

HARTMANN: Ergebnisbelastung durch hohe Materialmehrkosten sowie reduzierte Marktnachfrage bleibt im ersten Quartal 2023 bestehen

- Umsatzerlöse steigen aufgrund von Preismaßnahmen trotz reduzierter Marktnachfrage
- Hohe Materialmehrkosten belasten Ergebnis
- Transformationsprogramm wird fortgesetzt und leistet weitere Beiträge zum Ergebnis

Heidenheim, 28.04.2023. Im ersten Quartal 2023 setzte sich das Umsatz- und Ergebnisniveau der beiden Vorquartale fort, da weiterhin hohe Materialmehrkosten sowie eine reduzierte Marktnachfrage das Geschäft prägten. Insbesondere die Nachfrage nach Desinfektionsprodukten blieb weiterhin unter dem Niveau vor der Pandemie. Weiter führte die Inflation zu einer verringerten Kaufkraft, was die Nachfrageentwicklung bei Markenkonsumgütern stark beeinflusst.

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2023 erzielte die HARTMANN GRUPPE Umsatzerlöse von 583,5 Mio. EUR. Dies entspricht einem organischen Umsatzanstieg von 3,4 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das bereinigte EBITDA betrug 49,9 Mio. EUR, ein Rückgang von –3,6 Mio. EUR im Vergleich zum ersten Quartal 2022.

- Das Segment Inkontinenzmanagement steigerte seinen Umsatz aufgrund von Preisanpassungen sowie Marktanteilsgewinnen in Krankenhäusern und Pflegeheimen. Allerdings machten sich u. a. die hohen Materialmehrkosten im Ergebnis negativ bemerkbar.
- Das Segment Wundversorgung wuchs vor allem im strategisch wichtigen Bereich der modernen Wundversorgung.
- Im Segment Infektionsmanagement nahm die generelle Nachfrage nach Desinfektionsprodukten sowohl im stationären als auch im ambulanten Bereich ab. Hohe Rohstoffpreise konnten durch Preisanpassungen nicht ausgeglichen werden. Bei Untersuchungshandschuhen und Schutzbekleidung waren ebenfalls Nachfragerückgänge zu verzeichnen.
- Im Segment der Komplementären Divisionen der Gruppe konnten KOB und CMC die Kostenerhöhungen bei Material, Transport und Energie nur teilweise durch Preisanpassungen kompensieren. KNEIPP sah sich weiter mit einem schrumpfenden Markt für Baden und einer inflationsbedingten Verschiebung weg von Markenprodukten konfrontiert.

Trotz der schwierigen Marktbedingungen setzt HARTMANN sein Transformationsprogramm fokussiert fort. Das Programm leistete seit Beginn im Jahr 2019 bis Ende 2022 bereits einen Beitrag von 100 Mio. EUR zur Profitabilität. 2023 sollen weitere 40 Mio. EUR hinzukommen. Diese erheblich positiven Ergebnisbeiträge werden bei einer Erholung der Nachfragemärkte und einer Normalisierung der Einkaufsmärkte sichtbar werden.

Auf der Grundlage aktueller Berechnungen bestätigt HARTMANN seine Prognose für das Geschäftsjahr 2023 mit einem rückläufigen bereinigten EBITDA von 145 bis 185 Mio. EUR sowie einem moderaten organischen Umsatzwachstum.

HARTMANN kam zudem erneut seiner sozialen Verantwortung nach. Wie im vergangenen Jahr, nach Beginn des Russland-Ukraine-Kriegs, unterstützte das Unternehmen umgehend nach der Erdbebenkatastrophe in der Türkei und Syrien die betroffenen Menschen vor Ort mit umfangreichen Sach- und Geldspenden.

Über die HARTMANN GRUPPE

Die HARTMANN GRUPPE ist ein führender europäischer Anbieter von Systemlösungen für Medizin und Pflege. Medizinisches Fachpersonal und Patienten verlassen sich jeden Tag auf HARTMANNs Produktmarken in den Segmenten Inkontinenzmanagement (u. a. MoliCare®), Wundversorgung (u. a. Zetuvit®) sowie Infektionsmanagement (u. a. Sterillium®). Dies bringen wir mit unserem Markenversprechen „Hilft. Pflegt. Schützt.“ zum Ausdruck. 2022 erreichte HARTMANN einen Umsatz von 2,3 Mrd. EUR. Das 1818 gegründete Unternehmen ist mit seinen Produkten und Lösungen in mehr als 130 Ländern präsent. Die HARTMANN GRUPPE setzt aktuell mit ihrem leistungsstarken, kundenorientierten und leidenschaftlichen Team ihr strategisches Transformationsprogramm für die Zukunft um. Mehr zur HARTMANN GRUPPE erfahren Sie unter: <https://hartmann.info/>

Pressekontakt:

Stephanie Reuter

PAUL HARTMANN AG

Tel. +49 173 3453885

E-Mail: stephanie.reuter@hartmann.info