

BabyOne Jahresbilanz 2021

Umsatzwachstum von 14%

Dienstag, 18.01.2022

BabyOne, Fachmarktkette für Baby und Kleinkindbedarf mit über 100 Filialen in der DACH-Region, hat das Geschäftsjahr 2021 mit einem Umsatzrekord in Höhe von 255,5 Mio. Euro Nettoumsatz abgeschlossen. Damit erzielte das Familienunternehmen aus Münster ein Umsatzwachstum von 14% im Vergleich zum Vorjahr. Besonders dynamisch wuchs mit 34% der Online-Kanal, doch auch stationär hat das Handelsunternehmen zugelegt. Unternehmerischer Fokus lag wie im Vorjahr in der Transformation des Geschäftsmodells vom stationären Händler hin zum Omnichannel-Player. Dazu investierte das Unternehmen stark in IT-Projekte, in die Aufstockung der Mitarbeiter sowie in den Umbau der Zentrale in Münster.

Nach über 20 Jahren unter der Leitung von Wilhelm und Gabriele Weischer war 2021 das erste Jahr des Familienunternehmens BabyOne unter dem Vorsitz der Nachfolgeneration Anna Weber und Jan-Willem Weischer. Die Geschwister ziehen eine sehr erfolgreiche erste Jahresbilanz: „Wir sind mit der Geschäftsübergabe am 1. Januar 2021 gleich in ein weiteres Corona-Jahr gestartet, das uns sehr gefordert hat. Dass wir dieses Jahr trotzdem so erfolgreich gemeistert haben, verdanken wir unseren Franchisepartner:innen und Mitarbeiter:innen, die uns mit unendlichem Vertrauen und großer Tatkraft in vielen unterschiedlichen Projekten unterstützt haben, die digitale und kulturelle Transformation von BabyOne Schritt für Schritt voranzubringen“.

Schon 2020 hat BabyOne mit der Unternehmensstrategie „Abenteuer Zukunft“ die Weichen für eine komplette Neuausrichtung des Geschäftsmodells weg vom rein stationären Händler hin zum Omnichannel-Unternehmen gestellt. Im Zuge dessen wurde 2021 die komplette Modernisierung der IT-Systemarchitektur gestartet. Die Vernetzung der Verkaufs- und Kommunikationskanäle sowie der Services wurde stark ausgebaut und der Onlineshop als eigenes Profit-Center etabliert. Diese Entwicklung schlägt sich auch im Online-Umsatz nieder: 2021 konnte BabyOne erstmals Waren im Wert von 42,2 Mio. Euro über den Online-Kanal absetzen – das entspricht einem Anteil von 16,5% vom Gesamtumsatz und einer Steigerung um 34% im Vergleich zum Vorjahr. Doch auch im stationären Bereich wuchs BabyOne: Mit der Eröffnung des Fachmarkts in Kamen und der Übernahme des Babymarkts Wehnen in Grefrath zählen nun insgesamt 103 Geschäfte zum Franchise-Netzwerk des Handelsunternehmens.

Um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, investieren Anna Weber und Jan-Willem Weischer zudem stark in den Ausbau der eigenen Teams. So wuchs 2021 die Anzahl der Mitarbeiter in der BabyOne-Zentrale um 40% . Deswegen, und auch um den heute veränderten Arbeitsbedürfnissen Rechnung zu tragen, startete BabyOne im Sommer 2021 den Umbau der Zentrale in Münster. Anna Weber erklärt: „Wir sehen, dass sich mit der Nutzung des Homeoffices durch unsere Mitarbeiter:innen die Funktion unserer Büros stark verändert hat. Dort stehen nun Austausch und kreative Prozesse in Teams im Mittelpunkt. Wir möchten mit dem Umbau unserer Arbeitswelt bereichsübergreifendes Arbeiten fördern für mehr Kreativität, Kommunikation und Transparenz zwischen allen Teams“.

Ausblick 2022: Eigenmarke ausbauen und Kommunikation weiter stärken

„2022 werden wir unseren eingeschlagenen Weg konsequent und mutig weitergehen und hoffen, dass uns Corona keine weiteren Einschränkungen mehr auferlegt“, erklärt Jan-Willem Weischer. Auf der Agenda

für das Neue Jahr stehen unter anderem der bereits in 2021 gestartete Ausbau der Eigenmarke, die weitere Verknüpfung der Online- und Offlinewelt sowie die Fortführung der begonnenen Transformationsprozesse.

Umsatzwachstum von 14%

Links

- [BabyOne](#)