

Garant-Gruppe

Mit Umsatz-Rekord aus der Krise

Donnerstag, 10.12.2020



Die Garant-Geschäftsführer Jens Hölper und Torsten Goldbecker (v.l.), hier auf dem Partnerforum 2018, berichteten über gute Geschäftszahlen sowie ein erfolgreiches digitales Partnerforum 2020. Foto: Schwarze

Die Garant-Gruppe konnte im durch die Corona-Krise ihren Umsatz nachhaltig steigern und realisierte bereits in den Monaten Januar bis November ein Umsatzplus von 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Damit habe man das siebte Jahr in Folge beim Umsatz zugelegt und gerade in der Corona-Krise die Stärke des Fachhandels und des Fachhandwerks bewiesen, so Hendrik Schütte, Geschäftsleiter Marketing der Garant-Gruppe, bei der Online-Jahrespressekonferenz des Verbandes, die soeben zuende ging. Besonders erfreulich sei gewesen, dass man dieses Wachstum über alle Warengruppen hinweg habe realisieren können. So habe das Geschäftsfeld Küchen Areal bei +17 Prozent gelegen, der Bereich Gutes Schlafen sogar bei +21 Prozent, der Bereich Gutes Wohnen bei +10,4 Prozent und der Bereich Bad und Haustechnik bei +8 Prozent. Realisiert wurde dieses Wachstum mit unverändert 1807 Partnern in Handel und Handwerk – ein Beleg dafür, dass man durch die Qualität der Partner gewachsen sei. Abgänge habe man – insbesondere im Bereich Bad und Haus – durch Neuzugänge kompensieren können, die besser aufgestellt seien und intensiver mit dem Verband arbeiteten, erklärte Geschäftsführer Jens Hölper.

In den vergangenen Wochen hat die Garant-Gruppe auch ihr digitales Partnerforum abgehalten und dafür von den Handelspartnern viel Lob erhalten. Da durch die Pandemie aktuell an ein physisches Partnerforum

nicht zu denken gewesen sei, habe man markenspezifisch insgesamt 12 kurze Online-Veranstaltungen abgehalten, bei denen es einen Mix aus vorproduzierten Inhalten und Live-Elementen gegeben habe. Alle Veranstaltungen sind von den jeweiligen Brand-Managern auch live moderiert worden: „Natürlich fehlt uns das Partnerforum mit den persönlichen Begegnungen – wir sprechen hier ja nicht umsonst von der Garant-Familie“, so Hendrik Schütte. Aber für die kompakte Informationsvermittlung habe sich das Format so bewährt, dass man es auch in Zukunft ergänzend zu den Präsenzveranstaltungen wie dem Partnerforum nutzen wolle, so Hendrik Schütte. Das kompakte Informationsformat habe auch deswegen so gut funktioniert, weil die Händler in der aktuellen Boom-Phase im Möbelhandel schlicht nicht die Zeit für lange, ganztägige Online-Veranstaltungen hätten. Denn natürlich wolle man den Schwung, der aktuell das Möbelgeschäft antreibt, so gut wie möglich mitnehmen. Garant-Geschäftsführer Torsten Goldbecker blickte zufrieden auf das digitale Partnerforum zurück und konnte auch eine positive Erfahrung aus dem Jahr 2020 mitnehmen: „Die Digitalisierung hat nochmal zusätzlichen Schwung bekommen.“ Diese Erfahrungen würden sowohl dem Verband als auch den Mitgliedsunternehmen auch in der Zukunft nutzen.

Mit Umsatz-Rekord aus der Krise