Garant Gruppe
Deutliches Umsatzplus auch im zweiten Coronajahr

Montag, 28.03.2022

Im achten Jahr in Folge konnte die Garant Gruppe aus Rheda-Wiedenbrück ihren nachhaltigen Wachstumskurs fortsetzen. Die Verbundgruppe beschließt das Geschäftsjahr 2021 mit einem Umsatzplus von 8,1 Prozent zum Vorjahr. Das Umsatzwachstum erstreckt sich über alle Geschäftsfelder: Küche, Schlafen, Wohnen und das SHK-Handwerk.

Mit diesem Gesamtwachstum sattelt die Garant Gruppe in Deutschland auf dem Rekord-Vorjahr (+15,5 %) auf. Wieder sind alle Geschäftsfelder der Verbundgruppe gewachsen – am stärksten zeigt sich der Garant Spezialverband Küchen Areal mit einem erneuten zweistelligen Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahr.

Während der lange Lockdown zu Jahresbeginn 2021 die mittelständischen Mitgliedsunternehmen deutlich weniger getroffen hat als großformatigere Vertriebsformen, und ein hohes Auftragspolster aus dem Vorjahr mitgenommen wurde, erschwerten die im Jahresverlauf zunehmenden Lieferengpässe in vielen Warengruppen auch dem Fachhandel und Handwerk das Geschäft im zweiten Coronajahr dennoch erheblich. Dass die Garant Gruppe trotz der pandemiebedingten Schwierigkeiten das Jahr 2021 mit einem Umsatzplus von 8,1 Prozent erneut deutlich über dem Gesamtmarktniveau abschließen konnte und auch für die Zukunft gut aufgestellt ist, führt Geschäftsführer Torsten Goldbecker auf die starke Positionierung der Fachgeschäfte und die Innovationskraft der Verbundgruppe als Ganzes zurück: „Verbraucher investieren nach wie vor in die eigenen vier Wände – und sind bereit, den individuellen Service und die persönliche Beratung vor Ort entsprechend zu honorieren. Darum schauen wir durch die Augen des Endkunden auf Aspekte wie Warenpräsentation und Dienstleistungsangebot, um entsprechende Impulse zu setzen und unsere Partner bestmöglich zu unterstützen. Ein konkretes Beispiel dafür war das ‚House of Brands' auf unserem Partnerforum im November. Die inspirierende Ausstellung zeigte, wie unsere Handelspartner unsere Kollektionsmarken emotional und praxisnah in Szene setzen können."

Daneben habe auch die gezielte Unterstützung vor Ort und die Kraft der wachsenden Gemeinschaft eine entscheidende Rolle gespielt, wie Geschäftsführer Jens Hölper ergänzt: „Gerade in Zeiten ohnehin hoher Grundnachfrage und knapper Zeitressourcen ist es für unsere Partner umso wichtiger, in ihren Marketingaktivitäten gezielt die richtigen Kunden anzusprechen – mit unseren lokalen Digitalmarketingmaßnahmen in Kombination mit auf den ersten Blick ganz einfachen, aber sehr wirkungsvollen Tools wie etwa der Online-Terminvereinbarung konnten wir unseren Partnern eine hohe Qualität an Kundenkontakten liefern. Darüber hinaus erfreut sich auch unsere Händlergemeinschaft selbst erfreulich vieler und guter Neuzugänge, darunter allein mehr als 25 neuen Küchen-Standorten in den letzten 12 Monaten. In Verbindung mit dem starken Einkaufsvolumen, das wir über unsere strategischen Einkaufsgesellschaften bündeln, zeigen die Zahlen: hier ist eine starke Basis vorhanden, um Innovationen voranzutreiben und weiter zu wachsen – für die einzelnen Verbandsmitglieder und als Garant „Familie". Dazu sind wir im ständigen Austausch mit unseren Verbandsmitgliedern, um unsere Leistungen und Serviceangebote stets weiterzuentwickeln und den Bedürfnissen anzupassen. Sowohl unsere Partner als auch die Lieferanten wissen das zu schätzen!"

Der Ausblick auf das kommende Jahr gestalte sich nicht zuletzt aufgrund der aktuell unvorhersehbaren

weltpolitischen Lage rund um die Ukraine-Krise schwierig, wie Jens Hölper jedoch zu bedenken gibt. „Zuallererst sind unsere Gedanken natürlich bei den persönlich betroffenen und im wahrsten Sinne in Leib und Leben bedrohten Menschen im Krisengebiet – und wir hoffen inständig, dass dieser sinnlose und schreckliche Krieg alsbald beendet wird. Natürlich hat dies aber auch geschäftliche Auswirkungen, wie ich sie in meinen inzwischen mehr als 25 Jahren in dieser Branche noch nie erlebt habe. Die bereits bestehenden Lieferengpässe haben sich in vielen Warengruppen weiter dramatisch verschärft – hierauf liegt derzeit gemeinsam mit unseren Lieferanten und im Sinne unserer Partner daher unser absolutes Hauptaugenmerk“, so Hölper. „Die Verbrauchernachfrage war im ersten Quartal 2022 weiter intakt, die Stimmung ist jedoch von der Krise natürlich bereits heute beeinflusst und kann sich in deren weiterem Verlauf weiter eintrüben.“ Eine Voraussage zu treffen, sei demnach noch schwieriger als in den von der Pandemie geprägten Jahren zuvor.

Deutliches Umsatzplus auch im zweiten Coronajahr

Links

- Garant Gruppe