Plana Küchenland
Auf Wachstumskurs

Freitag, 22.01.2021

Im Corona-Jahr 2020 konnte Plana Küchenland seine Marktposition ausbauen und die Digitalisierung voranbringen. Nach Abschluss der Konsolidierung im Partnernetz stehen für 2021 die Zeichen auf Expansion.

Trotz der durch den temporären Lockdown in Folge der Pandemie verkürzten Öffnungszeiten der Partner-Studios konnte Plana Küchenland im vergangenen Jahr den Gesamt-Umsatz um 12 Mio. Euro auf nunmehr 121 Mio. Euro steigern. Damit weist das Franchise-System sein bislang bestes Umsatzergebnis im Krisenjahr 2020 aus. Im Endspurt vor dem Jahreswechsel gelang es selbst zwischen den Feiertagen noch Küchen auszuliefern und aufzustellen. „Viele Kunden wollten noch im alten Jahr zum reduzierten Mehrwertsteuersatz ihre Küche geliefert bekommen und bezahlen“, vermerkt Mark Willekes, Geschäftsführer der Plana Küchenland Marketing und Lizenz GmbH. Allein die von der gesamten Branche beklagten Lieferengpässe der Küchentechnikindustrie bremsten die Abwicklung mancher Kommission. Für ihren Einsatz hart an der Belastungsgrenze erhielten die Beschäftigten in der Franchise-Zentrale einen Bonus. Im Zuge der Fusionierung der KSE IT Services GmbH mit der Plana Marketing und Lizenz GmbH im vergangenen Jahr ist Marcel Kröning nebst Mark Willekes Geschäftsführer.

Sechs Neueröffnungen für 2021 geplant

Das 1988 gestartete Franchisesystem ist aktuell mit 29 Franchisenehmern an 40 Standorten präsent – von Weil am Rhein im Süden bis nach Lippstadt im Norden und von Saarbrücken im Westen bis nach Neutraubling bei Regensburg im Osten. Die bestehenden weißen Flecken sollen sukzessive besetzt werden. Dazu hat der Franchise-Pionier im Jahr 2020 die Konsolidierung im Franchise-Netz abgeschlossen. Die bestehenden Standorte in Heilbronn und Reutlingen werden temporär als Filialen fortgeführt, bis Franchisenehmer sie übernehmen. Das Studio in Nürnberg wird demnächst mit einem neuen Partner an anderer Stelle wiedereröffnen. Mittelfristig sollen an bis zu 70 Standorten ein Plana Küchenland eröffnet sein. Für das Jahr 2021 sind bis zu sechs Neueröffnungen geplant.

Digitalisierung der Customer Journey

In der Corona-Krise meisterte die Plana-Zentrale zusätzlich noch einen Härtetest, den der mittelständische Handel insgesamt bestehen muss. Unter hohem Zeitdruck realisierte die hauseigene IT-Abteilung die Digitalisierung aller Geschäftsprozesse sowie eine Online-Beratung und den Online-Verkauf ebenso wie die Terminierung von Kundenbesuchen in den Küchen-Studios, die unter Beachtung der Hygiene-Regeln weiterhin möglich sind. „In der Digitalisierung der Prozesse sind wir nunmehr schon recht gut aufgestellt“, so Mark Willekes, „doch unser Fokus liegt klar auf den persönlichen Kontakt in unseren Küchen-Ausstellungen.“ Die aufgegleiste Digitalisierung im Vertrieb setzte sich in allen übrigen Abteilungen fort mit dem Effekt einer weiteren Verschlankung der Prozesse und einer nochmals erhöhten Transparenz bei der Abwicklung jeder einzelnen Küchen-Kommission. So verfügen alle 60 Mitarbeiter in der Franchise-Zentrale über einen technisch bestens ausgestatteten Home-Office-Arbeitsplatz. Zudem haben alle Beschäftigten bei Plana Küchenland die Möglichkeit, bei Bedarf von Zuhause aus auf die Daten zuzugreifen und tätig zu sein. „Unser IT-Team hat da einen grandiosen Job gemacht“, vermerkt Mark

Willekes.

Neue Partner im Fokus

Die jetzt erreichte Marktposition und die Marktchancen der Küchenspezialisten im weiterhin boomenden Küchen-Markt mit einem Branchenumsatz von über 11 Mrd. Euro will Plana Küchenland nutzen. Die Zeichen stehen auf Expansion. Derzeit läuft die Auswahl geeigneter Mietobjekte für die in 2021 intensivierte Suche von Franchise-Kandidaten. Neben Führungskräften aus der Möbelbranche und Top-Verkäufer aus der Küchenbranche, die sich selbständig machen wollen, spricht Plana Küchenland auch Quereinsteiger an. „Ein eigens konzipiertes Ausbildungsprogramm inklusive Trainings in einem Küchenstudio sowie on- und offline Seminaren an der Plana Akademie gibt auch Branchen-Novizen die Chance, mit einem markterprobten Geschäftskonzept durchzustarten“, erklärt Mark Willekes.

Auf Wachstumskurs

Links

- Plana Küchenland