



GESCHÄFTSJAHR 2013: FISSLER ERZIELT ERFREULICHE UMSATZSTEIGERUNGEN UND WÄCHST IN DEUTSCHLAND DEUTLICH STÄRKER ALS DER MARKT

(Mynewsdesk) Der Hersteller von Premium-Kochgeschirr "Made in Germany" berichtet, dass der Umsatz im Heimatmarkt Deutschland mit sieben Prozent deutlich stärker wuchs als im Vorjahr. International ist Fissler unverändert auf Wachstumskurs. Die ausländischen Tochtergesellschaften steigerten erneut ihren Umsatz ? insgesamt um fast neun Prozent in lokaler Währung.

Die aktuelle Geschäftsentwicklung von Fissler bestätigt ein weiteres Mal die konsequente Strategie, auf Premium zu setzen. Während die Internationalisierung weiter voranschreitet, erzielte das Familienunternehmen 2013 auch in Deutschland äußerst positive Ergebnisse: "In unserem Heimatmarkt haben wir uns mit der Repositionierung der Marke vom Wettbewerb abkoppeln können. Die Steigerung des Umsatzes fällt mit sieben Prozent gegenüber 2012 außergewöhnlich hoch aus", so Geschäftsführer Markus H. Kepka. Damit generiert Deutschland 29 Prozent des Gesamtumsatzes von 218 Millionen Euro. International sind die asiatischen Landesgesellschaften weiterhin die Umsatztreiber. Insgesamt steigerten die ausländischen Tochtergesellschaften ihren Umsatz in lokaler Währung um fast neun Prozent, in Euro um mehr als fünf Prozent.

Das Familienunternehmen aus Idar-Oberstein erzielte im vergangenen Jahr mit 218 Millionen Euro ein Plus von über sechs Prozent im Vergleich zu 2012. Damit ist der Wachstumskurs auch im elften Jahr in Folge ungebrochen. "Dass wir das Geschäftsjahr 2013 so erfolgreich abschließen, hat sogar unsere optimistischen Erwartungen übertroffen", bestätigt Kepka. Fissler beschäftigt 789 Mitarbeiter (2012: 765).

Wachstum gegen den Trend

Mit dem Umsatzergebnis in Deutschland wächst Fissler deutlich stärker als der Gesamtmarkt. Dazu trugen vornehmlich der Sortimentsverkauf und nahezu alle Vertriebskanäle bei. "Grundlage dieses Erfolgs ist unsere Premiumstrategie bei Sortiment, Beratung und Kommunikation, die wir seit 2011 konsequent verfolgen", so Kepka. Den Kern dieser Wertorientierung bilden die Premium-Produkte von Fissler. Kepka freut dabei besonders, dass diejenigen Handelspartner, die Fissler mit Mut und Weitsicht auf diesem Kurs begleiteten, ebenfalls von dem Erfolg profitierten.

Zur Markenoffensive gehörten auch hochwertige Werbeaktivitäten und individuelle Themenpromotions. Diese erzielten beim Handel höhere Umsätze und Erträge als die preisaggressive Angebotspolitik der Vergangenheit. "Ein gutes Beispiel ist unser Engagement bei der SAT.1 Sendung 'THE TASTE'. Die TV-Präsenz hat für wichtige Impulse gesorgt und eine hohe Nachfrage für das gesamte Fissler-Sortiment erzeugt", führt Kepka weiter aus. Darüber hinaus konnte sich die Marke damit nachweislich jüngere Zielgruppen erschließen.

Planmäßiger Einsatz des 30 Millionen Euro Investitionspakets

Um die gewohnt hohe Produktqualität auch weiterhin garantieren und die weltweit steigende Nachfrage befriedigen zu können, startete Fissler 2012 ein 30 Millionen Euro starkes Investitionsprogramm. Bis 2015 wird in Produktion und Logistik der heimischen Standorte investiert. Die Umsetzung verläuft bisher planmäßig, und bereits gut ein Drittel des Budgets wurde 2013 eingesetzt. "Ein Teil davon floss in unsere neue Pressenstraße im Werk Neubrückle. Mit ihr schaffen wir nachhaltig Arbeitsplätze in der Region, stärken gleichzeitig unsere Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit und unterstreichen unser Attribut 'Made in Germany'", so Kepka.

