

Pressemitteilung

Montag, 14. März 2016

Auf Wachstumskurs - Bahlsen zieht positive Geschäftsbilanz 2015

- Mut, neue Wege zu gehen, zahlt sich aus
- Internationale Markteinführung von PiCK UP! Minis

Im Geschäftsjahr 2015 stiegen die Umsätze der Bahlsen-Gruppe um 3,9 Prozent auf 535 Millionen Euro, in Deutschland um 4,2 Prozent auf 274 Millionen Euro. Damit konnte Bahlsen seine Marktführerschaft im deutschen Süßgebäckmarkt ausbauen. In den fünf Werken wurden rund 137.200 Tonnen Süßgebäck produziert und weltweit ausgeliefert.

Bahlsen befindet sich auf Wachstumskurs. Das Geschäftsjahr 2015 konnte der Gebäckhersteller mit Hauptsitz in Hannover mit einer deutlichen Umsatzsteigerung abschließen. So stieg der Umsatz der Bahlsen Gruppe im Jahr 2015 auf 535 Millionen Euro (Vorjahr: 515 Millionen Euro), dies entspricht einem Zuwachs von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt wurden in den fünf Werken von Bahlsen 137.200 Tonnen Süßgebäck gebacken und weltweit ausgeliefert, womit die Produktion im Jahr 2015 um 5.200 Tonnen gegenüber dem Vorjahr gestiegen ist. Auch international war Bahlsen sehr erfolgreich. Besonders Polen, UK, USA, China und der arabische Raum haben deutliche Zuwachsraten erzielt. „2015 war ein sehr gutes Jahr für Bahlsen. Das zeigt, dass die Neuausrichtung des Unternehmens, die im Mai 2014 eingeleitet wurde, Früchte trägt und wir unser Unternehmen für die Zukunft gut aufgestellt haben“, sagt Sönke Renk, Mitglied des Management Boards der Bahlsen GmbH & Co. KG. Im Zuge der Umstrukturierung wurde die Rolle der Business Units (Ländergesellschaften) gestärkt. Die Entwicklung neuer Produkte, Marketing, Vertrieb und Produktion liegen jetzt in der Verantwortung der jeweiligen Business Units. „Damit sind wir deutlich mutiger und schneller geworden“, erläutert Renk.

Dies zeigen auch die Ergebnisse in Deutschland, dem für Bahlsen nach wie vor wichtigsten Markt. In 2015 wurden 274 Millionen Euro umgesetzt, im Jahr davor waren es noch 263 Millionen Euro (d.h. ein Plus von 4,2 Prozent). Im Süßgebäckmarkt konnte Bahlsen in Deutschland seine Marktanteile im Jahr 2015 auf 11,7 Prozent ausbauen, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 0,4 Prozentpunkten ist. Dieser Zuwachs ist auf die positive Entwicklung aller Marken - Leibniz, Bahlsen und Brandt - zurückzuführen. „Damit haben wir uns in einem hart umkämpften Wettbewerbsumfeld behauptet und unsere Position als Marktführer weiter ausgebaut“, freut sich Michael Hähnel, Vorsitzender der Geschäftsleitung Bahlsen Deutschland. „Denn am wachsenden Süßgebäckmarkt in Deutschland konnte im vergangenen Jahr nur das Unternehmen Bahlsen Marktanteile gewinnen. Wir wachsen also stärker als unsere Mitbewerber.“ Auch im Riegelmarkt zeigt sich dieser Aufwärtstrend. Der Riegel PiCK UP! konnte seinen Marktanteil um 0,4 Prozentpunkte auf 4,5 Prozent ausbauen. Wichtiger Erfolgstreiber für die Business Unit Deutschland waren die zahlreichen Produktinnovationen des vergangenen Jahres. Hierzu zählen beispielsweise die Leibniz Minions, die mehr als doppelt so oft verkauft wurden als eigentlich geplant

Unternehmenskommunikation

Christian Bahlmann
Leiter Unternehmenskommunikation

T +49 (0)511 960 2627
F +49 (0)511 960 2442
Presse@bahlsen.com
www.bahlsen.com

Bahlsen GmbH & Co. KG
Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland

(statt geplanten 250 Tonnen wurden 630 Tonnen verkauft) und Leibniz über eine Million neue Käufer zuführten. Auch die Zusammenarbeit mit McDonald's ist eine Erfolgsstory. Die Aktion McFlurry PiCK UP! wurde zweimal verlängert und dauerte damit von Mai 2015 bis März 2016. „Es ist damit die erfolgreichste McFlurry-Kooperation aller Zeiten“, so Hähnel.

