

ÅRSRAPPORT 2019

Würth Norge AS

På nytt setter selskapet omsetningsrekord med en vekst på 3,7 prosent. Grunnet en svak start på fjoråret så var spesielt første halvår meget sterkt. Veksten ble akseptabel både på auto- og metalldivisjonen, mens divisjon bygg ikke nådde opp til forventningene med sin nullvekst. Det er svært tilfredsstillende å se at vår forretningsmodell fungerer bedre og bedre. E-handel fortsatte sin vekst over 30%, mens vekstbalansen mellom butikker og direktesalg holdt seg stabil.



Med et overskudd før skatt på 105,6 millioner sank marginene noe, mens god kostnadskontroll gjorde at vi opprettholdt samme nivå som året før i kroner.

Arbeidet med å arbeide enda mer målrettet overfor våre kunder ved økt fokus på planlegging fortsatte i 2019. Vår forretningsidé sier at vi skal gjøre det enklere for fagfolk å gjøre jobben sin gir klare signaler til oss alle og selskapet ser av kundeutviklingen at vi lykkes. Vi øket antall kjøpende kunder til hele 47 912, en vekst på knappe tre prosent. Utviklingen på kjøpende kunder hadde en tilsvarende vekst. Vi fortsatte også investeringene i nye butikker for å bli enda raskere og endte året med 50 butikker, to flere enn året før.

Høsten 2019 utviklet vi også en ny strategi som vi ga navnet Strategi 2525 som indikerer et salgsmål i år 2025 på 2,5 milliarder norske kroner. Dette representerer en årlig vekst på knappe åtte prosent som vi så som realistisk inntil koronautbruddet var et faktum. I skrivende stund ser vi nå at vi vil få et kraftig tilbakeslag, men at veksttaket vil beholdes fra et nytt nivå som akkurat nå er ukjent. Strategien

inneholder også 13 initiativer for hvordan vi skal få til en slik vekst og måten vi arbeider på er nå enda mer involverende enn før. På hvert ledermøte gjennom 2020 er 50 prosent av tiden satt av til at nøkkelpersoner som er initiativansvarlige deltar med avrapportering i våre ledermøter.

På lang sikt vil utvikling av nye automatiseringssystemer bli enda viktigere. Dette strekker seg fra enkle skannere og Kanbanløsninger til både vendingmaskiner og RFID-rom. Prosessoptimering hos våre kunder er viktig og vi kan nå levere løsninger til kundene. Etter å ha brukt fjoråret mest til testing har nå utrulling startet og mange kunder ligger i pipeline for økt automatisering. Til dette hører også e-procurement.



Galleri Würth legger også et godt år bak seg. I denne blindveien i Nittedal kom det hele 8 372 besøkende for å se kunst av høy kvalitet – en av Würths måter å gi noe tilbake til lokalsamfunnet på. Aktivitetsnivået var svært høyt og det er en glede å se at vår bedrift besøkes av et bredt publikum fra småbarn til godt voksne pensjonister. Det at galleriet er en del av den kulturelle skolesekken både i Nittedal og Oslo er vi svært stolte av.



en har også lagt et godt år bak seg. Det ble ny rekord også globalt. Takket være mer enn 77 000 würrthere i mer enn 400 selskaper i 86 land endte omsetningen på 14,3 milliarder euro. Dette tilsvarer en vekst på samme nivå som i Norge.

Resultatregnskap 2019

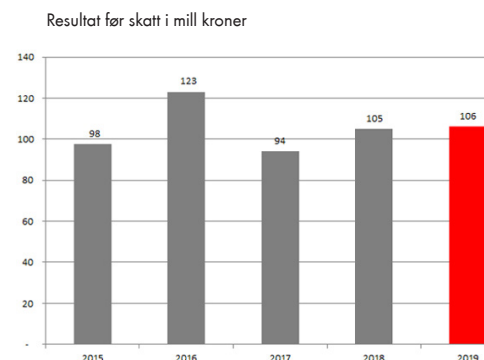
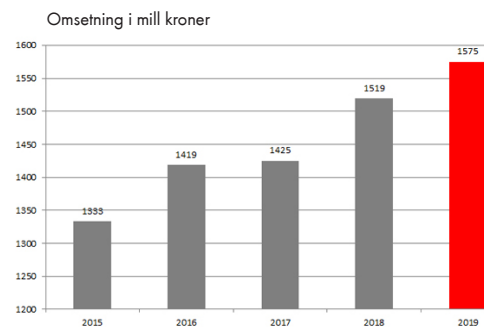
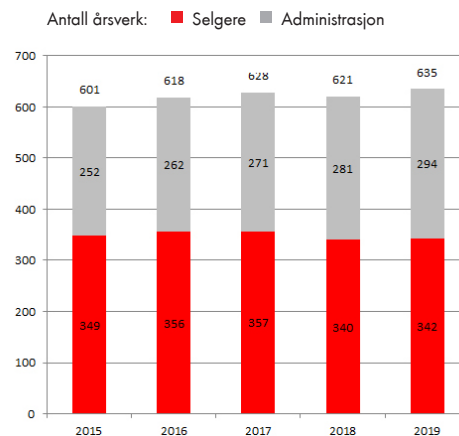
Driftsinntekter	1 579 921 852
Driftskostnader	1 474 702 151
Driftsresultat	105 219 701
Finansresultat	441 989
Resultat før skatt	105 661 690
Skattekostnad	23 275 908
Årets resultat	82 385 782

Eiendeler

Anleggsmidler	
Immaterielle eiendeler	41 215 110
Varige driftsmidler	301 704 657
Finansielle anleggsmidler	3 600 349
Sum anleggsmidler	346 520 116
Omløpsmidler	
Lagerbeholdning	183 564 643
Kortsiktige fordringer	469 037 030
Kasse, bank	18 158 052
Sum omløpsmidler	670 759 725
Sum eiendeler	1 017 279 841

Egenkapital og gjeld

Egenkapital	
Egenkapital	634 098 136
Gjeld	
Avsetninger	92 679 233
Kortsiktig gjeld	290 502 472
Sum gjeld	383 181 705
Sum egenkapital og gjeld	1 017 279 841



VÅRE GRUNNVERDIER

Mot

Vi skal ha tæl nok til å tørre å stoke opp kursen for hele bransjen. Tørre å gå nye veier – vise endringsvilje. Det er den suverene ener som kan gjøre dette.

ANSVARLIGHET

Vi er en stor aktør, og vi har tenkt å bli enda større og mer synlige enn før. Vi tar samfunnsansvar, regionalt og lokalt. Vi er etterrettelige, ordentlige og omsorgsfulle i alt vi gjør. Det betyr ikke at vi behøver å være kjedelige. Vi sier ofte TAKK, for å uttrykke vår anerkjennelse til andre.

LIDENSKAP

For salg. For faget. For jobben. For Würth. Denne verdien skal prege oss i alt vi gjør – og være førende for hva slags folk vi knytter til oss. Den skal også være synlig i all vår kommunikasjon. Vi er stolte av jobben vår.

ENTUSIASME

Vi skal være positive i alt vi gjør, stå for engasjement og delaktighet overfor kunder, forretningsforbindelser og arbeidsskolleger.