

## GESCHÄFTSJAHR

### RAHMENBEDINGUNGEN

Nach dem historischen Einbruch der Wirtschaft aufgrund der Coronavirus-Pandemie im Jahr 2020 zog das Wirtschaftswachstum im Jahr 2021 wieder deutlich an. Geschwindigkeit und Ausmaß der wirtschaftlichen Erholung in den unterschiedlichen Regionen waren maßgeblich von der Verfügbarkeit von Impfstoffen und der Geld- und Fiskalpolitik bestimmt. Die für TAKKT relevanten Regionen Europa und Nordamerika konnten bei der Wirtschaftsleistung stärker zulegen, als zu Jahresanfang prognostiziert. Unerwartete negative Einflüsse in Folge der Kapazitäts- und Transportengpässe sowie durch die steigenden Inflationsraten haben die Erholung im vergangenen Jahr nicht nachhaltig beeinträchtigt. Die für TAKKT relevanten branchenspezifischen Indikatoren, insbesondere die Einkaufsmanagerindizes in Europa, entwickelten sich insgesamt positiv.

#### GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Nach der tiefsten Rezession seit vielen Jahrzehnten im Vorjahr waren die Konjunkturerwartungen für das Gesamtjahr 2021 optimistisch. Bei der Erstellung der Jahresprognose ging TAKKT daher von deutlich positiven Wachstumsraten in den Zielmärkten aus, die von den tatsächlichen Entwicklungen übertroffen wurden. Die Eurozone wies im Berichtsjahr ein deutliches BIP-Wachstum von 5,3 Prozent aus. Besonders in den südeuropäischen Ländern und in Frankreich konnte die Wirtschaft deutlich wachsen. Die deutsche Wirtschaftsleistung stieg mit einem Plus von 2,9 Prozent weniger stark an. Zum einen entwickelte sich das BIP in Deutschland im Vorjahr stabiler als in der Eurozone, zum anderen war Deutschland aufgrund des hohen Produktions- und Exportanteils überdurchschnittlich von Lieferkettenproblemen betroffen.

Obwohl die Wirtschaftsleistung der USA 2020 weniger stark zurückging, lag die Wachstumsrate 2021 mit 5,7 Prozent erneut über der in der Eurozone. Unterstützt durch anhaltend hohe Fiskalausgaben und eine lockere Geldpolitik hat das BIP der USA damit bereits das Vorkrisenniveau von 2019 überschritten. In der Eurozone und in Deutschland wird dies voraussichtlich erst 2022 wieder erreicht werden.

### BIP-Wachstum für Eurozone, Deutschland und USA

	BIP-Wachstum in Prozent		
	Ist 2020	Prognose 2021	Ist 2021
Eurozone	-6,4	3,8	5,3
Deutschland	-4,6	3,2	2,9
USA	-3,4	4,6	5,7

Quellen: Statistikämter

Durch die starke Nachfrage, Engpässe bei Herstellungs- und Transportkapazitäten und das daraus resultierende begrenzte Angebot gab es im Berichtsjahr einen spürbaren Preisanstieg für viele Rohstoffe und Produkte. Die Verbraucherpreisinflation gegenüber dem jeweiligen Vorjahresmonat stieg im Jahresverlauf in den mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich. Der Anstieg der Erzeugerpreise, etwa für Rohstoffe und Industrieprodukte, erreichte im Laufe des Jahres ein prozentual zweistelliges Niveau. Für die TAKKT-Gesellschaften stiegen dadurch die Kosten für den Warentransport ebenso wie die Einkaufspreise bei den Herstellern und Lieferanten.

