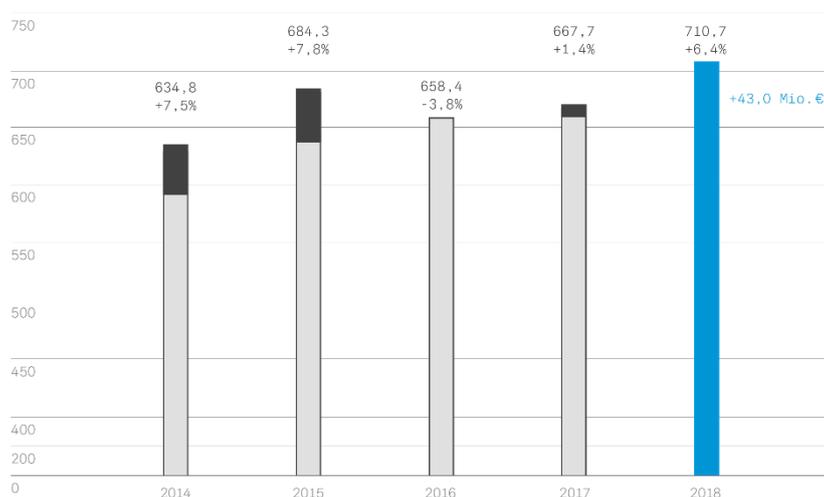




GESCHÄFTSJAHR 2018: SENNHEISER ERZIELT LEICHTES UMSATZWACHSTUM

Wedemark, 18. Juni 2019 – Die Sennheiser-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 710,7 Millionen Euro erwirtschaftet, das sind 43,0 Millionen Euro beziehungsweise 6,4 Prozent mehr als 2017. Das EBIT betrug 21,2 Millionen Euro. Damit blickt das Familienunternehmen auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und stellt zugleich die Weichen für nachhaltiges Wachstum in den kommenden Jahren. Erneut erhöhte Sennheiser seine Investitionen im Bereich Forschung und Entwicklung auf insgesamt 60,5 Millionen Euro im Jahr 2018; das sind 4,5 Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahr.

„Wir blicken auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Mit der konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden, haben wir eine gute Grundlage für eine positive Geschäftsentwicklung in 2018 geschaffen“, sagt Daniel Sennheiser, Co-CEO des Unternehmens. „Als unabhängiges Familienunternehmen agieren wir langfristig und haben in den vergangenen Jahren in die Stärkung unserer Kernkompetenzen investiert. Dies zeigt sich nun in einem sehr erfolgreichen Produktportfolio“, erklärt Dr. Andreas Sennheiser, Co-CEO von Sennheiser. Das Unternehmen war mit einer neuen Organisationsstruktur mit klarem Fokus auf die beiden Divisionen Consumer und Professional in das Geschäftsjahr 2018 gestartet. Während Sennheiser im Bereich Professional weiterhin insbesondere drahtlose Mikrofontechnik und intelligente Lösungen für Meetings und Konferenzen in den Fokus rückt, setzt das Unternehmen im Bereich Consumer auf „Smart & Connected“-Audioerlebnisse.





Leichte Umsatzsteigerung in beiden Divisionen

Der Bereich Professional erzielte im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 332,7 Millionen Euro. Dies entspricht einer Zunahme von 13,9 Millionen Euro beziehungsweise 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das neue Mikrofonsystem evolution wireless G4, der In-Ear-Monitoring-Kopfhörer IE 40 PRO und das Deckenmikrofon TeamConnect Ceiling für Konferenzenanwendungen trugen im besonderen Maß zur Umsatzsteigerung bei.



Die Consumer Division erwirtschaftete im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 378,0 Millionen Euro und legte damit um 29,2 Millionen Euro beziehungsweise 8,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Positiv auf den Umsatz wirkte sich insbesondere das erweiterte Angebot an Bluetooth-Kopfhörern aus. Zuletzt brachte Sennheiser erfolgreich den MOMENTUM True Wireless auf den Markt.

