

Grohe

„Nachfrage ist nach wie vor stark“

Montag, 01.08.2022

Der Umsatz von Lixil ist im ersten Quartal des Geschäftsjahr 2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) im Vergleich zum Vorjahr um 4% auf umgerechnet 2,61 Mrd. Euro gestiegen. Dies sei vor allem auf auf Wechselkurseffekte, Wachstum der Umsätze im japanischen Renovierungsmarkt und Fortschritte bei der wirtschaftlichen Erholung im asiatisch-pazifischen Raum zurückzuführen.

Der Umsatz des internationalen Geschäfts von LIXIL Water Technology (LWT), zu dem auch die Marke Grohe gehört, veränderte sich gegenüber dem Vorjahr in lokaler Währung kaum und stieg um 9,3 % auf 881,1 Mio. Euro.

Die Kernergebnismarge sank um 63% auf 42,68 Mio. Euro, was unter anderem auf die Auswirkungen der gestiegenen Kosten zurückzuführen sei. Die Kerngewinnspanne verschlechterte sich ebenfalls um 9,4 Prozentpunkte auf 4,8 %, erhole sich jedoch seit April jeden Monat, was auf Preisoptimierungen zur Bewältigung der anhaltenden Kostensteigerungen zurückzuführen sei. Die volle Wirkung der Preisoptimierungsmaßnahmen werde sich ab Oktober dieses Jahres bemerkbar machen. Darüber hinaus würden die positiven Auswirkungen des jüngsten Rückgangs der Rohstoff- und Brennstoffkosten erst im nächsten Jahr zum Tragen kommen. Anzeichen dafür seien jedoch bereits jetzt in Form von verbesserten Gewinnspannen zu erkennen.

Jonas Brennwald, Leader Lixil EMENA, kommentiert: „Während das makroökonomische Umfeld weiterhin volatil bleibt, setzen wir in der EMENA-Region weiterhin Maßnahmen um, die eine widerstandsfähigere Lieferkette schaffen werden. Die Nachfrage nach der Marke Grohe ist nach wie vor stark und die differenzierte Go-to-Market-Strategie wird weiterhin zum Erfolg von Lixil beitragen.“

„Nachfrage ist nach wie vor stark“