



Herausforderndes Geschäftsjahr 2013/14 für Banner Batterien

(Mynewsdesk) Auf ein herausforderndes Geschäftsjahr 2013/14 (01.04.2013 bis 31.03.2014) blickt der österreichische Starterbatteriespezialist Banner Batterien zurück. Der Gruppenumsatz konnte trotz des außergewöhnlich milden Winters in Kontinentaleuropa bei 233 Millionen Euro stabil gehalten werden. Die hohe Nachfrage nach AGM-Batterien für Start-Stopp-Fahrzeuge und die erfolgreiche Markteinführung von Starterbatterien unter der Marke Duracell waren dabei die wesentlichen Erfolgsfaktoren im abgelaufenen Wirtschaftsjahr. München, 26. Mai 2014. Vor allem bei umweltfreundlichen Start-Stopp-Batterien entwickelten sich die Umsätze mit der Automobilindustrie im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013/14 (01.04.2013 bis 31.03.2014) erneut positiv. So beliefert Banner Batterien aktuell die Hersteller Audi, BMW, Mercedes-Benz, Porsche und Volvo mit der innovativen AGM-Technologie. Die AGM-Batterien machen bereits mehr als 20 Prozent unserer Produktionsmenge aus. Daher haben wir in den vergangenen beiden Jahren die Kapazitäten für ein weiteres Wachstum bei dieser Zukunftstechnologie ausgebaut, sagt Günter Helmchen, Geschäftsführer der Banner Batterien Deutschland GmbH. Gleichwohl konnte der Premiumanbieter mit dem Verkauf von 3,70 Millionen Stück Starterbatterien im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund des außergewöhnlich milden Winters nicht an das vergleichbare Vorjahresergebnis anknüpfen. Dabei entfiel auch in diesem Geschäftsjahr wieder der Löwenanteil des Geschäftes auf die Ersatzbatterie. Positiv entwickelten sich die Batterieverkäufe vor allem in Westeuropa, wo unter anderem eine Schnellservice-Kette für Kfz-Teile als Neukunde gewonnen werden konnte. Zufriedenstellend verlief auch die Entwicklung in Märkten Osteuropas, wo der Kfz-Bestand allgemein noch wächst. Zudem konnten die Exporte in Perspektivmärkte sowie in Staaten der Region Naher Osten und Nordafrika gesteigert werden. In Südeuropa führten hingegen die sinkende Nachfrage nach Qualitätsbatterien und fallende Marktpreise zu rückläufigen Absätzen. Insgesamt erzielte die Gruppe einen Umsatz von 233 Millionen Euro (plus 1 Million/Vorjahr). Dank der guten Nachfrage nach hochwertigen AGM- und Nutzfahrzeug-Batterien konnten wir den Umsatz auf dem Vorjahresniveau halten, so Günter Helmchen. Auch im Bereich der Industriebatterien gelang dem Unternehmen eine Stabilisierung des Umsatzes bei 25 Millionen Euro und das trotz zurückhaltender Investitionskonjunktur. Mit Stichtag 31.03.2014 beschäftigt Banner gruppenweit 770 Mitarbeiter (plus 10 Mitarbeiter/Vorjahr). Diese zusätzlichen Mitarbeiter werden hauptsächlich im Werk Linz-Leonding im Bereich der Finish-Anlagen für AGM-Batterien beschäftigt. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand in Höhe von sieben Millionen Euro blieb unverändert und ist der Weiterentwicklung der Banner Blei-Säure-Batterien für Hybridfahrzeuge zuzuschreiben. Erfolgreicher Start: Duracell Starterbatterien. Banner hat die Exklusivrechte für die Vermarktung von Duracell Starterbatterien in Europa, Afrika und im Nahen und Mittleren Osten erworben. Seit April 2013 werden insgesamt 46 unterschiedliche Batterietypen für Pkw und Nfz in den Produktfamilien Extreme, Advanced, Starter und Professional angeboten. In wichtigen Märkten, wie Italien, Großbritannien, den Benelux-Ländern, gelang es, umsatzstarke Kunden zu gewinnen, so dass bereits sämtliche angestrebten Verkaufsziele im ersten Geschäftsjahr erfüllt wurden. Mit der Marke Duracell gelingt es uns, im Marken-/Qualitäts-Segment Zusatzverkäufe zu erzielen, speziell in Märkten, wo die Marke Banner weniger bekannt ist, ist Günter Helmchen überzeugt. Auszeichnungen untermauern die Marken-Qualitätsstrategie. Nach dem historischen Testergebnis sehr gut bei Stiftung Warentest 2012 wurde die Premiumbatterie Power Bull im Dezember 2013 von der renommierten schwedischen Testorganisation Testfakta zum Testsieger gekürt und mit dem Best in Test-Prädikat ausgezeichnet. Die getestete Batterietype PRO P6340 verwies in diesem Vergleichstest namhafte Mitbewerbsprodukte auf die Plätze. Dank einer konsequenten, seit nunmehr 75 Jahren praktizierten Markenstrategie zählt Banner zu den bekanntesten Batteriemarken Europas. Dies bestätigen auch die jüngsten Leserbefragungen durch deutsche Fachmagazine wie auto motor und sport (Best Brands Nr. 7/2014) und Autozeitung (Die besten Marken Nr. 6/2014). Bei beiden Umfragen belegte die Marke Banner den hervorragenden dritten Platz. Anlässlich einer Umfrage des Fachmagazins