

The Kitchen Family

Deutliches Plus trotz Krise

Freitag, 10.06.2022

Im Geschäftsjahr 2021/2022 (31. März) erzielten die Unternehmen der Kitchen Family mit einem Gesamt-Umsatz von rund 289 Millionen Euro ein Plus von 5,06%. Bauformat hat daran einen Anteil von rund 69 Millionen Euro (+4,71 %), bei Burger waren es 209 Millionen (+4,8%) und bei Badea 11 Millionen Euro (+12,41%).

Während Bauformat im Export mit ca. 25 Millionen Euro Umsatz 0,9% unter Vorjahresniveau blieb, konnte sich Burger hier um 8% steigern (knapp 71 Millionen Euro). Das 2020 runderneuerte Badsortiment von Badea führte gar zu einem Plus von knapp 18% (rund 4 Millionen Euro Umsatz). Künftig soll die Marke im Ausland noch weiter gepusht werden.

Geschäftsführer Matthias Berens ist zufrieden: „Schon 2020 war ein starkes Jahr. Im Zeitraum zwischen dem 1. April 2021 und dem 31. März 2022 konnten wir uns noch einmal verbessern. Und was das kommende Geschäftsjahr angeht, bin ich trotz aller Widrigkeiten optimistisch.“

Das Geschäftsjahr 2021/2022 hielt Herausforderungen bereit: Corona, Lieferengpässe, hohe Materialkosten. Zuletzt kam noch der Krieg in der Ukraine hinzu. Wie das Unternehmen mitteilt, konnte dennoch die vollständige Versorgung der Kunden gewährleistet werden: Trotz zunehmender Engpässe konnte die Baumann-Group ihre Lieferketten weiterhin aufrechterhalten.

Zu den Meilensteinen gehörten diverse Zertifizierungen. So wurde Bauformat als „Top Arbeitgeber“ ausgezeichnet, es gab das Siegel „Möbel Made in Germany“ und den „Blauen Engel“ für Bauformat, Burger und Badea. Die Kooperation mit Haier für die Gerätemarke Candy lief an.

Für Investitionen in der Produktion hat die Kitchen Family einen 2-stelligen Millionenbetrag in die Hand genommen. Derzeit befindet sich in Burg die neue Produktionshalle 14 im Bau. Bauformat bekommt eine neue, vielseitige Produktionsstraße, auf der sowohl Unter-, Hänge- und auch Geräteschränke gefertigt werden können. Momentan ist die Anlage im Testlauf und soll im Sommer 2023 installiert werden.

Besonders hervorzuheben ist laut Unternehmen die Entwicklung in Frankreich. Dort wurde 2019 das Studiokonzept #kitchenfamily vorgestellt. Mittlerweile umfasst das Händlernetzwerk zehn Fachhändler. Fünf von ihnen kamen allein im Laufe des vergangenen Jahres an Bord. Im November wurde #kitchenfamily auf der Esprit Meuble erneut vorgestellt. Auch gibt es jetzt unter www.kitchenfamily.fr eine eigene Website. Nach aktuellem Stand sind außerdem bereits rund ein halbes Dutzend Neueröffnungen in Planung, für die Bauformat auch weiterhin die Ladengestaltung übernimmt.

Deutliches Plus trotz Krise