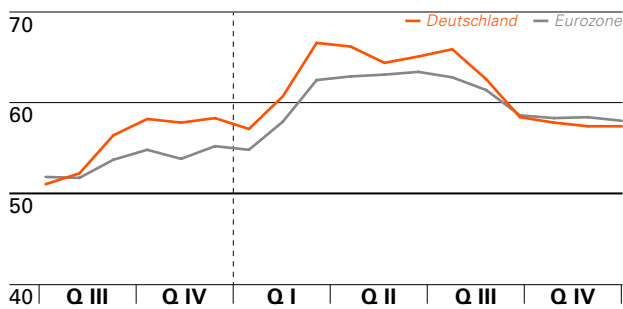
#### BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

TAKKT greift unter anderem auf verschiedene Einkaufsmanagerindizes (Purchasing Managers-Indizes, PMI) zurück, um die mittelfristig zu erwartende Entwicklung in den Absatzregionen besser einschätzen zu können. Dabei handelt es sich um Daten aus dem verarbeitenden Gewerbe, die von verschiedenen Forschungsinstituten in Zusammenarbeit mit nationalen Verbänden erhoben und zu einem Index zusammengefasst werden. Einkaufsmanagerindizes sind für TAKKT, mit einem Vorlauf von drei bis sechs Monaten, Indikatoren für den Auftragseingang aus dem verarbeitenden Gewerbe und damit insbesondere für das Equipment-Geschäft der europäischen Aktivitäten von KAISER+KRAFT relevant.

- Werte unterhalb des Referenzwerts von 50 weisen auf ein rückläufiges Marktvolumen und schlechtere Absatzmöglichkeiten hin.
- Werte über 50 lassen im Gegenzug ein steigendes Marktvolumen und verbesserte Geschäftsaussichten vermuten.

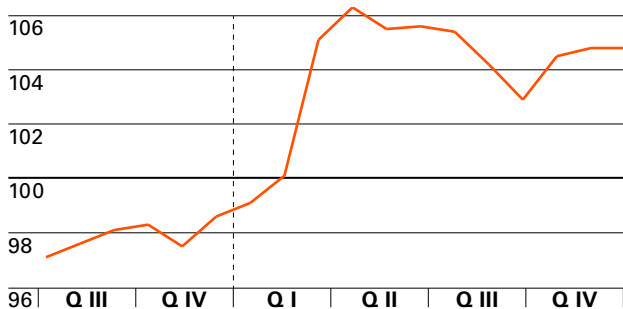
Im vergangenen Geschäftsjahr setzte sich der seit Jahresmitte 2020 bestehende Aufwärtstrend des europäischen PMI zunächst fort. Der Jahreshöchstwert im Juni von 63,4 Punkten war gleichzeitig der höchste Stand des Index seit seiner Aufzeichnung. Durch die steigenden Inflations Sorgen sowie die Einschränkungen in den Lieferketten ging der PMI in den Folgemonaten bis Dezember auf 58,0 Punkte zurück. Er lag 2021 damit aber durchgehend deutlich über dem Referenzwert von 50 Punkten. Der PMI für Deutschland entwickelte sich insgesamt ähnlich wie der Indikator für die Eurozone und ging nach einem Jahreshoch im März von 66,6 Punkten zum Jahresende auf 57,4 Punkte zurück.

**Einkaufsmanagerindizes Juli 2020 bis Dezember 2021**



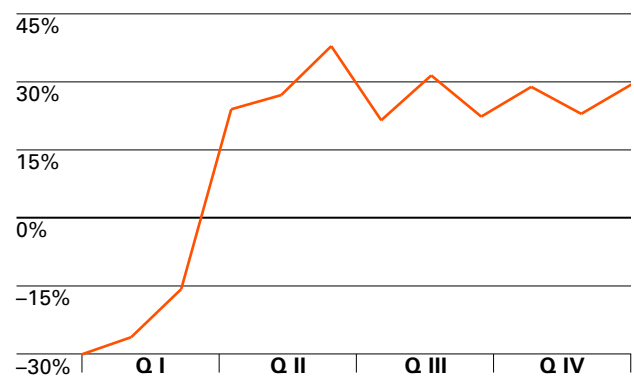
Für die US-amerikanischen Gesellschaften Hubert und Central ist der Restaurant Performance Index (RPI) ein relevanter Branchenindikator. Der RPI basiert auf einer Umfrage unter US-amerikanischen Restaurantbetreibern und berücksichtigt neben Einschätzungen zur aktuellen Lage auch Zukunftseinschätzungen. Ein Wert über 100 signalisiert dabei ein Marktwachstum, während ein Wert unter 100 eine rückläufige Entwicklung abbildet. Unterstützt durch steigende Impfraten, die Lockerungen der Schutzmaßnahmen und eine Rückkehr der Gäste in die Restaurants, lag der RPI im Jahr 2021 ab Februar durchgehend oberhalb von 100 Punkten. Auch der Durchschnitt der monatlichen Werte zeigte mit 104,0 (98,0) Punkten eine positive Markteinschätzung an.