Wachstum in allen Regionen

Der Umsatz in der Region APAC belief sich im Berichtsjahr auf 158,5 Millionen Euro. Das sind 17,0 Millionen Euro beziehungsweise 12,0 Prozent mehr als im Vorjahr. Positiv zur Umsatzsteigerung trugen insbesondere die Fokuspärkte China und Australien bei. Darüber hinaus wuchs der südkoreanische Markt überproportional.

Eine Umsatzsteigerung um 8,1 Millionen Euro beziehungsweise 2,3 Prozent auf 359,8 Millionen Euro verzeichnete die Region EMEA. Im Heimatmarkt Deutschland konnte Sennheiser um 1,7 Prozent beziehungsweise 1,6 Millionen Euro zulegen und erzielte damit 101,2 Millionen Euro Umsatz.

In der Region Americas stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 17,9 Millionen Euro beziehungsweise 10,3 Prozent auf 192,4 Millionen Euro. Limitierend wirkte sich dabei erneut



die Entwicklung des US-Dollars aus, der im Jahresverlauf gegenüber dem Euro weiter abwertete.



Stärkung der Forschung und Entwicklung

„Um für unsere Kunden innovative Audio-Erlebnisse zu schaffen und die Zukunft der Audiobranche zu gestalten, investieren wir fortlaufend in unsere Forschung und Entwicklung“, erklärt Dr. Andreas Sennheiser. So erhöhten sich die Investitionen der Sennheiser-Gruppe in 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 Prozent auf 60,5 Millionen Euro, was 8,5 Prozent des Umsatzes entspricht. „Dies ermöglicht uns, neue Produkte nicht nur schneller, sondern auch gemeinsam mit unseren Kunden zu entwickeln. In einer solchen Zusammenarbeit ist beispielsweise der neue Digital 6000 Mini-Bodypack SK 6212 aus der Serie Digital 6000 entstanden, der vom Markt sehr gut angenommen wurde“, so Dr. Andreas Sennheiser.

Wichtiger strategischer Bestandteil der Consumer und Professional Divisionen bleibt Sennheisers Technologieprogramm AMBEO: „Wir sind davon überzeugt, dass 3D Audio die Zukunft der Audioindustrie ist. Aus diesem Grund werden wir weiter in diesem Bereich forschen, um 3D Audio in weitere Produkte zu integrieren und dieses besondere Hörerlebnis für unsere Kunden erfahrbar zu machen – ganz gleich, ob bei der Aufnahme, dem Mixing oder der Wiedergabe“, sagt Daniel Sennheiser. „Die neue AMBEO Soundbar ist dafür ein schönes



Beispiel: Konzipiert als eine der besten Soundbars der Welt vereint sie die akustische Leistung eines 9.1-Heimkinosystems in einer All-in-One-Lösung“, ergänzt Dr. Andreas Sennheiser.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Jahresdurchschnitt 2018 beschäftigte die Sennheiser-Gruppe 2.734 (Vorjahr: 2.728) Mitarbeiter. Zum Jahresende betrug die Zahl der Mitarbeiter der Sennheiser-Gruppe 2.885 (Vorjahr: 2.833).

Diese waren zu etwa gleichen Teilen innerhalb (51 Prozent) und außerhalb Deutschlands (49 Prozent) beschäftigt. Die Zahl der Auszubildenden betrug weltweit 62 gegenüber 63 im Vorjahr.



Über Sennheiser

Die Zukunft der Audio-Welt zu gestalten und für Kunden einzigartige Sound-Erlebnisse zu schaffen – dieser Anspruch eint Sennheiser Mitarbeiter und Partner weltweit. Das 1945 gegründete Familienunternehmen ist einer der führenden Hersteller von Kopfhörern, Lautsprechern, Mikrofonen und drahtloser Übertragungstechnik. Seit 2013 leiten Daniel Sennheiser und Dr. Andreas Sennheiser das Unternehmen in der dritten Generation. Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe lag 2018 bei 710,7 Millionen Euro. www.sennheiser.com

Pressekontakt

Sennheiser electronic GmbH & Co. KG
[Mareike Oer](mailto:mareike.oer@sennheiser.com)
Head of Corporate Communications
T +49 (0)5130 600-1719
mareike.oer@sennheiser.com