

Pressemitteilung

18. April 2007

Lekkerland Umsatz steigt über 10,5 Mrd. Euro

- Umsatz steigt um 16 Prozent
- EBITDA steigt auf 162 Mio. €
- Strategie als europäischer Dienstleister bestätigt

Der Convenience-Großhändler Lekkerland GmbH & Co. KG hat seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2006 auf 10,55 Mrd. € gesteigert und legte damit um 16,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu. „Wir hatten uns ein ambitioniertes Ziel für 2006 gesteckt und sind sowohl organisch als auch durch Übernahmen gewachsen. Erstmals hat Lekkerland die 10 Mrd. € Umsatzgrenze überschritten“, erklärt Christian Berner, Chief Executive Officer Lekkerland im Rahmen der heutigen Pressekonferenz. Bereinigt um Akquisitionen weist das Unternehmen ein Umsatzwachstum von 9,4 Prozent aus. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erhöhte sich um 1,1 Prozent auf 162,3 Mio. €. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) weist im Wesentlichen aufgrund von Akquisitionen im Vergleich zum Vorjahr ein leichtes Minus von 1,8 Prozent auf und beträgt 113 Mio. €. Gefördert durch einen einmaligen Steuereffekt stieg der Jahresüberschuss um vier Prozent auf 93,5 Mio. €.

Die Investitionen betragen im Geschäftsjahr 64,9 Mio. €, 5,5 Mio. € weniger als im Vorjahr. In sonstige immaterielle Vermögenswerte wie etwa Software und in Sachanlagen wurden 38,5 Mio. € investiert. Davon flossen in Sachanlagen von Leasinginvestitionen (Pkws, Lkws, Lagerereinrichtung, etc.) 13 Mio. €. Vor allem bedingt durch die Übernahmen in Polen und Rumänien ist die Zahl der Mitarbeiter in der Gruppe im Jahresdurchschnitt um 958 auf 7.550 gewachsen.

Geschäftsentwicklung: Wachstum in allen Segmenten

Lekkerland weist in allen Segmenten Wachstum aus. Deutschland erzielte 6,3 Mrd. € Umsatz, was einem Plus von 12,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. In den Vertriebslinien hat insbesondere die Kundengruppe Tankstellen mit einem Zuwachs von 20,8 Prozent zu diesem Ergebnis beigetragen. Systemkunden und Regionalkunden haben sich mit + 4,9 Prozent und + 1,7 Prozent ebenfalls stabil entwickelt. Deutlich verbessert hat sich die Sortimentsgruppe Food/Non-Food mit 1,3 Mrd. € Umsatz (+13,6 Prozent). Der um 14,3 Prozent gestiegene Umsatz mit Tabakwaren ist im Wesentlichen auf die letzte Tabaksteuererhöhung zurückzuführen. Der zunehmende Wettbewerb und Preisverfall im Telekommunikationsmarkt hat sich mit einem erwarteten Minus von 36 Prozent auf 108 Mio. € ausgewirkt. „Deutschland bleibt mit 60 Prozent Anteil am Konzernumsatz das Rückgrat unserer Organisation und ist stabiler Ertragsbringer“, erläutert Christian Berner. „Umso erfreulicher ist die positive Entwicklung, die auch im Inland unsere Strategie als der Full-Service Spezialist für alle Convenience Absatzkanäle bestätigt. Zu dem guten Ergebnis hat auch unser straffes Kostenmanagement beigetragen.“

Auch das Segment restliches Westeuropa (Niederlande, Belgien, Luxemburg, Spanien, Österreich, Schweiz) ist

mit einem Plus von 3,6 Prozent gestiegen auf 3,46 Mrd. € Umsatz gestiegen. Hierzu beigetragen haben vor allem neue Kunden und Vertragsverlängerungen. Deutliches Wachstum haben die Landesgesellschaften in den Niederlanden, in Spanien und Österreich erzielt.

Osteuropa (Tschechien, Slowakei, Ungarn, Rumänien, Polen) zeigt weiterhin überproportionales Wachstum und entspricht damit den Erwartungen des Unternehmens. Der Umsatzzuwachs um 638 Mio. € auf 764 Mio. € resultiert sowohl aus dem Zukauf der Landesgesellschaften Polen und Rumänien als auch aus dem geplanten organischen Wachstum durch neue Sortimente und Ausweitung von Verträgen. Das um die Akquisitionen bereinigte Wachstum beträgt 27 Prozent.

„Die Geschäftsentwicklung zeigt, dass Lekkerland seine Position als europäischer Dienstleister im letzten Jahr deutlich ausgebaut hat“, sagte Christian Berner. „So konnten wir kürzlich mit einer Mineralölgesellschaft den größten Vertrag unterzeichnen, den wir in unserer Firmengeschichte je geschlossen haben. Er ist für zehn Länder gültig, läuft über einen Zeitraum von fünf Jahren und umfasst ein Umsatzvolumen von sechs Mrd. €.“

Ausblick 2007: Expansion und Ausweitung der Geschäftsfelder

Auf Basis der in 2006 deutlich ausgebauten Kundenbasis strebt Lekkerland für das Jahr 2007 einen Umsatz von über 11 Mrd. € an. Dazu trägt ein weiterhin solides Umsatzwachstum in Deutschland und im Segment restliches Westeuropa bei und eine überproportional verbesserte Lage in Osteuropa.

Strategisch hat die bereits im Jahr 2004 begonnene Expansion in weitere Länder Osteuropas auch künftig Priorität. Gute Voraussetzungen schaffen Lekkerlands Erfahrung und die langjährige Zusammenarbeit mit multinationalen Mineralölgesellschaften. Denn mit zunehmendem Wohlstand steigt in Osteuropa ebenfalls die Nachfrage nach Convenience.

Die Vereinheitlichung der Geschäftsprozesse und die Ausweitung der Geschäftsfelder bilden ebenfalls eine Säule künftigen Wachstums. Nach dem Motto „best out of all“ werden Geschäftsmodelle und Sortimentsbereiche, die sich in einzelnen Ländern als erfolgreich erwiesen haben, auf andere Länder übertragen. Potenzial liegt nicht nur in Kundengruppen sondern auch in Geschäftsfeldern wie „Frische Produkte“ und Food Service.

Kurzprofil Lekkerland

Lekkerland beliefert in zwölf europäischen Ländern 139.000 Tankstellenshops, Kioske, Convenience-Stores, Fast-Food-Ketten, Tabakwarenfachgeschäfte, Getränkemärkte, Kaufhäuser, Lebensmittelmärkte, Bäckereien und Kantinen mit einem Vollsortiment aus Süßwaren, Getränken, Snacks, Convenience-Sortimenten, Eis, Tiefkühlkost, Frische-Produkten, Tabakwaren, Telefonkarten und Non-Food. Das Unternehmen erzielte in 2006 einen Umsatz von 10,55 Milliarden €.

Kontakt: Inga Koenen ▪ inga.koenen@lekkerland.com
Lekkerland GmbH & Co. KG ▪ Europaallee 57 ▪ 50226 Frechen

