

Candy Group meldet Rekordjahr

Mehr als eine Milliarde Umsatz

Die Candy Group hat das vergangene Geschäftsjahr mit einem Umsatzrekord abgeschlossen und erstmals in der Unternehmensgeschichte die Schwelle von 1 Milliarde Euro überschritten. Mit einem konsolidierten Umsatz in Höhe von 1,035 Milliarden Euro (währungsbereingt plus 10 Prozent) im Vergleich zum Jahr 2015 und einem EBIT von 48 Millionen Euro konnte Candy seine Marktanteile in Europa laut GfK im Vergleich zu 2015 um 20 Prozent steigern. Damit erwies sich der Hersteller als die am schnellsten wachsende Unternehmensgruppe unter den großen Akteuren im Hausgerätemarkt.

Die Candy Gruppe, die sich vollständig im Besitz der Familie Fumagalli befindetet, erwartet für 2017 ein weiteres Umsatzwachstum von 10 Prozent. Der Erfolg beruhe auf der Fähigkeit, das Geschäft konzentriert voranzutreiben und verschiedene Märkte mit strate-



Das Sortiment von netzwerkfähigen Waschmaschinen mit App-Steuerung soll zur IFA weiter vergrößert werden.

gischen Produktreihen und Marken (u. a. Candy, Hoover und Rosières) zu durchdringen, um so die Vorlieben verschiedener Verbrauchergruppen und Märkte anzusprechen, erklärte das Unternehmen. Der Kern des Angebots besteht aus den vier strategischen Segmenten Waschen, Einbaugeräte, kleine Haushaltsgeräte und Kühlen.

Neben einer effektiven Positionierungsstrategie sieht Candy im Innovations- und Technologieschub einen wichtigen Erfolgsfaktor. Dieser mache die Gruppe zum First Mover und absoluten Vorreiter bei vernetzten und intelligenten Haushaltsgeräten, heißt es in einer Pressemitteilung. In diesen Bereichen habe das Unternehmen einen Marktanteil von 46,8 Prozent in Italien, 61,9 Prozent in Frankreich und 44,6 Prozent in Russland.

Wachstum mit Vernetzung

Im Jahr 2014 führte Candy Simply-Fi ein, die weltweit erste Produktreihe von Haushaltsgroßgeräten mit WLAN-Verbindung, die über eine einzelne App gesteuert werden. Heute umfasst das Simply-Fi- und Hoover Wizard-Angebot auch Modelle mit NFC-Technologie. Die Candy Group sei der einzige Hausgerätehersteller



Nicht nur Großgeräte, sondern auch Kleingeräte wie Mikrowellen kann man mit der Simply-Fi App steuern.

der Welt mit einem vollständigen Sortiment an voll vernetzten Produkten der nächsten Generation, betonte das Unternehmen. Die intelligenten Haushaltsgeräte werden laut Candy mittlerweile von mehr als 200.000 Verbrauchern genutzt, bis 2019 sollen es mehr als 1,5 Millionen Kunden werden. Zu den aktuellen Innovationen gehört der intelligente Ofen Candy Watch&Touch, der auf dem Salone del Mobile in Mailand vorgestellt wurde. Eine Waschmaschine mit umfassenden interaktiven Funktionen soll im September auf der IFA in Berlin vorgestellt werden.

Nachdem sich das Vertriebsmodell in Europa als sehr erfolgreich erwiesen hat, soll es auch auf andere Regionen übertragen werden. Zu diesem Zweck wurde Semmy Levit, bis vor kurzem noch Head of Continental Europe, zum Chief Commercial of Operations ernannt. Damit ist der Manager auch für Russland und den Nahen Osten verantwortlich, um die Strategien der Gruppe in einer Region umzusetzen, die große Wachstumspotenziale im Haushaltsgerätebereich bieten.

Internationale Expansion

Das Vertriebsmodell in Europa ist sehr erfolgreich. Daher wird es die Gruppe auch auf andere Regionen übertragen. Zu diesem Zweck wurde Semmy Levit, bis vor kurzem noch Head of Continental Europe, zum Chief Commercial of Operations ernannt und ist damit auch für Russland und den Nahen Osten verantwortlich. So ist er in der Lage, die Strategien der Gruppe in einer Region umzusetzen, die ein großes Wachstumspotenzial im Haushaltsgerätebereich aufweist.

Gleichzeitig stärkt die Candy Group ihre Präsenz auf dem chinesischen Markt. Hierzu wurde im vergangenen März eine strategische Partnerschaft mit Meiling geschlossen, einem der führenden chinesischen Hersteller und Verteiler von Haushaltsgeräten. Dieses Joint Venture verfolgt zwei Ziele: Es soll zum einen die Position der Gruppe im Waschmaschinenmarkt stärken, in dem für die nächsten drei Jahre in China 4 Millionen verkaufte



Beppe Fumagalli, CEO der Candy Group.

Einheiten angestrebt werden. Andererseits soll eine strategische Zusammenarbeit im europäischen Markt für Kühlgeräte die Expansionsstrategie der Gruppe im Segment Küche weiter vorantreiben.

Für die Jahre 2017–2019 hat Candy Investitionen in Höhe von 105 Millionen Euro für Innovationen und Wachstum geplant. Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll der konsolidierte Umsatz auf 2 Milliarden Euro steigen. Darüber hinaus plant die Gruppe bedeutende Investitionen in Marketing und Kommunikation – allein für 2017 ist ein Volumen von 43 Millionen Euro geplant, für die nächsten 2 Jahre nochmals 50 Prozent mehr – um die Konsumenten in allen Verbrauchersegmenten gezielter anzusprechen.

„Die Candy Group wächst weiter und steht weiterhin für den italienischen Stil in Europa und der Welt“, kommentierte Beppe Fumagalli, CEO der Candy Group. „Wir können Tradition, die sich in unserer Firmengeschichte zeigt, mit Modernität verbinden. Das macht uns stark und ermöglicht es uns, immer innovativere und technisch ausgefeiltere Produkte anzubieten. Das beginnt mit der Vernetzung aller Haushaltsgeräte. Wir möchten führend darin sein, die Kunden und ihre Bedürfnisse zu verstehen.“

REMOTE CONTROL



Die Candy Group bietet ein vollständiges Sortiment voll vernetzter Geräte an, die alle mit der SimplyFi App gesteuert werden können.