

# PERSBERICHT

Recordverkoop in 2019, CO<sub>2</sub>-neutraal tegen 2021

## Kärcher neemt slagvaardige start in 2020

**Wilrijk, 31 maart 2020 – Niettegenstaande alle coronaperikelen is Kärcher slagvaardiger dan ooit. De onderneming heeft een gezonde financiële draagkracht en is vastberaden om het hoofd te bieden aan eventuele economische gevolgen van de coronacrisis. Met een omzet van 2,578 miljard euro in 2019 zette Kärcher een mooie stijging neer van 2,1 procent in vergelijking met het jaar daarvoor. Kärcher bevindt zich hierdoor opnieuw in een goede startpositie om verder te kunnen investeren. Het afgelopen jaar werd reeds 150 miljoen geïnvesteerd, onder meer in de wereldwijde lancering van de nieuwe, emotionele merkidentiteit en de WOW-campagne die Kärcher dit jaar uitrolt. Daarnaast ligt de focus van het bedrijf op een nieuw milieubeleid, met als doelstelling alle fabrieken wereldwijd CO<sub>2</sub>-neutraal te maken tegen 2021.**

### **Duurzaamheid creëert meerwaarde**

"Kärcher blijft groeien. In 2019 behaalden we opnieuw de hoogste omzet in de geschiedenis van ons bedrijf", zegt Hartmut Jenner, Chief Executive Officer en voorzitter van de Management Board van Alfred Kärcher SE & Co. KG. Een van de belangrijke pijlers voor duurzame groei zijn en blijven onze medewerkers en medewerksters. Rond de jaarwisseling klokten we af op 13.500 medewerkers (het aantal personeelsleden steeg met 500 versus 2019). Er werden ook vijf nieuwe dochterondernemingen opgericht om de bedrijfsstructuur verder aan te passen aan de huidige marktontwikkelingen. De Raad van Bestuur van Kärcher werd verrijkt met twee nieuwe aanwinsten op 1 januari 2020: Stefan Patzke (43) voor financiën en Michael Häusermann (59) voor industriële reinigingstoepassingen en gemeentereiniging.

"Sinds begin 2010 hebben we onze omzet verdubbeld. Belangrijke reden voor deze mooie evolutie is het feit dat ons familiebedrijf 'het behoud van

**Press contact:**  
Bart Hullebroeck  
Marketing Manager  
Kärcher N.V.  
Boomsesteenweg 939  
2610 Wilrijk (Antwerpen)

T +32 (0)3 340 07 11

[bart.hullebroeck@be.kaercher.com](mailto:bart.hullebroeck@be.kaercher.com)

**KÄRCHER**

# PERSBERICHT

waarden' en 'duurzaam beheer' opneemt in haar DNA", vult Hartmut Jenner aan. Kärcher zet zich al lang in om de efficiëntie van zijn producten voortdurend te verhogen en middelen te besparen. Naast de CO<sub>2</sub>-neutraliteit staan hergebruik en recycling van grondstoffen en het terugdringen van kunststoffen in verpakkingsmaterialen op de duurzaamheidsagenda.

## **Innovatie creëert meerwaarde**

Wie in de toekomst succesvol wil zijn, heeft nood aan innovatie. Kärcher lanceerde in 2019 maar liefst 150 nieuwe producten – een absoluut record in één jaar. De 'Kärcher Battery Universe' met 43 nieuwe producten, gaande van tuingereedschap tot de eerste accu-aangedreven hogedrukreiniger voor professionele gebruikers, is een van de belangrijkste groeipiilers. De integratie van innoverende bedrijven binnen het bedrijfsnetwerk van de Groupe Kärcher maakt ook deel uit van de innovatiestrategie. In 2019 verwierf Kärcher het in Berlijn gevestigde IT-bedrijf SoniQ Services GmbH dat schoonmaakbedrijven intuïtieve software biedt waarmee ze al hun serviceprocessen efficiënt kunnen plannen en beheren. Sinds afgelopen september maakt ook Max Holder, de marktleider voor multifunctionele gemeentelijke voertuigen, deel uit van de Kärcher Group.

