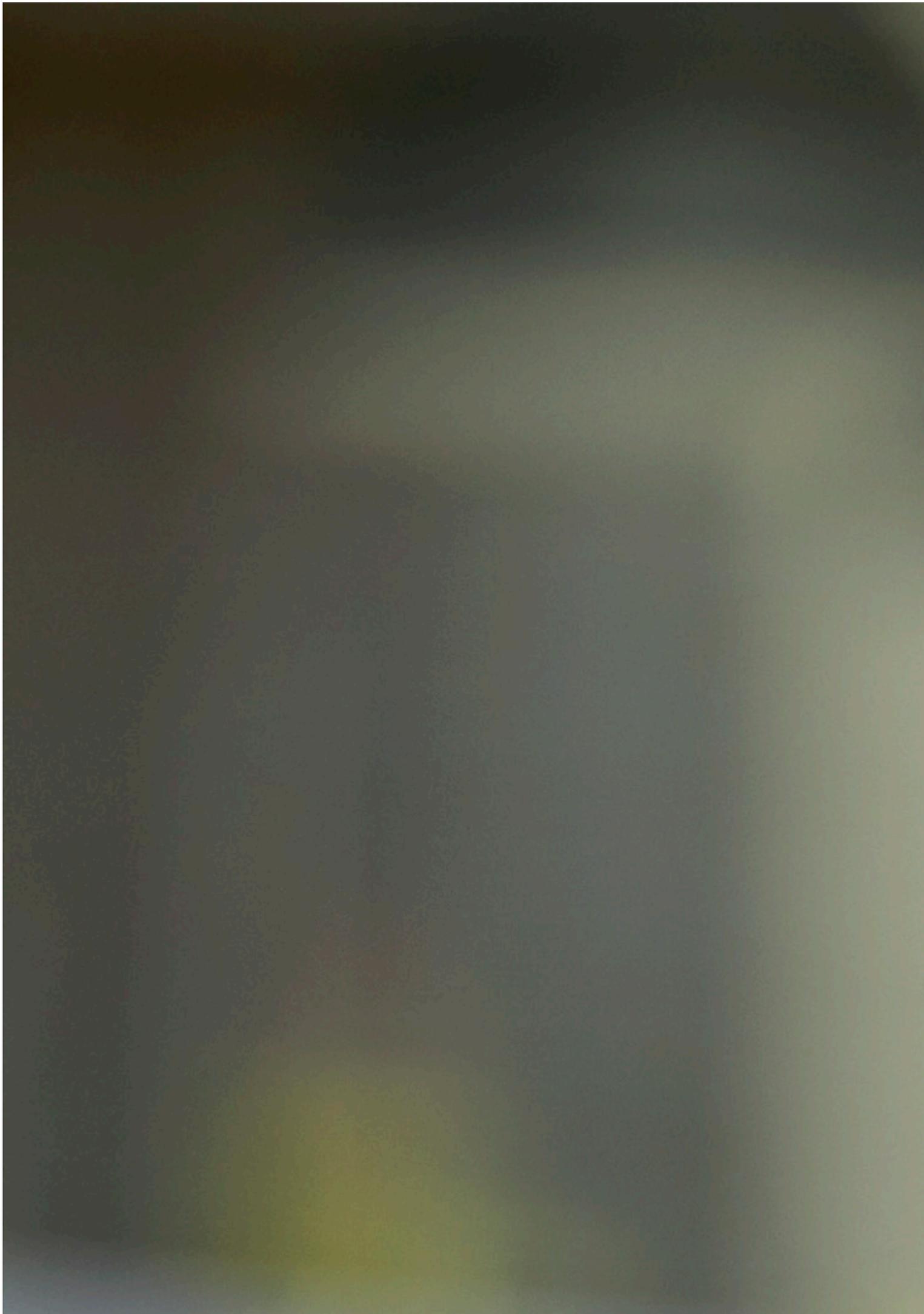


Gardena

Weitere Investitionen in Büros und Logistik

Die positive Entwicklung beim Gartengerätehersteller Gardena sich auch in der Saison 2019 weiterhin fort. Das Unternehmen schloss das erste Halbjahr 2019 mit einem deutlichen Umsatzplus ab.



Einer der positiven Einflüsse auf das Geschäft war wiederum ein heißer und vor allem trockener Sommer. Er kurbelte nicht nur das Geschäft mit Bewässerungstechnik an.

Im ersten Halbjahr 2019 hat die Gardena Division ihren Umsatz auf 569 Million Euro steigern können gegenüber 475 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Darin enthalten ist auch der Umsatz, der auf andere Verbrauchermarken zurückzuführen ist, die seit Jahresbeginn der Geschäftseinheit zugeordnet wurden. Aber auch der Umsatz der Marke Gardena konnte gegenüber dem bereits sehr erfolgreichen Vorjahreszeitraum nochmals gesteigert werden. Im gesamten Geschäftsjahr 2018 hatte Gardena einen Umsatz von 663 Millionen Euro erzielt.

Auf Basis der positiven Geschäftsentwicklung wurden in den vergangenen Jahren zahlreiche Neueinstellungen getätigt, für die ein zusätzlicher Bedarf an Bürofläche entstanden ist. Am Standort Ulm hat Gardena daher ein neues Nebengebäude als Ausstellungsraum errichtet. Darüber hinaus wurde die Zwischendecke eines Gebäudeteils, die bisher für die Logistik genutzt wurde, umgewidmet. Hier entstand eine weitere Bürofläche mit 1500 Quadratmetern.

In Heuchlingen wurde bereits das Gelände vorbereitet für die dort bald beginnenden Bauarbeiten der geplanten Werkserweiterung. Für den erhöhten Bedarf bei der Logistik wurde mit der Firma Honold in diesem Jahr ein zweiter strategischer Partner aus der Region einbezogen, der die bereits langjährig bestehende Partnerschaft mit der Firma Noerpel ergänzt. Die Husqvarna Group beschäftigt in Deutschland aktuell rund 1.860 Mitarbeiter an den Standorten Ulm, Heuchlingen, Niederstotzingen und Laichingen.

Zum Jahreswechsel hatte die Husqvarna Group den Zuschnitt ihrer Geschäftsbereiche angepasst und die Consumer Brands Division aufgelöst. Das Geschäft in Europa mit den Marken McCulloch, Flymo und Universal wurde der Gardena Division zugeordnet. Ziel der Maßnahme war eine Konzentration des Unternehmens auf seine Stärken. In Folge wurde eine Neubewertung der bislang unrentablen Produktsegmente vorgenommen und die Entscheidung getroffen, ab der Saison 2020 unter der Marke McCulloch keine Rasenmäher und Gartentraktoren mehr anzubieten. Im Bereich der handgeführten Benzingeräte wie Freischneider und Motorsägen hat McCulloch ein aktuelles Sortiment sowie eine wettbewerbsfähige Position bei Mährobotern.