**Restaurant Performance Index Juli 2020 bis Dezember 2021**



Mit Blick auf das Umfeld der US-amerikanischen NBF ist die BIFMA-Auswertung zum Auftragseingang der Möbelhersteller ein Branchenindikator. Dabei erhebt die BIFMA („Business and Institutional Furniture Manufacturers Association“) durch eine Umfrage unter Unternehmen ihrer Branche den geschätzten Auftragseingang des vergangenen Monats. Dieser Auftragseingang, der nach Angaben der BIFMA einen Großteil der Branche abdeckt, wird mit dem Vorjahreswert verglichen. Eine Prognosefunktion wie der PMI und in geringerem Maße auch der RPI besitzt die Auswertung der BIFMA nicht. Im Gesamtjahr 2021 lagen die von der BIFMA vermeldeten Auftragseingänge um 14,5 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Insbesondere zu Jahresbeginn war der Auftragseingang noch stark von den Auswirkungen der Pandemie betroffen. Ab April kam es dann zu einer signifikant positiven Entwicklung mit zweistelligen Zuwächsen im Auftragseingang.

**Auftragseingang BIFMA 2021 zum Vorjahresmonat**



Insgesamt entwickelten sich die BIP-Wachstumsraten besser als zu Jahresbeginn prognostiziert. Die wirtschaftliche Entwicklung war im Jahresverlauf zunehmend von Lieferkettenproblemen und Preissteigerungen beeinflusst. Bei den branchenspezifischen Rahmenbedingungen signalisierten die relevanten Indizes durchweg eine positive Markteinschätzung, auch wenn sich die PMI im Jahresverlauf abschwächten.

## GESCHÄFTSVERLAUF

Wie bereits im Jahr 2020 war der Geschäftsverlauf auch 2021 stark von den Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie geprägt. Während im Vorjahr vor allem der temporär massive Nachfragerückgang von Seiten der Kunden Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung hatte, beeinflussten im Berichtsjahr die Störungen der globalen Lieferketten und die steigenden Inflationsraten die Entwicklung.

Insgesamt erzielte TAKKT nach dem Umsatzeinbruch im Vorjahr im Berichtszeitraum ein starkes positives organisches Wachstum. Der Start in das Geschäftsjahr war zunächst wie erwartet verhalten. Die Verlängerung der Infektionsschutzmaßnahmen in vielen Regionen dämpfte die Kundennachfrage, zudem waren die Vorjahreszahlen im Januar und Februar 2020 nicht von der Pandemie beeinflusst. Ab März zog die Nachfrage dann spürbar an. Diese Belebung setzte sich in den Folgemonaten fort. Im Vergleich zum stark durch die Pandemie beeinträchtigten Vorjahr erzielte TAKKT im zweiten Quartal mit einem Zuwachs von fast 25 Prozent das stärkste organische Wachstum der Unternehmensgeschichte. Danach gingen die Wachstumsraten zurück, weil die Vergleichsbasis aus dem Vorjahr deutlich anstieg. Gestützt von einer anhaltend hohen Nachfrage konnte TAKKT auch im dritten und vierten Quartal prozentual zweistellig wachsen.