## **Verantwoordelijkheid creëert meerwaarde**

Kärcher heeft zich altijd ingezet voor mens en samenleving. In 2019 heeft het bedrijf reinigingswerkzaamheden uitgevoerd aan 11 monumenten over de hele wereld, van Vietnam en de Filippijnen over Israël tot Duitsland. De schoonmaakspecialist is tevens donateur van de vereniging 'One Earth - One Ocean', die de vuilophoping in de wereldzeeën bestrijdt. In samenwerking met het 'Global Nature Fund' heeft Kärcher filtersystemen gebouwd voor waterbehandeling in 15 dorpsgemeenschappen op 3 continenten, waarvan de meest recente in Jordanië in 2019.

## **Groen licht voor 2020: tijd voor de WOW-factor**

Vanaf het voorjaar rolt Kärcher een nieuwe merkidentiteit uit. Hiermee wordt nog meer visibiliteit beoogd voor het bedrijf en de verschillende

# PERSBERICHT

productcategorieën. “We zullen in de toekomst meer nadruk leggen op het emotionele effect wanneer we onze doelgroepen aanspreken”, zegt Hartmut Jenner. De focus ligt op waardebehoud - of het nu gaat om tuinonderhoud, de restauratie van een oldtimer of het onderhoud van een industriële installatie.

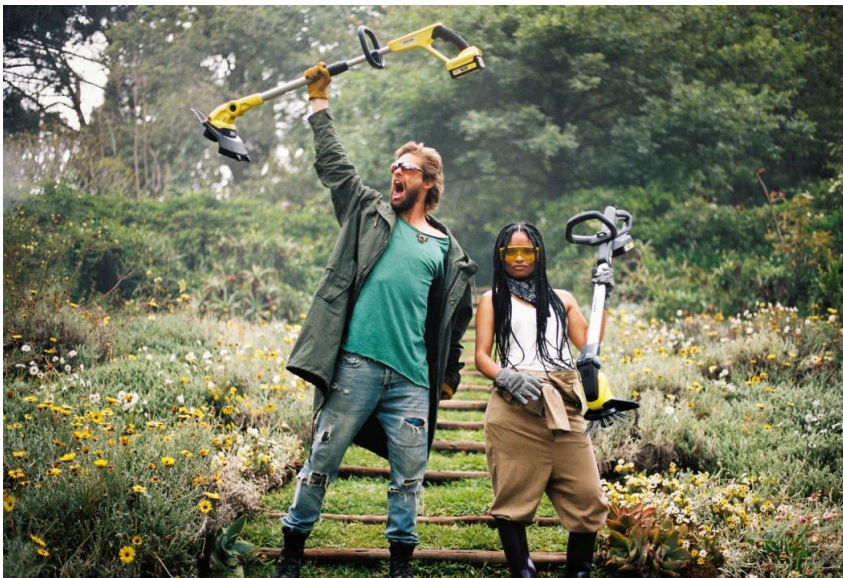
## **Alfred Kärcher SE & Co. KG**

Kärcher is de wereldleider in schoonmaak- en onderhoudsoplossingen. Het productportfolio omvat hogedrukreinigers en ultra-hogedrukreinigers, stofzuigers voor verschillende toepassingen, stoomreinigers, veegmachines en schrobzuigmachines, autowasininstallaties inclusief zelfbedieningstechnologie, industriële reinigingstechnologie voor speciale toepassingen, reinigingsmiddelen, systemen voor de behandeling van drinkwater en waterrecycling, waterdispensers en luchtreinigers, software voor vloot- en procesbeheer, pompen en bewateringssystemen, evenals machines voor tuinonderhoud. Perfect op elkaar afgestemde producten en accessoires gaan hand in hand met uitgebreid advies en servicegerichtheid op maat van de verschillende doelgroepen.

# PERSBERICHT



*Het monument van keizer William in Porta Westfalica, Duitsland, was één van de monumenten die in 2019 werden schoongemaakt. De arbeiders abseilden tegen een spectaculaire achtergrond en verwijderden vuil dat zich gedurende enkele decennia had opgehoopt.*



*Een emotioneel geladen campagne ter versterking van de merkidentiteit wordt uitgerold in 2020.*

**KÄRCHER**

# PERSBERICHT



*De 'Kärcher Battery Universe' met 43 nieuwe producten omvat hogedrukreinigers, stofzuigers en tuingereedschap.*