Position als Marktführer gefestigt

Categories : Aktuelles

Date : 1. Juni 2017

Der Nettoumsatz der Grundfos Gruppe erreichte im Jahr 2016 3,3 Mrd. EURO, der Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf 296 Mio. EURO. Ein starkes 2. Halbjahr führte zu einem Ganzjahreswachstum von 0,5 Prozent in lokaler Währung und netto nach Desinvestitionen. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg im vergangenen Jahr um ca. 28 Mio. EURO. Bereinigt um nicht leistungsbezogene Positionen der Jahre 2015 und 2016 erhöhte sich der EBIT um 25 Prozent im Vergleich zum Jahr 2015.

> "Im Jahr 2016 hatte es oberste Priorität, die finanzielle Trendwende fortzusetzen, die wir im Jahr 2014 begonnen haben. Mit einem Anstieg von 25 Prozent des zugrunde liegenden EBIT sind wir zufrieden mit dem erreichten Ergebnis", sagt Grundfos Konzernpräsident Mads Nipper und fügt hinzu: "Auf Grundlage der verfügbaren Marktdaten schätzen wir, dass der gesamte Markt, den wir mit unseren Angeboten bedienen, im Jahr 2016 sogar einen schwachen Rückgang erlebt hat. Vor diesem Hintergrund bedeutet unser bescheidenes Wachstum, dass wir unseren globalen Marktanteil steigern konnten. Nach einem schwierigen ersten Halbjahr 2016 sind wir besonders glücklich, dass uns die zweite Hälfte des Jahres 2016 wieder etwas Umsatzdynamik beschert hat."

Mads Nipper, Konzernpräsident der Grundfos Gruppe.

Das Gesamtjahreswachstum wurde in mehreren wichtigen Märkten, wie Deutschland, China,

Großbritannien und in einigen anderen europäischen und asiatischen Märkten, erzielt. Allerdings gab es in Russland, dem Nahen und Mittleren Osten aufgrund des niedrigen Ölpreises und der finanziellen Unsicherheit nur wenige Aktivitäten. Auch die USA verzeichneten einen Umsatzrückgang nach dem starken Wachstum in 2015.

Der Wettbewerb auf unseren Märkten ist stark, und wir müssen uns ständig auf die innovativsten Lösungen und den besten Lieferservice für unsere Kunden konzentrieren und gleichzeitig unsere Kosten senken", sagt Mads Nipper und fügt hinzu: "Im Jahr 2016 haben wir die Investitionen in unsere strategischen Fokusbereiche, wie das Servicegeschäft und die Entwicklung von digitalfähigen Angeboten, intensiviert. In den nächsten Jahren werden wir die Transformation in diesen Bereichen fortsetzen und den Mehrwert für unsere Kunden ständig erhöhen", erklärt Mads Nipper.