### Globale Lieferengpässe hemmen Wachstum

Die Lockerung der Schutzmaßnahmen in vielen Regionen führte ab dem Frühjahr zu starken Nachfrageimpulsen. Die globalen Produktions- und Frachtkapazitäten waren während der ersten Phase der Pandemie zurückgefahren worden und waren nun dem starken Anstieg der Nachfrage nicht gewachsen. Die Folge waren zunehmende Schwierigkeiten und Unterbrechungen in den globalen Lieferketten. Auch bei TAKKT konnten bestimmte Produkte nicht oder nur verzögert an Kunden ausgeliefert werden. Die Erwartung, dass die Lieferprobleme nur kurzzeitig bestehen würden, erwies sich als falsch. Um die Verfügbarkeit der eigenen Produkte zu verbessern, reagierte TAKKT in der zweiten Jahreshälfte mit frühzeitigeren Bestellungen und einer Erhöhung der eigenen Vorräte.

Die Lieferschwierigkeiten betrafen alle Geschäftseinheiten der TAKKT-Gruppe, die Auswirkungen waren dabei aber unterschiedlich stark. Einfachere Produkte wie Verpackungsmaterial und andere Verbrauchsgüter blieben vergleichsweise gut lieferbar. Komplexere Produkte wie Ausrüstungsgegenstände, die aus verschiedenen Rohstoffen und in mehreren Schritten produziert werden, waren dagegen oft nur schwer und mit langem Vorlauf zu bekommen. Entsprechend waren insbesondere die Aktivitäten von KAISER+KRAFT, NBF und Central von den Lieferproblemen betroffen.

In der Folge konnte TAKKT den starken Auftragseingang nicht vollständig zu Umsatz umwandeln und entsprechend auch ein weniger starkes Umsatzwachstums erzielen. Der Auftragsbestand erhöhte sich im Verlauf des Geschäftsjahres deutlich. Weil die Schwierigkeiten bei der Lieferfähigkeit den gesamten Markt betrafen, blieben Stornierungen von Aufträgen auf niedrigem Niveau.

### Deutlicher Anstieg der Inflation

Im Laufe des Berichtsjahres stieg die Inflation deutlich an. Die Verteuerung der Produkte beschleunigte sich insbesondere in der zweiten Jahreshälfte und führte auch bei TAKKT zu gestiegenen Produkt- und Frachtkosten. Unter der Annahme, dass es sich um einen temporären Effekt handelt, hatte TAKKT im ersten Schritt nur den absoluten Anstieg der Einkaufspreise an die Kunden weitergegeben. Aufgrund der anhaltenden Preissteigerungen sind die Gesellschaften dann zunehmend dazu übergegangen, zusätzlich die eigene Margenanforderung zu berechnen, um die Rohertragsmarge stabil zu halten.

### Omnichannel Commerce mit starkem organischem Wachstum ab dem zweiten Quartal

Im Omnichannel Commerce Segment lag der organische Umsatz im ersten Quartal zunächst auf Vorjahresniveau. Danach erzielte das Segment durchgehend eine zweistellige organische Wachstumsrate, die im zweiten Quartal mit 37,0 Prozent besonders hoch ausfiel. Das starke Wachstum war zum einen auf den überdurchschnittlich starken Umsatzrückgang im Vorjahr, zum anderen aber auch auf eine starke Nachfrage der Kunden in allen drei Geschäftseinheiten des Segments zurückzuführen.

Die Erholung des Geschäfts mit Betriebs-, Lager- und Büroausstattung von KAISER+KRAFT setzte sich 2021 fort. Wegen der höheren Vergleichsbasis und der Lockdowns in Europa war die organische Umsatzentwicklung im ersten Quartal noch leicht negativ. Im zweiten Quartal erwirtschaftete KAISER+KRAFT ein starkes zweistelliges organisches Wachstum. Die hohe Kundennachfrage hielt auch in der zweiten Jahreshälfte an. Die Wachstumsraten blieben zweistellig, gingen jedoch etwas zurück, da die Vergleichsbasis aus dem Vorjahr anstieg.

Mit einem auf den wiederkehrenden Bedarf an Verpackungslösungen ausgerichteten Produktsortiment hatte sich ratioform 2020 vergleichsweise stabil entwickelt und profitierte von der Zunahme des Distanzhandels. Auch 2021 hielt der hohe Bedarf an Versandverpackungen an. ratioform erzielte durchgängig prozentual zweistellige Wachstumsraten. Aufgrund der niedrigeren Vergleichsbasis war das Wachstum im zweiten Quartal am stärksten.