markt intern wurde zudem der Geschäftsführer von Banner Batterien Deutschland, Günter Helmchen, auf Anhieb vom Auto-Fachhandel zu einem der besten Automarkt-Manager 2013 gewählt. Mit der Note 2,37 Platz rangiert Helmchen auf dem stolzen 17. Platz von insgesamt 48 Plätzen. Gelobt wird vor allem sein aufrichtiges Interesse am Autohandel vor Ort. Durchbruch der AGM-Technologie. Nach Überzeugung von Banner Batterien werden bis 2015 ganze 90 Prozent aller Neufahrzeuge mit einem Start-Stopp-System ausgestattet sein. Der Grund, so Banner Batterien Deutschland Geschäftsführer Günter Helmchen: Die Kombination von Start-Stopp-Systemen mit weiterentwickelten Bleibatterien in AGM- oder EFB-Technologie ist für die europäische Fahrzeugindustrie die wirtschaftlich attraktivste Energielösung, um CO2-Emissionen zu senken. Um den aktuellen Kenntnisstand der Fachhandelspartner zum Thema AGM-Technologie zu erfahren, hat Banner Batterien unter dem Titel Batterietechnologie für Start-Stopp-Anwendungen und Informationskanäle Antriebe in diesem Jahr zum zweiten Mal eine Studie bei puls Marktforschung in Auftrag gegeben. Das Fazit: Die Bekanntheit von AGM-Batterien ist deutlich gestiegen. Vor allem Händler deutscher Premiumhersteller werden heute mit der zukunftssträchtigen AGM-Technologie konfrontiert. Damit steht fest: Das Thema AGM-Technologie gewinnt an Fahrt und die Automobilhändler sind dabei. Jetzt gilt es, weiter in Schulungen zu investieren. Hier sind wir als AGM-Batteriespezialist mit unserem persönlichen Know-how für Inhaber und Mitarbeiter der Werkstätten stark gefordert, sagt Günter Helmchen, Geschäftsführer Banner Batterien Deutschland GmbH. Supply Chain Management und Erweiterung der Lagerkapazitäten. Seit Sommer 2013 verstärkt eine eigene Supply Chain Management Abteilung die Banner Gruppe. Ziel des zugrunde liegenden Prozessmodells ist die optimale Organisation der Versorgungskette, um mehr Kundenzufriedenheit bei gleichzeitig weniger gebundenen Betriebsmitteln zu erzielen. Vor diesem Hintergrund ist der Bau eines vollautomatischen Hochregallagers im Banner Batterien Werk im österreichischen Linz-Leonding zu sehen, mit dessen Errichtung im Oktober 2013 begonnen wurde. Nach Fertigstellung im Spätherbst 2014 werden zusätzlich rund 10.000 Palettenplätze zur Verfügung stehen und die Produktion deutlich flexibler an die Saisonalitäten des Batterieverkaufs ausgerichtet werden. Als Brandschutz wird eine Sauerstoffreduktion implementiert. Das Investitionsvolumen beträgt rund sieben Millionen Euro. Umweltfreundliche Produktion. Eine grüne Produktion hat für Banner Batterien eine langjährige Tradition. Heute zählt der Banner Batterien Produktionsstandort Linz-Leonding zu einer der modernsten Produktionsstätten von Starterbatterien weltweit. Der Premiumanbieter produziert nach den Richtlinien des Umweltmanagement-Systems entsprechend den Forderungen der ISO 14001:2004. Blei ist bis zu 99 Prozent recyclingfähig. In Europa erzielt der Rohstoff heute die höchste Sammelquote unter allen recycelbaren Gütern am Markt. Ausblick Banner Batterien. Mit Blick auf die künftige Marktentwicklung von Starterbatterien in Europa zeichnet der Geschäftsführer von Banner Batterien Deutschland, Günter Helmchen, ein differenziertes Bild: Der europäische Markt für Starterbatterien wird im Wesentlichen von zwei gegenläufigen Trends beherrscht. Ein Großteil der Fahrzeugindustrie setzt im Erstgeschäft noch stärker auf AGM- und EFB-Batterien für Start-Stopp-Fahrzeuge. Damit sollen CO2-Emissionen und der Treibstoffverbrauch nachhaltig gesenkt werden. Im Gegensatz dazu führen die massiv steigenden Mobilitätskosten und damit teilweise stillgelegte Fahrzeuge in Europa zu einer Stagnation des Absatzes von konventionellen Ersatzbatterien. Trotz allem ist Helmchen überzeugt, mit höchster Qualität und Service punkten zu können und so Banner wieder auf Wachstumskurs zu bringen. Unser primäres Ziel ist und bleibt eine nachhaltige, wirtschaftlich gesunde Unternehmensausrichtung. 2014 wollen wir die Absatzmenge im europäischen Nachrüstmarkt mit den Marken Banner und Duracell wieder steigern. In der Erstausrüstung soll mit einer zusätzlichen Produktlinie einer Start-Stopp-Batterie die Position von Banner Batterien in diesem Zukunftsmarkt gestärkt werden, resümiert Günter Helmchen.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im IFI Media Wirtschaft & Finanzen - Die Pressefrau .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/10trgv>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/vermischtes/herausforderndes-geschaeftsjahr-2013-14-fuer-banner-batterien-74042>