Zudem konnte das Unternehmen neue und junge Zielgruppen über alle Marken hinweg gewinnen. Auch dies war erklärtes Ziel der Restrukturierung, zu der auch eine Neupositionierung der Marke Bahlsen gehörte - mit einem frischen Produktdesign, neuen Verpackungskonzepten, einem überarbeiteten Logo sowie attraktiven Neuprodukten wie z.B. den Bahlsen Cookies, den Bahlsen XL Brownie und den Bahlsen Happy Cake.

„Die Käufer unserer neuen Produkte - sei es von Bahlsen, Leibniz oder PiCK UP! - sind deutlich jünger, als es die Konsumenten von Süßgebäck sonst sind“, sagt Hähnel. Zu dieser erfreulichen Entwicklung beigetragen hat auch die kreative und emotionale Markeninszenierung. Eindrucksvoll belegt wurde dies beispielsweise mit den tagesaktuellen TV-Spots, mit denen PiCK UP! innerhalb der RTL-Show „Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!“ warb. Aber auch mit der großen Zahl an Fans, die PiCK UP! und Leibniz inzwischen auf Facebook haben: Die beiden Marken zählen auf der Social-Media-Plattform zu den beliebtesten zehn Brands im Süßwarenereich.

Auch in diesem Jahr führt Bahlsen eine Reihe neuer Produkte ein. Dazu zählen Leibniz Keks'n Cream Choco, Bahlsen Cookie Chips, Bahlsen Comtess Typ Choco-Cheesecake, Bahlsen Mini Cookies Peanutbutter, eine Vollkornvariante des Bahlsen ABC Russisch Brot in Herzform sowie im Saisonartikelbereich Bahlsen Lebkuchen Sticks und Bahlsen Weiße Sterne. Zu den großen Neuheiten in diesem Jahr zählt die internationale Markteinführung von PiCK UP! Minis. Mit gleicher Rezeptur aber anderer Größe präsentiert sich PiCK UP! somit im praktischen Snacking-Format. Damit spricht die Marke weitere Zielgruppen an, kann neue Verzehranlässe bedienen und zeigt sich innovativ im Riegelmarkt. In diesem Zusammenhang wurde auch eine größere Investition im Werk Berlin getätigt.

Im Jahr 2015 hat Bahlsen auch im Bereich Nachhaltigkeit erneut wichtige Schritte unternommen. So erfolgte die Komplettumstellung des reinen Palmöls auf den RSPO Standard „Segregated“. Zudem wurde das Werk Barsinghausen vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) für sein nachhaltiges Wirtschaften zertifiziert. Außerdem engagiert sich Bahlsen als Partner der Initiative „Plant for the Planet“ und ermöglichte in diesem Jahr sechs Plant-for-the-Planet-Akademien bei denen knapp 700 Klimabotschafter ausgebildet wurden. Im Rahmen dieser Partnerschaft gab Bahlsen selbst das Versprechen neue Bäume zu pflanzen. 76.670 neue Bäume hat Bahlsen bereits gepflanzt. Des Weiteren hat Bahlsen gemeinsam mit dem WWF und „wild asia“ ein Projekt zur Zertifizierung von Kleinbauern in Malaysia ins Leben gerufen, das im Herbst 2015 gestartet ist. Ziel des Projekts ist es, dass die Kleinbauern der Region lernen, ihre Palmölplantagen nachhaltig zu bewirtschaften.



Über das Unternehmen Bahlsen

Bahlsen ist eines der bekanntesten Unternehmen in Deutschland - seit über 125 Jahren. Mit seinen Marken Bahlsen, Leibniz, Brandt und PiCK UP! ist das Familienunternehmen aus Hannover Marktführer im deutschen Süßgebäckmarkt und europaweit einer der führenden Anbieter. Seit Unternehmensgründer Hermann Bahlsen vor 125 Jahren den Leibniz Keks erfand, entwickelt sich das Unternehmen stetig weiter und begeistert seine Kunden neben den bekannten Klassikern kontinuierlich mit Innovationen. Bahlsen produziert in insgesamt fünf Werken in Deutschland und Polen und liefert jährlich rund 137.200 Tonnen Gebäck in mehr als 55 Länder weltweit. Insgesamt arbeiten für die Bahlsen Group rund 2.600 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Umsatz von 535 Millionen Euro (2015).