

Fackelmann Brands trotz Konsumflaute

Die Konsumlaune der Deutschen hat ein historisches Allzeittief erreicht, das Kaufverhalten der Verbraucher ist nach wie vor zurückhaltend. Fackelmann Brands sowie der gesamte Non-Food Bereich stehen vor herausfordernden Zeiten. Mit neuen Marken, Kooperationen und Investitionen trotz der aktuellen Lage und kann obgleich geringem Umsatzeinbruch eine solide Bilanz vorweisen.

Hersbruck. Das Jahr 2022 brachte für Fackelmann Brands ungeahnte Herausforderungen und Unsicherheiten mit sich. Neben der Pandemie stellte der Angriffskrieg in der Ukraine, die Inflation und die Energiekrise das Unternehmen nahezu täglich vor neue Aufgaben. Nach zwei außergewöhnlichen Jahren, die durch veränderte Verbrauchergewohnheiten gekennzeichnet waren, begannen die Rohstoffpreise und Logistikkosten in den letzten 18 Monaten förmlich zu explodieren. 2023 steht das Unternehmen vor verschiedensten Herausforderungen, darunter stark steigende Rohstoff-, Erzeuger- und Energiepreise¹ sowie hohe Lagerbestände.

„Mit einer breitaufgestellten internationalen Innovations- und Investitionsstrategie starten wir zuversichtlich in ein ambitioniertes neues Jahr. Fackelmann Brands ist mit fast 45 Business Units auf sechs Kontinenten, diversifiziert und daher in der Lage, diese herausfordernde Zeit gut zu meistern. International ist die wirtschaftliche Lage deutlich besser, 70% unserer Umsätze werden außerhalb der DACH-Region erwirtschaftet, wodurch wir unseren Umsatz halten und weiter ausbauen können. Unser Wunsch, das Unmögliche möglich zu machen, steht außer Frage“, so Martin Strack, CEO der Fackelmann Brands.

Weltweit liegt der Umsatz des Unternehmens bei 482 Mio. € (-3,6% vs. 2021). Sowohl am Stammsitz in Hersbruck als auch an den Standorten weltweit wurde im Jahr 2022 investiert: Summen im hohen Millionenbereich wurden unter anderem für die Erweiterung des Logistikzentrums und für den Bau des Fackelmann Möbel Centers in Hersbruck getätigt. Im zweiten Halbjahr wurde nach einer mehrwöchigen Umbau- und Modernisierungsphase der neu gestaltete Fackelmann Brands Showroom finalisiert. Im Herzen des Headquartiers wird auf mehr als 600 m² das umfangreiche Sortiment inszeniert. Darüber hinaus wurde ein Automatisches-Kleinteile-Lager am Stammsitz in Betrieb genommen.

Ein wichtiger Schritt im Jahr 2022 war die Sortimentserweiterung um Kochgeschirr unter der Marke Fackelmann. Mit den ersten eigenen Pfannen kann das Unternehmen das bestehende Sortiment perfekt ergänzen und neue Kundengruppen erschließen. Nach vierjähriger Bauzeit, unterbrochen durch Corona-Auflagen, ist in Jaipur (Indien) eine Fabrik für Edelstahlprodukte und Kochgeschirr entstanden. Die Produktion des Kochgeschirrs ist zunächst für den lokalen indischen Markt avanciert, der Export nach Europa und in die USA ist für 2024 vorgesehen.

Das zuletzt getätigte Investment in den USA kurbelt den Unternehmensumsatz weiter an. Mit Etablierung der Partnerschaft mit dem US-amerikanischen Familienunternehmen Epoca ist der Eintritt in den US-Markt sehr erfolgreich gelungen. Walmart sowie Kroger, die größte LEH-Kette der USA, zählen nun zum Kundenportfolio des Unternehmensverbunds. Die Kategorie Kochgeschirr macht dabei

¹ https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/12/PD22_550_61241.html

Pressemeldung

50% des Umsatzes aus. Die noch junge amerikanische Lizenzmarke Tasty wird weltweit über das Fackelmann-Firmennetzwerk vertrieben und ist nun in mehr als 20 Ländern erhältlich. Darüber hinaus führte eine neue Kooperation im Bereich Kochgeschirr und Küchenhelfer mit der historisch ersten Super-Influencerin Paris Hilton in den ersten Wochen bereits hervorragende Ergebnisse.

