

MEDIENINFORMATION

„Küchen nachhaltig zu produzieren, wird bald ein erwarteter Standard sein.“

Welche Auswirkungen haben die Krisen auf die Küchenbranche? Im Gespräch mit der Geschäftsführung der Löhner Baumann Group

„Bereits die Rohstoffe sind deutlich teurer geworden“, sagt Michael Assner, der in der Geschäftsführung der Baumann Group für den Betrieb und die Produktion verantwortlich ist. „Innerhalb von nur rund einem Jahr stiegen seit Mitte 2020 die Einkaufspreise um mehr als 20 Prozent. Danach sorgte der Ukraine-Krieg für weitere Preissteigerungen, so dass wir heute teilweise 50 Prozent teurer einkaufen als zuvor.“ In Zahlen ausgedrückt sind das sage und schreibe mehr als 30 Millionen Euro jährlich Mehrbelastung im Einkauf für die Baumann Group. Dennoch stiegen die Preise der Küchen der Baumann Group für den Händler nur um etwa 25 Prozent – übrigens eine nahezu branchenweite Entwicklung.

„Das liegt daran, dass der Anteil des Produkteinkaufs am Endpreis vereinfacht gesagt etwa 50 Prozent ausmacht“, erläutert Sabine Brockschnieder, Geschäftsführerin Finanzen und Personal bei der Baumann Group. „Die verbleibende Hälfte sind Personal- und Sachkosten sowie die Marge des Händlers.“ Und Michael Assner ergänzt: „Wir sind sehr froh darüber, dass die Lieferketten trotz aller Widrigkeiten bisher stabil blieben und nicht unterbrochen wurden. Dafür haben wir teilweise auch neue Lieferanten zu höheren Preisen an Bord genommen. Wir stellen aber fest, dass sich die Preise auf diesem höheren Niveau stabilisieren.“ Die Auswirkungen der Corona-Pandemie verursachten bei der Baumann Group auch nicht unbeträchtliche Kosten, die aber vom Unternehmen getragen und nicht auf die Küchenpreise umgelegt wurden. „Wir hatten beispielsweise einen hohen Aufwand, um für möglichst viele Mitarbeitende Home-Office realisieren zu können“, sagt Sabine Brockschnieder. „Auch war die Krankheitsquote zum Teil sehr hoch, was dazu führte, dass für die Produktion Leiharbeiter beschäftigt und entsprechend zusätzlich bezahlt werden mussten.“ Insgesamt sei die Baumann Group aber sehr gut durch die durch Corona und den Ukrainekrieg ausgelösten Krisen gekommen. „Unsere Mitarbeitenden haben sich auf die Veränderungen extrem gut einstellen können und alle an einem Strang gezogen. Wir hatten auch einen sehr einvernehmlichen dauerhaften Austausch mit unserem Betriebsrat, dem wir dafür an dieser Stelle nochmal ganz herzlich danken möchten“, so Sabine Brockschnieder. Ihre Werthaltung drücke die Baumann Group nicht umsonst in dem Leitsatz „The Kitchen Family“ aus. „Zur Kitchen Family gehören für uns neben unseren Mitarbeitenden im Übrigen auch unsere Kundinnen und Kunden sowie unsere Lieferanten und Dienstleister“, ergänzt Matthias Berens, Geschäftsführer Vertrieb bei der Baumann Group. „Menschen kaufen bei Menschen. Wir sind ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Löhne und der Region eng verbunden. Wir arbeiten bevorzugt mit anderen mittelständischen Betrieben und

17.04.2023

finanzieren in erster Linie bei einer regionalen Bank, die ein ausgeprägtes Verständnis für die speziellen Anforderungen der Küchenbranche hat.“ Dazu Sabine Brockschnieder: „Unsere langjährige Hausbank ist die Sparkasse Herford, zu der wir ein besonderes Vertrauensverhältnis haben. In Sachen Finanzen begleitet die Sparkasse Herford daher eng unsere strategische Entwicklung.“

Rückgang des Wohnungsbaus als Chance verstehen

Seit Ende des vergangenen Jahres macht ein Aspekt der Baumann Group – wie zweifellos der gesamten Küchenbranche – zu schaffen: Stark gestiegene Preise, höhere Kreditzinsen und Materialengpässe haben dem Bauboom in Deutschland den Wind aus den Segeln genommen. „Grob gesagt bedeuten weniger Neubauten auch weniger neue Küchen“, sagt Matthias Berens. „Wir verstehen dies allerdings auch als Chance, uns neue Zielgruppen zu erschließen.“

Apropos „strategische Zielvorstellungen des Unternehmens“: Wo sieht die Geschäftsführung der Baumann Group das Unternehmen denn in zehn Jahren? Welche Aspekte sind dabei besonders wichtig? „Elementar ist es, die hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden aufrechtzuerhalten“, antwortet Sabine Brockschnieder. „Denn diese sind nicht nur der Motor unseres Unternehmens, sondern als Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter die beste Werbung für die Baumann Group.“ Ein weiteres bedeutendes Ziel sei es, noch nachhaltiger zu produzieren, so Michael Assner. „Dazu werden wir auch zukünftig deutlich sowohl in unsere Produktionseinrichtungen als auch in die Materialien investieren. Denn eines ist klar: Alles läuft darauf hinaus, dass Küchen irgendwann weitestgehend recycelt werden. Schließlich ist Holz zwar ein nachwachsender Rohstoff, im Sinne des Natur- und Umweltschutzes aber sehr schonend zu behandeln.“ Auch für Matthias Berens ist die Nachhaltigkeit das bestimmende Kriterium der nahen und mittleren Zukunft der Küchenproduktion: „Nachhaltig zu produzieren wird schon bald ein erwarteter Standard sein. Und auch wenn Küchenhersteller im Vergleich zu anderen Bereichen der Möbelbranche in Sachen Nachhaltigkeit um Einiges voraus sind – wir werden intensiv weiter daran arbeiten.“ Darüber hinaus sei die kontinuierliche Weiterentwicklung der Automatisierung und Digitalisierung unabdingbar, ergänzt Michael Assner: „Wir haben jüngst eine moderne neue Maschinenstraße angeschafft, mit der wir ab Herbst in unserer Produktion in Löhne Küchenschränke herstellen werden. Diese Fertigungslinie ist hochvernetzt und flexibel auch für Sonderanfertigungen nutzbar. Finanziert wurde auch diese maßgeblich von unserem bevorzugten Finanzpartner, der Sparkasse Herford, die seit vielen Jahren den innovativen Digitalisierungsprozess der Baumann Group unterstützt.“