

**PRESSEMITTEILUNG****Wachstumsstudie 2006 von Bain & Company****Wachstumsweltmeister bei Konsumgütern und Handel**

München/Düsseldorf, 5. September 2006: In der aktuellen Studie „Wachstumsunternehmen in Deutschland 2006“ zeigt Bain & Company, dass es auch Unternehmen in traditionellen Branchen mit eher geringer Wachstumsdynamik gelingt, profitabel zu wachsen. Die fünf Branchenbesten aus der Konsumgüterindustrie und dem Handel haben mit Zuwachsraten von bis zu 30 Prozent den Wettbewerb weit hinter sich gelassen.

Mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von knapp zehn Prozent in den vergangenen fünf Jahren beweisen die fünf besten Unternehmen in der Konsumgüterbranche eine deutlich höhere Wachstumsdynamik als ihre Mitbewerber. Das ist das Ergebnis der Wachstumsstudie 2006 von Bain & Company, die insgesamt 200 börsennotierte Unternehmen aus zehn Branchen auf nachhaltig profitables Wachstum untersuchte.

Die Riege der Konsumgüterhersteller führt mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 30,9 Prozent in den vergangenen fünf Jahren und einer durchschnittlichen Überrendite von rund 73 Prozent eindrucksvoll der Sportartikelhersteller Puma an. Auf den Plätzen folgen Hugo Boss, adidas, die Regionalbrauerei Kulmbacher und Gerry Weber mit einigem Abstand.

In der Kategorie Handel demonstrieren die fünf Branchenbesten ebenfalls ein eindrucksvolles durchschnittliches Umsatzplus von neun Prozent – während die Gesamtbranche im Jahr 2005 lediglich ein Umsatzplus von 0,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr ausweisen konnte.

Überraschungssieger bei den Handelsunternehmen ist der europäische Marktführer für Modeschmuck und Accessoires Bijou Brigitte. Durch eine konsequente Wachstumsstrategie ist es dem Unternehmen gelungen, in den letzten fünf Jahren um durchschnittlich 27,7 Prozent beim Umsatz und 23,7 Prozent bei den Mitarbeitern zu wachsen. „Zu diesem Erfolg beigetragen haben der kontinuierliche Ausbau des Filialnetzes – insbesondere im europäischen Ausland, das leistungsfähige Vertriebssystem und eine ausgeklügelte

Produktpolitik“, erläutert Dr. Rudolf Pritzl, Partner und Handelsexperte von Bain & Company. Dem Branchenprimus folgen der Pharmahändler Celesio, die Metro Group, der Wein- und Champagnerhändler Hawesko und der Pharmagroßhändler Anzag auf den Plätzen.

Unabhängig von Unternehmensgröße und Marktsegment sind es fünf Erfolgsfaktoren, die die Besten einen: ein starkes Kerngeschäft, eine klare Strategie, exzellente Geschäftsprozesse, eine leistungsfähige Organisation sowie hohe Kundenorientierung. „Bei aller Konzentration auf Wachstum verliert das Management niemals diese Erfolgsfaktoren aus dem Blick. Vielmehr zeichnen sich die erfolgreichen Unternehmen dadurch aus, dass sie diese Kriterien kontinuierlich in ihr unternehmerisches Handeln integrieren“, so Dr. Olaf Wandhöfer, verantwortlicher Partner bei Bain, zu den Ergebnissen seiner Untersuchung.

Als Indikatoren für nachhaltig profitables Wachstum flossen auf der Grundlage frei zugänglicher, objektiver Finanzzahlen vier gleich gewichtete Datenpunkte in die Auswertung ein: absolutes und durchschnittliches jährliches Umsatz- und Mitarbeiterwachstum, erzielte Eigenkapitalrentabilität und erzielte Überrendite. Die daraus errechnete „Wachstumskennzahl“ (max. 100) zeigt, wie nachhaltig einzelne Unternehmen gewachsen sind.

Konsumgüterindustrie

Unternehmen	PUMA	HUGO BOSS	ADIDAS	KULMBACHER BRAUEREI	GERRY WEBER
Geschäftsfeld	Sportartikelhersteller mit Schwerpunkt auf Lifestyle-Produkten	Bekleidungshersteller im gehobenen Segment	Sportartikelhersteller	Regionale Brauerei	Damenbekleidungs-hersteller
Wachstumskennzahl	71,3	28,2	28,0	22,0	18,8
Rel. Umsatzwachstum (DJW* '00–'05)	30,9%	7,2%	2,6%	4,6%	2,6%
Abs. Umsatzwachstum (E Mio. '00–'05)	1.315	386	801	45	47
Rel. Mitarbeiterwachstum (DJW* '00–'05)	23,8%	17,4%	3,6%	3,6%	5,4%
Abs. Mitarbeiterwachstum ('00–'05)	2.903	4.190	2.573	174	380
ROE Schnitt ('01–'05)	36,8%	23,4%	18,9%	9,2%	13,3%
Überrendite Schnitt ('00–'05)	73,1%	-4%	13,1%	18,8%	7,5%

* Durchschnittliches jährliches Wachstum

Handel

Unternehmen	BIJOU BRIGITTE	CELESIO	METRO GROUP	HAWESKO	ANZAG
Geschäftsfeld	Handel mit Modeschmuck und modischen Accessoires	Pharmahandel	Multiformathandel (Großhandel, Warenhäuser, Supermärkte, Elektrofachmärkte)	Groß- und Einzelhandel für Wein und Champagner	Pharmagroßhandel
WachstumsKennzahl	68,3	36,1	29,2	21,0	17,6
Rel. Umsatzwachstum (DJW* '00-'05)	27,7%	6%	3,5%	4,3%	5,9%
Abs. Umsatzwachstum (E Mio. '00-'05)	213	5.146	8.792	55	842
Rel. Mitarbeiterwachstum (DJW* '00-'05)	23,7%	10,4%	3,7%	2,2%	0,5%
Abs. Mitarbeiterwachstum ('00-'05)	1.566	13.788	35.376	60	60
ROE Schnitt ('01-'05)	39,4%	17,6%	12%	10,8%	10,8%
Überrendite Schnitt ('00-'05)	81,2%	7%	-10,4%	16%	8,24%

* Durchschnittliches jährliches Wachstum

Bain & Company

Strategische Beratung, operative Umsetzung, messbare Ergebnisse: Mit diesem unternehmerischen Ansatz zählt Bain & Company heute zu den drei führenden Top-Management-Beratungen weltweit. Gemeinsam mit seinen Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erreichen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft der Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit Gründung 1973 lässt sich Bain dabei an den Ergebnissen seiner Beratungsarbeit finanziell messen. Bislang waren Bain-Berater weltweit für über 3.300 große und mittelständische Unternehmen tätig. Insgesamt unterhält die Strategieberatung 32 Büros in 20 Ländern und beschäftigt 3.200 Mitarbeiter, 340 davon im deutschsprachigen Raum.

Kontakt:

Bain & Company Germany, Inc., Leila Kunstmann, e-mail: leila.kunstmann@bain.com
 Karlsplatz 1, 80335 München, Tel: +49 89 5123 1246, Fax: +49 89 5123 1376