Ausbau des internationalen Vertriebs

International knüpfte Fissler an bestehende Erfolge an und setzte auch 2013 wieder starke Akzente. In China gelang die erfolgreiche Einführung des immerscharfen Messers bionic. Zugleich nahm dort die "Fissler Academy" ihre Arbeit auf. Sie bietet Kochveranstaltungen für Endverbraucher und VIP-Kunden an, richtet sich aber auch an angehende Profi-Köche: Diese können sich bei der Akademie bewerben, und ausgewählte Kandidaten werden langfristig betreut und gefördert.

In den Vereinigten Staaten konnten Listungen bei führenden Facheinzelhandelsketten erzielt werden.

Auch in Österreich setzte Fissler Glanzpunkte: Die exklusive Designausstellung "Fissler ? For your Fantasy", die Kunstobjekte aus Kochgeschirr und Küchenhelfern zeigt, begeisterte zur Weihnachtszeit die Kunden und war ein großer Erfolg. In Kufstein gab es im Januar 2014 eine Premiere: Dort öffnete der erste Fissler Flagship Store Österreichs seine Pforten.

Ausweitung des Produktportfolios

Auch 2014 wird Fissler seine bewährte Premiumstrategie fortsetzen und präsentiert viele Neuheiten während der Ambiente in Frankfurt. Mit cook'n'serve eröffnet Fissler eine neue Produktkategorie, die es möglich macht, frisch Zubereitetes vom Herd oder Grill direkt auf den Tisch zu bringen. Auch die Premium-Küchenhelferserie Q! aus satiniertem Edelstahl setzt Maßstäbe. Jeder der Helfer besticht durch einzigartiges Design und durchdachte Funktionen mit einem gewissen "Extra". Ausblick auf ein besonderes Highlight im Herbst 2014 gibt Fissler mit der Vorstellung von vitacontrol® digital: die intelligente Vernetzung des Schnellkochens bzw. Dampfgarens, dem Kochassistenten vitacontrol® digital mit Bluetooth-Funktion und einer ideen- und informationsreichen App. Die App kontrolliert und steuert zugleich punktgenau den gesamten Kochvorgang. Mit dem innovativen Kochsystem wird Schnellkochen und Dampfgaren zum smarten Kochvergnügen und Fissler zum Vorreiter in diesem Segment.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/p7h3yg>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wirtschaft-mittelstand/geschaeftsjahr-2013-fissler-erzielt-erfreuliche-umsatzsteigerungen-und-waechst-in-deutschland-deutlich-staerker-als-der-markt-2018>

=== Markus H. Kepka, Geschäftsführer der Fissler GmbH (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/jwy29>

Permanenter Link:

<http://www.themenportal.de/bilder/markus-h-kepka-geschaeftsfuehrer-der-fissler-gmbh>

Pressekontakt

c/o :relations Gesellschaft für Kommunikation mbH

Frau Iris Löhlein
Mörfelder Landstraße 72
60598 Frankfurt am Main

pressestelle_fissler@relations.de

Firmenkontakt

c/o :relations Gesellschaft für Kommunikation mbH

Frau Iris Löhlein
Mörfelder Landstraße 72
60598 Frankfurt am Main

relations.de
pressestelle_fissler@relations.de

Das deutsche Familienunternehmen Fissler wurde 1845 von Carl Philipp Fissler in Idar-Oberstein gegründet. Heute steht die Marke für Freude und Leidenschaft am Kochen und ist eine der weltweit führenden Marken für qualitativ hochwertiges Kochgeschirr. Fissler beschäftigt 789 Mitarbeiter. Die Premium-Produkte von Fissler sind "Made in Germany" und in über 70 Ländern vertreten. Fissler trägt die Gütesiegel "TOP 50 deutsche Luxusunternehmen" sowie "TOP 100" und gehört mit Letzterem zu den innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand. Weitere Informationen: www.fissler.de