

Wirtschaftsjahr 2020/21 von Blum

Umsatzanstieg von 470 Mio. Euro

Donnerstag, 15.07.2021

Die Blum-Gruppe hat im Wirtschaftsjahr 2020/21 per Stichtag 30. Juni 2021 insgesamt 2,37 Mrd. Euro Umsatz erwirtschaftet. Dies entspricht einer Steigerung von 24,7 % oder 470 Mio. Euro zum Vorjahr. Die durch die Corona-Pandemie weltweit gestiegene Nachfrage im Möbelbau hat damit auch beim Vorarlberger Beschlägehersteller für einen überproportionalen Umsatzanstieg gesorgt. „Die eigenen vier Wände haben während der Krise überall auf der Welt an Bedeutung gewonnen. Gleichzeitig gab es eine Verschiebung des privaten Konsums – weg von klassischen Freizeitaktivitäten, hin zu Investitionen ins eigene Zuhause. Unter anderem auch in Küchen und Möbel“, erklärt Philipp Blum, Geschäftsführer von Blum, die Entwicklung.

Obwohl während der Lockdowns die Möbelgeschäfte teilweise von langen Schließungen betroffen waren, stieg die Nachfrage im Bereich Wohnen und Einrichten weltweit an. Die Märkte Westeuropas verzeichneten dabei ein starkes Wachstum, insbesondere Italien, Frankreich, UK und Deutschland. Große Zuwächse gab es auch in Osteuropa, wie etwa in Polen, Russland, Tschechien und der Türkei. Auch die nordamerikanischen Märkte entwickelten sich gut. Umsatzwachstum gab es auch in den Märkten in Asien und Ozeanien – China hat erneut stark dazu beigetragen. Ein positives Jahr verzeichneten ebenfalls Afrika, Südamerika sowie der Nahe und Mittlere Osten. Der Beschlägespezialist beliefert Kunden in mehr als 120 Märkten – seit Frühjahr 2021 zählen mit der Neugründung von Blum Indonesien weltweit insgesamt 33 Tochtergesellschaften und Repräsentanzen zum Unternehmen.

„Die große Nachfrage nach Küchen und Möbeln und somit nach Blum-Produkten ist mehr als erfreulich, stellt uns aber, besonders im Produktionsumfeld, vor extreme Herausforderungen“, gibt Geschäftsführer Martin Blum zu bedenken. Die sichere und verlässliche Versorgung seiner Kunden mit Beschlägen habe oberste Priorität. „Ein großes Dankeschön gilt unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie haben mit ihrer unglaublichen Einsatzbereitschaft und Flexibilität maßgeblich dazu beigetragen, dieses außergewöhnliche Jahr zu bewältigen“, betont Martin Blum. Mit Ende des Wirtschaftsjahres arbeiten 8.778 Personen weltweit für Blum, davon 6.551 in Vorarlberg. Im vergangenen Jahr wurden in Vorarlberg 371 neue Mitarbeiter eingestellt, weltweit 429. Die Lehre – die Ausbildung junger Menschen zu Fachkräften – bleibt für Blum weiterhin ein wichtiger Faktor, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und sich langfristig für die Zukunft aufzustellen. Mit 1. September starten 93 neue Lehrlinge ihre Ausbildung bei Blum in Vorarlberg, acht junge Menschen in den USA und zwei in Polen.

Die weltweiten Gesamtinvestitionen für das vergangene Wirtschaftsjahr liegen bei 259 Mio. Euro, 176 Mio. Euro davon in Vorarlberg. Blum investiert auch in diesen herausfordernden Zeiten konstant und langfristig in die Erweiterung der Gebäude, Maschinen und Anlagen. „Durch die langfristigen Planungen waren wir überhaupt in der Lage, dieser unerwartet starken Nachfrage bestmöglich zu begegnen“, so

Martin Blum. Die Erweiterung im Werk 4 in Bregenz wird noch im Sommer in Betrieb genommen. Im Werk 6 in Gaißau ist der Start für den Ausbau der Produktion und des Hochregallagers bereits erfolgt, die Inbetriebnahme ist für Mitte 2023 geplant. „Wir bekennen uns damit auch weiterhin klar zum Produktionsstandort Vorarlberg“, informiert Martin Blum. Im Sinne einer gesunden Wachstumsstrategie stärkt die Blum-Gruppe mit weltweiten Investitionen die internationale Ausrichtung. Die Betriebserweiterung in Polen geht ebenso voran, Blum rechnet mit einer Fertigstellung ab Herbst 2023. Der Bau des Produktionsstandorts China wird Anfang 2022 abgeschlossen sein.

Hohe Nachfrage hat Folgen

Der massive Bedarf in der Küchen- und Möbelbranche sowie anderen Industrien führt seit Monaten zu einer enormen Verknappung bei Rohmaterialien wie Stahl. „Auch unsere Kunden müssen derzeit leider länger auf unsere Produkte warten“, informiert Martin Blum und ergänzt: „Nur durch die teilweise angepassten Lieferzeiten ist es uns möglich, die rapide gestiegene Nachfrage aus den Märkten zu bedienen.“ Der Stahlpreis hat sich nahezu verdoppelt, aber auch Kunststoff, Verpackungen, Zink oder Aluminium sind von massiven Preissteigerungen betroffen. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich im Transportwesen: Die gesamte internationale Lieferkette ist unter Druck, sowohl im Land- als auch im Seeverkehr wurden die Preise teilweise empfindlich erhöht. „Auch wenn die Situation aktuell sehr herausfordernd ist, sorgen unsere langjährigen Partnerschaften mit unseren Lieferanten zumindest für eine gewisse Stabilität“, ist Martin Blum überzeugt.

Nach Einschätzung der Geschäftsführung werden die internationalen Lieferketten sowie die Verfügbarkeit beim Rohmaterial noch länger so angespannt bleiben. „Wir hoffen, dass uns – auch aufgrund der hohen Durchimpfungsrate – weitere Lockdowns erspart bleiben“, sagt Philipp Blum. Gleichzeitig stelle sich die Frage, ob der Homing-Trend und die damit verbundene Verschiebung des privaten Konsums von Dauer seien. Für Philipp Blum ist klar: „Die Erfahrungen, die wir als Unternehmen in den letzten eineinhalb Jahren gemacht haben, bringen uns weiter voran. Die digitalen Möglichkeiten bieten viele Chancen, allerdings haben sie auch aufgezeigt, dass persönliche Gespräche und der Austausch nicht ersetzbar sind.“ Für das gesamte Unternehmen gelte weiterhin, für die weltweiten Kunden ein verlässlicher Partner zu sein.

Umsatzanstieg von 470 Mio. Euro

Links

- [Blum](#)