
Pressemitteilung

Geschäftsjahr 2019:

BHS tabletop AG wächst beim Umsatz und bleibt beim Ertrag stabil

Konzernumsatz steigt auf 121,4 Mio. EUR / BauscherHepp auf Erfolgsspur / Weitere Investitionen in Digital- und IT-Projekte / Vertriebsfolge: Zwischen Hardrock-Hotel und höchstem Hotel Afrikas

Selb, 6. März 2020. Trotz spürbarer Investitionszurückhaltung von Kunden in Exportmärkten und vieler schwelender Handelskonflikte ist die BHS tabletop AG, ein Unternehmen der Serafin Gruppe, im abgelaufenen Geschäftsjahr profitabel gewachsen. Mit 121,4 Mio. EUR lag der Konzernumsatz leicht höher als im Vorjahr (118,7 Mio. EUR). Das Unternehmen ist weiterhin profitabel und erzielte ein operatives Konzernergebnis (EBIT) vor Sondereffekten in Höhe von 3,9 Mio. EUR und lag damit nur leicht unter Vorjahresniveau (4,1 Mio. EUR). Die ergebniswirksamen Sondereffekte resultieren aus einer Veränderung im Vorstand und einer Wertberichtigung auf eine passive Finanzanlage.

Der Konzernjahresüberschuss, um die Sondereffekte bereinigt, beläuft sich auf 2,8 Mio. EUR (Vorjahr: 2,9 Mio. EUR). Die positive wirtschaftliche Situation geht einher mit einer fast gleichbleibenden Zahl von Beschäftigten – 2019 waren es durchschnittlich 1.155 Mitarbeiter, im Vorjahr 1.165.

„Es ist uns gelungen, z.B. durch neue Produktkonzepte, individuelle Dekorlösungen aus unserem Kreativzentrum oder das Tabletop Sortiment PLAYGROUND zentrale Bedürfnisse unserer Kunden zu bedienen. So konnten gegenläufige Trends im Marktumfeld gut kompensiert werden“, so Vorstandsvorsitzender Gerd Schwalber. Die Investitionsbereitschaft der Hotellerie und Gastronomie in Deutschland habe sich positiv ausgewirkt, negativ dagegen die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in vielen Tourismusdestinationen – vor allem im Nahen Osten.

BauscherHepp, Inc. mit deutlicher Umsatzsteigerung

Die US-Vertriebstochter BauscherHepp steigerte 2019 den Umsatz deutlich von 17,3 Mio. USD um 11 Prozent auf 19,2 Mio. USD (17,1 Mio. EUR). Dies wurde durch Absatzerfolge in mehreren Segmenten – Porzellan, Besteck und Buffetmöbel erreicht. Auch gewann BauscherHepp das Hard Rock Hotel als neue Referenz, was das attraktive Gesamtpaket der BauscherHepp als Tabletop-Anbieter unterstreicht.

Die auch im abgelaufenen Geschäftsjahr feststellbaren negativen Effekte des ungelösten Brexits, die nachweisbar bereits zu etlichen Restaurantschließungen in England führten, verursachten bei der John Artis Ltd. dagegen einen spürbaren Umsatzrückgang auf 11,2 Mio. GBP (12,7 Mio. EUR). In diesem anspruchsvollen Umfeld konnte John Artis die Umsatzrendite dennoch hoch halten. Somit leistete John Artis als Vertriebsgesellschaft einen wertvollen Beitrag zum Ergebnis des Unternehmens.

Laut Gerhard Schwalber dürfen die positiven Zahlen bei der BHS nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Situation in der deutschen Porzellanbranche angespannt sei. Grund seien der hohe Preisdruck auf der einen Seite und die absehbaren Auswirkungen des Klimapaketes der Bundesregierung auf der anderen Seite. „Für den Produktionsprozess von deutschem Hartporzellan wird für die chemische Reaktion Erdgas benötigt. Eine technische Alternative existiert nicht.“, so Schwalber. BHS tabletop habe in den letzten Jahren bereits erhebliche Investitionen getätigt, um weniger Energie zu verbrauchen und den CO₂-Ausstoß maßgeblich zu senken, unter anderem in den 2019 ans Netz gegangenen, hochmodernen und energieeffizienten Glühofen in Schönwald.

