

Geschäftsjahr 2020 der Schmidt Groupe

Umsatzrückgang trotz steigender Nachfrage

Donnerstag, 29.04.2021

In Frankreich haben die Auswirkungen von Covid-19 und den damit verbundenen Maßnahmen viel gravierendere Spuren hinterlassen als in Deutschland. Dies zeigt sich auch am Geschäftsjahr der Schmidt Groupe: Im vergangenen Jahr wurde ein Produktionsumsatz von 564 Mio. Euro erzielt und lag somit aufgrund der anhaltenden Folgen der Pandemie um sechs Prozent unter dem Vorjahr. Auch der Fachhandelsumsatz verzeichnete ein Minus von sieben Prozent. Die Erlöse einschließlich der über die Gruppe gelieferten Elektroeinbaugeräte belief sich auf 1,62 Mrd. Euro.

„Unsere Entwicklung war durchweg positiv. Der Wunsch nach einer neuen Küche und vor allem auch das Interesse an unseren Maanfertigungen aus den Wohnwelten waren enorm“, erklärt Jean-Claude Meyer. Er ist der Geschäftsführer der zur Schmidt Groupe gehörenden Schmidt Kchen GmbH & Co. KG, die in Deutschland ein Umsatzplus von rund 15% bilanzieren konnte. Im Hauptabsatzmarkt Frankreich war es jedoch anders. Im internationalen Vergleich hinkt hier der Möbelmarkt bei der Produktion und im Verkauf hinterher. „Unsere Werke standen zweieinhalb Monate still. Insgesamt fielen so 22% an Produktionskapazitäten weg – dieses Loch lässt sich nicht so schnell stopfen. Obwohl wir von September bis Dezember sogar sieben Prozent über unserer maximalen Kapazittauslastung lagen“, erklärt Meyer und fügt hinzu: „Aber diesen Rückstand holt man nicht so einfach auf. Vor allem dann nicht, wenn parallel dazu das Kaufinteresse weiter hoch ist. So gingen wir mit einem dick gefllten Auftragsbuch in den Jahreswechsel, während der Zustrom auf die Studios kontinuierlich anhielt.“

Der Mbelkauf wurde beim französischen Branchenprimus nicht aufgehoben, sondern er verschob sich lediglich. Das lässt sich auch an anderen positiven Eckdaten aus dem abgelaufenen Kalenderjahr ablesen: Die Mitarbeiterzahl innerhalb des Konzerns blieb trotz Pandemie-Krise mit 1.736 annähernd gleich. Die Kurve bei der Belegschaft mitsamt den Angestellten aus den Studios vollzog sogar einen dreiprozentigen Sprung von 251 auf 7.708 Beschäftigte – ein neuer Rekord in der fast 90-jährigen Unternehmenshistorie. Eine Bestmarke ist auch die Anzahl der Exklusivhndler, welche die Marke Schmidt sowie zusätzlich in Frankreich und Belgien noch das Label „cuisinella“ vertreiben. Hier gab es einen Anstieg von 33 Fachgeschäften auf nunmehr 793 Partnerhuser – wobei das deutsch-französische Traditionsunternehmen nach wie vor in 27 Ländern rund um den Globus vertreten ist. In Deutschland bieten 34 Mono-Markenstudios eine individuelle Möblierung auf Maß an. Das in dritter Generation von Anne Leitzgen geführte Unternehmen bleibt auch der fünftgrößte europäische Kchenhersteller, der insgesamt auf einer Fläche von rund 210.000 Quadratmetern produziert. Das geschieht überwiegend im Elsass – drei Werke befinden sich in Slestat, eines am Hauptsitz in Lipvre und hinzukommt das im Produktionsverbund arbeitende Stammhaus im saarländischen Trkismhle. Zudem gibt es ein Logistikzentrum in Bergheim. Dabei investierte man in den letzten fünf Jahren 165 Mio. Euro in die hochmodernen Mbelfabriken.

Corona-Krise beschleunigt digitale Transformation

Frankreich erlebte 2020 insgesamt drei komplette und harte Lockdowns, welche die Studios monatelang auf Eis legte. Und das in einer Zeit, in der die Leute ihr Zuhause schöner machen und in neue Möbel investieren wollten. Das löste einen Boom im Netz aus. So konnte die Schmidt Groupe die erste Stufe des Verkaufens und den primären Schritt der Produktentdeckung ins Internet verlagern. „Schauen wir auf die

französische Webseite, haben sich dort die Zugriffe um 51% auf über 5,4 Millionen erhöht. Im vergangenen Jahr nutzen mehr als 750.000 Kunden unsere 3D-Konfiguratoren. Rund 18% des Umsatzes von Schmidt in Frankreich lässt sich bereits direkt auf digitale Marketingaktivitäten zurückführen“, weiß Jean-Claude Meyer. Auch wenn derzeit die Pandemie das Leben in Frankreich schon wieder lahmlegt, so geht die Schmidt Groupe doch absolut positiv und zuversichtlich in die Zukunft.

Umsatzrückgang trotz steigender Nachfrage

Links

- [Schmidt Groupe](#)