In Nordamerika startete NBF mit einem leichten Umsatzrückgang in das Jahr. Anschließend belebte sich die Nachfrage nach Büromöbeln in den USA zunehmend, nachdem das Geschäft im Vorjahr aufgrund der Pandemie noch deutlich zurückgegangen war. So erzielte NBF ab dem zweiten Quartal organische Wachstumsraten im zweistelligen Prozentbereich.

#### GESCHÄFTSEINHEITEN IM WEB-FOCUSED COMMERCE MIT UNTERSCHIEDLICHER ENTWICKLUNG

Nach einem organischen Umsatzrückgang im ersten Quartal verbesserte sich die Geschäftsentwicklung im Web-focused Commerce Segment im Jahresverlauf. Im zweiten bis vierten Quartal legte der Umsatz im hohen einstelligen oder zweistelligen Bereich zu. Die beiden Geschäftseinheiten entwickelten sich dabei sehr unterschiedlich.

Die auf den Bedarf kleinerer und mittelgroßer Unternehmenskunden fokussierten Newport-Gesellschaften konnten in der ersten Jahreshälfte das hohe organische Wachstum des Vorjahres fortsetzen. Im zweiten Halbjahr verlangsamte sich das Wachstumstempo etwas. Dennoch konnte Newport im Schlussquartal ein zweistelliges organisches Wachstum erwirtschaften, nachdem im dritten Quartal ein einstelliges Wachstum erzielt wurde.

Das auf Veranstaltungen wie Konferenzen und Messen ausgerichtete Geschäft von Displays2go blieb weiter herausfordernd. Auch wenn die Infektionsschutzmaßnahmen in den USA im Verlauf des Jahres gelockert wurden, blieb die Anzahl größerer Veranstaltungen wie Messen oder Konferenzen auf deutlich niedrigerem Niveau als vor der Pandemie. Nach einer rückläufigen Umsatzentwicklung in den ersten beiden Quartalen konnte Displays2go ab dem dritten Quartal erstmals seit Beginn der Pandemie wieder positive organische Wachstumsraten erwirtschaften.

#### CENTRAL MIT STARKEM WACHSTUM IM SEGMENT FOODSERVICE EQUIPMENT & SUPPLIES

Zu Jahresbeginn war die Entwicklung im Segment Foodservice Equipment & Supplies noch verhalten, was sich in einem hohen einstelligen organischen Umsatzrückgang niederschlug. Im Zuge der Lockerung der Schutzmaßnahmen nahm das Geschäft ab dem zweiten Quartal Fahrt auf und legte prozentual hoch einstellig zu. Im Schlussquartal war das Wachstum des Segments zweistellig.

Zu den Kunden von Hubert zählen zum Beispiel Großkantinen und Cafeterien in Sportstätten oder Bildungseinrichtungen. Weil deren Betrieb im ersten Halbjahr noch eingeschränkt war, entwickelte sich der organische Umsatz von Hubert zunächst zweistellig rückläufig. In der zweiten Jahreshälfte erholte sich das Geschäft spürbar. So erzielte Hubert im dritten Quartal ein einstelliges organisches Wachstum, im vierten Quartal wuchs der Umsatz organisch im zweistelligen Bereich.

Das auf kleinere, familiengeführte Restaurants ausgerichtete Geschäft von Central profitierte von den Lockerungen der Schutzmaßnahmen im Verlauf des ersten Halbjahres. Im ersten Quartal war der Umsatz noch leicht rückläufig. Mit der zunehmenden Rückkehr von Besuchern in der Gastronomie stiegen auch die Bestellungen und der Auftragseingang stark an. Ab dem zweiten Quartal konnte Central dadurch ein hohes organisches Umsatzwachstum erzielen. Im zweiten und vierten Quartal war das Wachstum zweistellig, im dritten hoch einstellig. Ohne die Lieferschwierigkeiten bei vielen Produkten, hätte die Nachfrage der Kunden Central ein noch stärkeres Umsatzwachstum ermöglicht.