Angesichts der fehlenden technischen Alternativen drohe die angedachte klimapolitische Lenkungswirkung jedoch auszubleiben. „Der deutsche Sonderweg belastet die heimische Keramikindustrie. Wir wollen die Porzellanfirmen mit ihren Arbeitsplätzen in Bayern halten, um so das sogenannte Carbon Leakage (Verlagerung von Produktionsstätten ins Ausland mit niedrigeren ökologischen

Anforderungen) zu vermeiden. Wir sehen uns unseren Mitarbeitern gegenüber in der Pflicht und benötigen dafür die Unterstützung der Politik.“

Vertriebserfolge mit den Marken

Erfreulich stellt sich dagegen die Vertriebskraft der BHS dar: Sie findet ihren Ausdruck in vielen neuen prominenten Auftraggebern, darunter in Deutschland die Munich RE, das Schlosshotel Kronberg oder das ZDF, das in der Kantine jetzt unsere RFID-Lösung *pabis* einsetzt.

Vertriebserfolge feierten die Marken auch international. Tafelstern professional porcelain stattete in Johannesburg das neu eröffnete Kongresscenter und Hotel Leonardo aus – mit 234 Metern das derzeit höchste Gebäude in Afrika. Im Luxushotel Alsik im dänischen Sønderborg, das nach den Plänen des Stararchitekten Frank Gehry gestaltet und im Mai 2019 eröffnet wurde, war Schönwald erfolgreich. Bauscher stattete das italienische Kreuzfahrtschiff Costa Smeralda mit 130.000 Stück Porzellan aus. Dieses serviert nun in seinen 17 verschiedenen Outlets ausschließlich Bauscher-Porzellan der Formen *Enjoy*, *Purity* und *Modern Rustic*.

2020: Investitionen in die weitere Digitalisierung und in Showroom

Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen plant die BHS tabletop 2020 Investitionen in Höhe von 5 Mio. EUR, vor allem in den Bereichen Digitalisierung und IT. Davon verspricht sich das Unternehmen schlankere Prozesse und einen noch schnelleren Kundenservice. Desweiteren investiert das Unternehmen in die stärkere internationale Sichtbarkeit und Erlebbarkeit seiner Marken in Großbritannien und eröffnet voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2020 in London einen Showroom.

Einen deutlich negativen Effekt erwartet die BHS tabletop durch eine mögliche weitere Verbreitung des Coronavirus, da dieses das Reiseverhalten und somit das Ausgabeverhalten der Tabletop-Kunden wie Hotels, Restaurants, Fluggesellschaften oder Kreuzfahrtschiffe massiv beeinflussen würde.

Grundsätzlich sieht sich der BHS tabletop Konzern mit seinen drei Marken, seinem Tabletop-Portfolio sowie seinen effizienten Produktions- und Steuerungsprozessen gut für das Geschäftsjahr 2020 gerüstet. „Wir werden weiterhin intensiv an absatzfördernden Entwicklungs- und Vertriebsprojekten arbeiten. Basis ist eine deutlich zu steigernde Kunden- und Handelsnähe. Parallel werden wir unsere Kostenstrukturen optimieren“, gibt Gerd Schwalber die Marschroute vor. „Eine Grundstabilität der Rahmenbedingungen vorausgesetzt, gehen wir von einem stabilen bis leichten Wachstum beim Umsatz aus. Die geplante Stärkung der Vertriebskraft sowie die Investitionen in strategische Projekte werden zunächst das Ergebnis belasten, sich dann aber zunehmend positiv auf die Ergebnisse der Folgejahre auswirken und die Position der BHS im Markt stärken.“

Über BHS tabletop:

Die BHS tabletop AG (www.bhs-tabletop.de) ist Teil der Serafin Unternehmensgruppe, deren Philosophie auf die 150-jährige Unternehmertradition der Gesellschafterfamilie zurückgeht. Dem Leitmotiv „Verantwortung aus Tradition“ folgend, investiert Serafin in Unternehmen, um diese im Einklang mit allen Interessengruppen weiter zu entwickeln. Diese Entwicklung wird durch die Expertise der Beiräte Prof. Dr. Bernd Gottschalk, Wolfgang Ley und Prof. Dr. Heinrich von Pierer unterstützt.

www.serafin-gruppe.de

Für weitere Informationen:

Frank Schroedter, Christian Wolfram, Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation, 82131 Gauting
Tel: +49 (0)89 8935 633, Fax: +49 (0)89 893 563 550
Email: info@engel-zimmermann.de