

Die Geschäftsführer Jens Hölper (l.) und Torsten Goldbecker freuen sich über die erneut sehr positive Entwicklung der Garant Gruppe.



Garant Gruppe

Nachhaltig erfolgreich

Die Garant Gruppe bleibt auf Wachstumskurs. Trotz zahlreicher Herausforderungen in Folge des Ukraine-Kriegs konnte jetzt erneut ein erfolgreiches Geschäftsjahr bilanziert werden. Auch für die Zukunft ist die Verbundgruppe aus Rheda-Wiedenbrück bestens gerüstet.

„Die Garant Gruppe ist im zehnten Jahr in Folge nachhaltig und erfolgreich gewachsen“, freute sich Hendrik Schütte, Geschäftsführung Garant Marketing, zum Start der Online-Bilanzpressekonferenz der Garant Gruppe. Das sei keine Selbstverständlichkeit und vor dem Hintergrund der zahlreichen Herausforderungen nicht absehbar gewesen. Konkret wurde im Geschäftsjahr 2022 gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus

von 7,5% erwirtschaftet. Die Zahl der Partner erhöhte sich leicht von 1.772 auf 1.788. Schütte betonte dabei vor allem die Qualität der neuen Partner, die grundsätzlich wichtiger als das quantitative Wachstum sei.

Küche als Motor

Nach wie vor bleibt der Bereich Küche für die Garant Gruppe das stärkste Ge-

schäftsfeld. „Wir konnten hier ein zweistelliges Wachstum generieren“, äußerte sich Garant-Geschäftsführer Jens Hölper zufrieden. Die Handelspartner – 40 Neuzugänge gab es im vergangenen Jahr – seien insgesamt gut ausgelastet gewesen.

„Sehr zufrieden“ war die Garant Gruppe auch mit der Entwicklung im Bereich Bad + Haus. Hier gab es ein einstelliges Plus, dass bedingt durch die reine Fokussierung auf den Sanitärbereich ohne Heizung etc. etwas unter dem Gesamtmarkt-Niveau lag. Ein leichtes Minus gab es hingegen im Bereich Möbel und Schlafen. „Das erste Halbjahr lag im Plus, das zweite Halbjahr allerdings deutlich im Minus“, bilanzierte Hölper. Während es bei Wohnen eine Seitwärtsbewegung gab, entwickelte sich vor allem das Segment Schlafen durch die Kooperation mit der ABK positiv.

„Insgesamt sind wir auch mit der Umsatzentwicklung in den einzelnen Geschäftsbereichen sehr zufrieden“, so Hölper, der gleichzeitig auf die erstaunliche Entwicklung der Garant Gruppe in den vergangenen drei Jahren verwies. Während der Verkaufsumsatz mit Möbeln in Deutschland im genannten Zeitraum um 3,2% stieg, lag das Wachstum bei Garant Möbel + Küchen bei 36,1%.

Verstärkung der Marketingaktivitäten

Eine Entwicklung, die auch in den kommenden Jahren so anhalten soll. 2023 werde allerdings aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht einfach, wie Geschäftsführer Torsten Goldbecker betonte. „Wir rechnen für das Gesamtjahr mit sinkenden Stückzahlen bei gleichzeitig steigenden Preisen und einem Umsatz auf Vorjahresniveau bzw. leicht darüber.“

Zur Erreichung dieses Zieles setzt die Garant Gruppe neben der Stärkung des persönlichen Kontakts zwischen Industrie und den Handelspartnern auf die weitere Implementierung der „Aera“-Küchenstudios. Das im November 2021 vorgestellte Studiokonzept wurde bereits elfmal umgesetzt, weitere acht Standorte seien bereits in Planung. „Unsere Kollektionsmarke ‚Aera‘ steht für Individualität, Kreativität und Sinnlichkeit. Sie wird von unseren Partnern sehr gut angenommen“, freut sich Hölper.

Darüber hinaus wird vor allem auf die Verstärkung der Marketingaktivitäten gesetzt. Crossmediale Marketingkampagnen unter dem Slogan „Richte dich daheim auf Urlaub ein“ sollen für mehr Reichweite und mehr Frequenz sorgen. Impulse, die vor allem bei schwieriger bleibenden Rahmenbedingungen wichtig sind.

Sebastian Lehmann

ZZZ



Stärkster Geschäftsbereich der Garant Gruppe ist nach wie vor die Küche. Hier will der Verband durch die weitere Implementierung der „Aera“-Küchenstudios weiter wachsen. Fotos: Garant Gruppe