Pressekontakt

-

Isabella Finsterwalder
Roseggerstraße 14
85653 Aying

finsterwalder@die-pressefrau.de

Firmenkontakt

-

Isabella Finsterwalder
Roseggerstraße 14
85653 Aying

shortpr.com/10trgv
finsterwalder@die-pressefrau.de

Banner
Batterien auf einen Blick

Die Banner Batterien

Deutschland GmbH ist ein innovativer, expandierender Hersteller hochwertiger Starterbatterien. Seit 1937 produziert das Unternehmen mit Sitz in Leonding, Österreich, Batterien für Fahrzeuge aller Art. Das Familienunternehmen unter der Leitung von Andreas Bawart und Mag. Thomas Bawart beschäftigt europaweit rund 770 Mitarbeiter. Banner Batterien produziert und verkauft über 3,7 Millionen Starterbatterien jährlich. Damit zählt Banner Batterien zu den traditionsreichsten, erfahrensten und bedeutendsten Marken in der Akkumulatoren-Herstellung. Banner Batterien gehören zur Erstausrüstung zahlreicher Modelle von Audi, BMW, Caterpillar, Jungheinrich, Kässbohrer, Liebherr, Mercedes, Mitsubishi, Porsche, Skoda, Volvo und VW. In Österreich, Deutschland, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Großbritannien, Dänemark, Polen, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Russland, Rumänien, Bulgarien und der Türkei erfolgt die Händlerbetreuung durch eigene Vertriebsgesellschaften mit insgesamt 28 Niederlassungen. In über weiteren 50 Staaten Europas, Afrikas und Asiens werden die Produkte über Direktimporteure verkauft. Zukunftsorientierte Technik und herausragende Qualität unterstreichen den internationalen Ruf der Vorzeigeprodukte mit der Kraft des Büffels, die auch das Banner Logo prägt. Weitere Informationen unter www.bannerbatterien.com: <http://www.bannerbatterien.com/>