Uniwheels Group è riuscita ad aumentare i ricavi del 5,8% e a stabilizzare il business globale nel corso del 2013, come riportato sui risultati finanziari pubblicati il 24 marzo 2014. Secondo la società, la crescita del business deriva in gran parte dallo sviluppo “molto positivo” della divisione Automotive, che si concentra sulla fornitura del business OEM ed è cresciuta del 12% nel 2013. Inoltre, il successo di misure di riduzione dei costi nella gestione del business è indicata come misura che ha avuto un impatto positivo.

Le vendite del gruppo Uniwheels per il 2013 ammontano a 338,3 milioni di Euro, mentre nel 2012 erano pari a 319,8 milioni. Questo significa che i volumi sono aumentati del 7,9%, con 6,9 milioni di ruote vendute nell’esercizio finanziario 2013 (2012: 6,4 milioni di ruote). L’EBITDA del gruppo (rettificato dalle componenti straordinarie) è migliorato di 15,3 milioni di euro, pari al 77,7%, a 35,0 milioni di euro rispetto all’anno precedente (2012: 19,7 milioni di Euro). Il risparmio sui costi - in particolare nel settore amministrativo - hanno giocato la loro parte, in particolare sul costo del lavoro e altri costi operativi. Il rapporto tra spese di personale (costo del lavoro / ricavi totali) è stato ridotto di 2,3 punti percentuali, al 16,6 per cento a causa della riduzione dei costi e dell’ottimizzazione del sistema di spostamento dei lavoratori.

Ralf Schmid, CEO del gruppo Uniwheels è molto soddisfatto dello sviluppo del business: “Nel complesso, possiamo guardare al 2013 come un anno di grande successo, in cui abbiamo continuamente migliorato la nostra già ottima posizione di partner tecnologico e di sviluppo delle case automobilistiche premium. Vogliamo continuare questo sviluppo positivo per l’anno finanziario 2014. Inoltre, abbiamo introdotto altre misure specifiche per rafforzare il business accessorio. Stiamo cercando potenziali guadagni, rafforzando i nostri sforzi in altri mercati esteri più promettenti, in particolare in Europa orientale, e ulteriormente ottimizzando la gestione dei key account. Abbiamo ottenuto grandi miglioramenti sul lato dei costi, e quindi siamo vicini al nostro obiettivo di un margine EBITDA sostenibile a due cifre. Sulla base di questo ora possiamo crescere ulteriormente e guardare con ottimismo al nuovo anno finanziario”.