Der verstärkte Fokus auf die Nähe zum Kunden zeichnet sich ebenfalls positiv aus: Die Marke Fackelmann erhält in einer aktuellen Deutschland Test Studie die Auszeichnung „Platz 1“ in der Kategorie „Beste Produktqualität 2022“.

Mit Saskia Fackelmann aus der 4. Generation der Unternehmerfamilie geht Fackelmann neue Wege in Sachen Social Media. Als digitale Markenbotschafterin erreichte sie mit ihren Produkt- und Rezeptvideos auf Instagram mehr als 16 Millionen Menschen – Tendenz steigend.

Mit neuen Marken, Kooperationen und sinnvollen Ergänzungen erweitert Fackelmann Brands auch weiterhin das Produktportfolio. Unter der neuen Marke „LifeneY“ vertreibt das Unternehmen Aufbewahrungs- und Ordnungshelfer, insbesondere für Kinder. In diesem Jahr steigern Kooperationen mit Bobo Siebenschläfer, Shaun das Schaf und dieMaus nicht nur die Beliebtheit der Marke, sondern sorgen auch für neue Zielgruppen im Bereich Kids, Lifestyle & Interior.

Im Badmöbelgeschäft konnte eine positive Entwicklung beobachtet und das Jahr mit einem Umsatzplus abgeschlossen werden. Neben dem traditionellen Baumarktgeschäft, etabliert sich Fackelmann zunehmend im Möbelhandel. Die neue Preiseinstiegsmarke Badmobil wurde stark nachgefragt und hat alle Erwartungen übertroffen.

Außerdem ganz oben auf der Agenda: die weitere Vertiefung der Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens bezüglich neuer, ressourcenschonender Materialien sowie umweltschonender Produktion. Die neu entwickelten Produkte verzeichnen einen großen Erfolg. Im Februar 2023 wird außerdem der erste Nachhaltigkeitsbericht, angelehnt an den GRI-Standard, veröffentlicht.

Über Fackelmann Brands

Die Fackelmann GmbH & Co. KG aus Hersbruck nordöstlich von Nürnberg zählt weltweit zu den führenden Unternehmen für Küchen- und Haushaltshelfer und Backformen. Im Jahr 1948 von Sebastian Fackelmann gegründet, baute sie auf das Geschäft von dessen Vater Heinrich Fackelmann auf, der seit 1919 als Handelsvertreter Küchenartikel verkaufte. Heute hat Fackelmann weltweit über 40 Business Units und vereint unter den Fackelmann Brands > 20 Marken und über 12.000 Produkte. Mit starkem Fokus auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit wächst Fackelmann Brands weiterhin kontinuierlich.

Bildauswahl



BU: Alexander Fackelmann, Präsident Fackelmann Brands und Martin Strack, CEO



BU: Fertigstellung neuer Fabrik für Edelstahlprodukte und Kochgeschirr in Jaipur, Indien

Pressemeldung



BU: Die Pfannen-Serie Ecolution von Fackelmann bietet nicht nur konkrete Lösungen in Sachen Ressourcenschonung, sondern setzt auch neue Maßstäbe bei Material und Herstellung.



BU: Investition in Millionenhöhe - Automatisches-Kleinteile-Lager (AKL) am Stammsitz Hersbruck

Pressemeldung



BU: Modernisierter State-of-the-Art Showroom in Hersbruck



BU: Die Lizenzmarke Tasty umfasst ein breites Sortiment an Cookware & Kitchen Tools

Pressemeldung



BU: LifeneY präsentiert eine neue Lizenzkooperation: DieMaus schafft Ordnung im Kinderzimmer © I.S.-M./F.S./WDRmg



BU: Standort Hersbruck mit neuerrichtetem Fackelmann Möbel Center im Vordergrund



BU: Die Preiseinstiegsmarke Badmobil präsentiert stark nachgefragte Neuheiten