

Lixil/Grohe

Umsatz steigt, Gewinn sinkt

Donnerstag, 03.11.2022

Lixil, Hersteller von Wassertechnologien und Gebäudeausstattung, zu dem auch die Marke Grohe gehört, gibt die Ergebnisse des zweiten Quartals des Geschäftsjahrs 2023 (01.04.22-31.03.23) bekannt. Demnach wird ein Umsatzanstieg aufgrund von Maßnahmen zur Sicherstellung von Produktlieferungen in einem schwierigen Geschäftsumfeld verzeichnet, Gleichzeitig jedoch ein rückläufiger Gewinn aufgrund der rapiden Schwächung des Yen über den prognostizierten Bereich hinaus sowie steigender Komponentenpreise und höherer Logistikkosten.

Umsatz

Der Umsatz für das erste Halbjahr stieg im Vergleich zum Vorjahr um 5,2% auf 732,7 Mrd. Yen (5,28 Mrd. Euro), was auf die Anstrengungen zurückzuführen ist, die Produktlieferungen in einem schwierigen Geschäftsumfeld sicherzustellen. Der Umsatz in Japan stieg um 1,2% auf 481,6 Mrd. Yen (3,47 Mrd. Euro). Die Umsatzquote durch das Geschäft mit Renovierungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 0,9 Prozentpunkte auf 41%. Die internationalen Umsätze stiegen im Jahresvergleich um 12,6% auf 257,7 Mrd. Yen (1,86 Mrd. Euro), ohne Berücksichtigung von Währungseffekten um 0,4%.

Kerngewinn

Das Kernergebnis für das erste Halbjahr sank im Vergleich zum Vorjahr um 31,1 Mrd. Yen (224 Mio. Euro) auf 6,2 Mrd. Yen (45 Mio. Euro), was auf die über die Erwartungen hinaus rasche Abwertung des Yen und den rapiden Anstieg der Komponenten- und Energiepreise zurückzuführen ist. Das Ergebnis wurde auch durch Bestandsanpassungen bei Kunden in Amerika beeinträchtigt, da die Verbrauchernachfrage in der Region nach den Zinserhöhungen nachließ. Darüber hinaus trug eine Abschwächung des chinesischen Immobilienmarktes zu den niedrigeren Kernergebnissen bei. Die Kernergebnismarge sank um 4,5 Prozentpunkte auf 0,8%.

Jonas Brennwald, Leader Lixil EMENA, kommentierte: „Wir agieren weiterhin in einem sehr unsicheren Umfeld. Die Konsolidierung einer agilen und widerstandsfähigen Lieferkette bleibt auch im zweiten Halbjahr unsere oberste Priorität, damit wir unseren Kunden in diesen Zeiten ein starker Partner sein können. Die Tatsache, dass wir uns als EMENA-Region auf das starke Netzwerk von Lixil verlassen können, ist ein großer Vorteil für die Marke Grohe.“

Umsatz steigt, Gewinn sinkt

Links

- [Grohe](#)
- [Lixil](#)