerk deutliche Umsatzsteigerungen. Im Bereich Kobold Systems wuchs die deutsche Vertriebsgesellschaft um rund 1 Prozent auf 315 Millionen Euro. Der Marktanteil von Vorwerk Staubsaugern in Deutschland liegt bei rund 11 Prozent. Die Zahl der aktiven Berater stieg 2004 deutlich an. Die zu Kobold Systems gehörenden Vorwerk Einbauküchen erzielten nach einem Jahr der Stagnation ein Umsatzplus von rund 10 Prozent auf 35 Millionen Euro. Der deutsche Thermomix-Vertrieb erzielte ebenfalls ein Plus von 10 Prozent (27 Millionen Euro Umsatz). Das Bügelsystem Feelina hat den systematischen Aufbau in Deutschland weiter fortgesetzt. Die Teppichwerke erreichten trotz des schwierigen Marktes ein positives Ergebnis. Mit 11 Prozent bzw. 12 Prozent wuchsen die zur Vorwerk Gruppe gehörenden HECTAS Gebäudedienste und akf Finanzdienstleistungen deutlich.

Vorwerk konnte seine qualitativen und quantitativen strategischen Ziele erfolgreich verfolgen. Durch die Kombination von persönlicher Beratung und Vertrieb überwindet Vorwerk die Kaufzurückhaltung, die dem Einzelhandel und den Herstellern von Haushaltsgeräten heute so zu schaffen macht. Während alle von Tiefpreisen und Billig-Produktion reden, bleibt Vorwerk bei seiner Strategie, auf Qualität und Langlebigkeit der Produkte zu setzen.

Weichenstellungen

Im Jahr 2004 gab es eine Reihe von Entscheidungen für weiteres kontrolliertes, profitables Wachstum:



Unser Bestes für Ihre Familie

- Die für die Struktur und Kultur des Unternehmens deutlichste Veränderung war der Einstieg von Vorwerk in den Direktvertrieb von Kosmetika, Gesichts- und Körperpflege durch den **Erwerb von Jafra Cosmetics**. Während andere Handelsformen stagnieren oder gar zurückgehen, wächst der Direktvertrieb weltweit unaufhörlich, insbesondere das Teilssegment Kosmetik. Vorwerk ist nun auch in den „Americas“, vor allem in Mexiko und den USA, als Unternehmen stark vertreten. Mit rund 450 Millionen US-\$ Umsatz ist Jafra ein wichtiger Akteur im weltweiten Markt der Kosmetik.
- Im Jahr 2004 hat Vorwerk konkrete Vorarbeiten für den **Start in Russland** geleistet. Vorwerk will in diesem größten Land Europas angesichts des großen Wachstumspotenzials mit allen unseren Direktvertrieben langfristig Fuß fassen – sowohl mit Vorwerk Kobold Systems und Vorwerk Thermomix als auch mit Jafra Cosmetics. Vorwerk wird 2005 in Russland seine Vertriebssysteme testen und dann schrittweise an den Aufbau von Vertriebsorganisationen gehen.
- Die Länderausweitung schreitet voran. Weitere Vertriebe von Vorwerk wurden und werden gegründet: **Thermomix** startet in **Taiwan** – zugleich auch ein Testlauf für Thermomix in der **Volksrepublik China**. Und das **Bügelsystem Feelina** geht nach **Spanien**.
- Eine weit in die Zukunft weisende Entscheidung ist, als viertes Produkt bei den Haushaltsgeräten ganz stark auf **Wasserreiniger** zu setzen. Rund 1,5 Milliarden Menschen auf der Erde, davon die meisten in Asien, haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Dank heutiger Technologie, mit der Vorwerk als Hersteller und Vertrieb von Wasserreinigern in Indonesien, Thailand und Japan bereits Erfahrung hat, ist es möglich, Wasser zuverlässig zu reinigen, von Gerüchen und Chlorgesmack zu befreien und zu entkeimen. Wasserreiniger wie etwa unser Aquaguard helfen, eines der drängendsten Probleme des 21. Jahrhunderts zu lösen. Vorwerk will in Schanghai ein Kompetenz-Center für Wasserreiniger schaffen mit dem Ziel, das beste Gerät zu entwickeln und zu bauen, das für diesen Zweck verfügbar ist. Ziel ist der Aufbau eines Direktvertriebs für Wasserreiniger in China.

Vorwerk als Familienunternehmen

Die Vorwerk-Firmenkultur ist vom Thema Familie geprägt. Vorwerk trägt diese Familienbindung durch die Marken-Image-Kampagne auch nach außen. Die Idee des **Fernsehspots**: „Ich führe ein sehr erfolgreiches, kleines Familienunternehmen!“ kam so gut an, dass Vorwerk im letzten Jahr erstmals mit dem Medienpartner HÖRZU die „**Familien-Managerin 2004**“ gesucht hat. Die Aktion soll dazu beitragen, der Hausfrau und Mutter – ob sie sich nun ganz auf Familie konzentriert oder nebenbei auch noch einer Erwerbstätigkeit nachgeht – endlich die fehlende gesellschaftliche Anerkennung zu geben. Auf einer großen Gala in Berlin haben



Unser Bestes für Ihre Familie

Vorwerk und Hörzu die fünf ausgewählten Familien-Managerinnen im letzten Dezember im Beisein der Bundesfamilienministerin Renate Schmidt für herausragende persönliche Leistungen ausgezeichnet.

Die Aktion „Familien-Managerin“ war viel beachtet und wird auch in diesem Jahr fortgesetzt. Derzeit läuft die große Bewerbungs- und Vorschlagsrunde. Die Fernsehwerbung wird ebenfalls fortgesetzt und ab Oktober auch in Italien ausgestrahlt. Die Pflege des Marken-Images ist eine wichtige Maßnahme zur Erhöhung des langfristigen Unternehmenswertes.

Vorwerk als Arbeitgeber

Die Vorwerk Unternehmensgruppe hat weltweit derzeit rund 52.000 Mitarbeiter und Fachberater. Das sind weltweit rund 3.000 Angestellte und 1.500 Fachberater mehr als im Jahr zuvor. Hinzu kommen nun neu rund 435.000 Fachberaterinnen von Jafra. Es gibt also rund eine halbe Million Menschen auf der Welt, die mit Vorwerk beruflich verbunden sind. Auch in Deutschland ist die Zahl der für Vorwerk Tätigen gestiegen, und zwar um rund 800. Im Jahr 2004 waren es durchschnittlich rund 16.500.

Ausblick auf die Entwicklung 2005

Für das Gesamtjahr 2005 rechnet Vorwerk damit, dass sich der Wachstumskurs fortsetzt. Wir erwarten für 2005 ein Geschäftsvolumen von rund 2,2 Milliarden Euro, das sich je zur Hälfte aus realem Wachstum unserer verschiedenen Geschäftsbereiche und durch die die ganzjährige Berücksichtigung von Jafra in der Bilanz ergibt. Der Wachstumskurs wird fortgesetzt und neue Länder in Angriff genommen. Der Auslandsanteil am Direktvertrieb wird voraussichtlich auf 73 Prozent steigen.

Kontakt:

Vorwerk & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Jürgen Hardt
Mühlenweg 17 – 37
42270 Wuppertal
Tel. 0202 / 564-1221
Fax 0202 / 564-1812