* Blum-Gruppe erwirtschaftet Umsatzplus von 24,7 %
* Starke Nachfrage nach Küchen und Möbeln sorgt für überproportionales Wachstum
* Knappheit und Preisanstiege bei Rohstoffen sowie angespannte Lieferkette

**Blum beschließt Wirtschaftsjahr mit 2.376,75 Mio. Euro**

**Vorarlberger Beschlägehersteller erwirtschaftet 24,7 % Umsatzplus**

Höchst, Österreich, Juli 2021. **Das Höchster Familienunternehmen schließt das Wirtschaftsjahr 2020/21 per Stichtag 30. Juni 2021 mit einem Gruppenumsatz von 2.376,75 Mio. Euro ab. Das entspricht einem Umsatzanstieg von 470 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Die große Nachfrage nach hochwertigen Küchen und Möbeln im eigenen Zuhause ist für die positive Umsatzentwicklung beim Beschlägespezialisten verantwortlich. Allerdings sorgen Rohstoffknappheit, vor allem bei Stahl, und eine angespannte Lieferkette für enorme Herausforderungen.**

Die Blum-Gruppe erwirtschaftete vom 1. Juli 2020 bis zum 30. Juni 2021 insgesamt 2.376,75 Mio. Euro Umsatz. Das große Wachstum entspricht einer Steigerung von 24,7 % oder 470 Mio. Euro zum Vorjahr. Die durch die Coronapandemie weltweit gestiegene Nachfrage im Möbelbau hat auch beim Vorarlberger Beschlägehersteller für einen überproportionalen Umsatzanstieg gesorgt und war nicht vorhersehbar. „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.

**Entwicklung der internationalen Märkte**  
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. Um nah bei den Kunden zu sein, habe sich gerade die internationale Ausrichtung durch die lokalen Organisationen und Verkaufsteams auf der ganzen Welt während der Pandemie als besonders wichtig erwiesen, ist Philipp Blum überzeugt. Die Umsatzverteilung der Blum-Gruppe ist im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben. „Wir erwirtschaften nach wie vor den größten Teil unseres Umsatzes, nämlich 44 %, in unserem Heimmarkt, der Europäischen Union“, informiert Philipp Blum. Die USA bleiben mit einem Anteil von 13 % der größte Einzelmarkt, die anderen Märkte weltweit tragen 43 % zum Gesamtumsatz bei.

**Mitarbeitende als wesentlicher Erfolgsfaktor**„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 für das Vorarlberger Traditionsunternehmen 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 Kollegen weltweit für Blum, davon 6.551 in Vorarlberg. Im vergangenen Jahr wurden in Vorarlberg 371 neue Mitarbeitende 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, 8 junge Menschen in den USA und 2 in Polen.

**Kontinuierliche Investitionen in Vorarlberg und weltweit**Die weltweiten Gesamtinvestitionen für das vergangene Wirtschaftsjahr liegen bei 259 Mio. Euro, 176 Mio. 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. „Das ist ein stark wachsender Markt – um die Nachfrage im chinesischen Markt abzudecken, haben wir uns für den Aufbau einer lokalen Produktion entschieden. Das bringt uns eine höhere Flexibilität, wir sind näher bei unseren Kunden und vermeiden lange Transportwege“, erklärt der Geschäftsführer.

**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.

**Innovationen: Versicherung für die Zukunft**  
Auch in einem turbulenten Wirtschaftsjahr sieht Blum die laufenden Innovationen bei den Produkten und Services als Versicherung für die Zukunft. Mit der hybriden Veranstaltung „Blum CONNECTS“ im Rahmen der Weltleitmesse interzum nutzte das Familienunternehmen digitale Technologien – in einer Kombination aus lokalen Veranstaltungen bei den Marktorganisationen und digitalen Elementen präsentierte der Beschlägehersteller seine Innovationen weltweit seinen Kunden. REVEGO, das Pocketsystem als Lösung zum Verschließen großer Fronten ist erstmals bei verschiedenen Kunden im Einsatz und bietet individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für kleine und große Räume. Für minimalistisches Design steht AVENTOS HKi, ein Beschlag, der selbst beim Öffnen kaum sichtbar ist. Auch dem Trend nach dunklen und metallischen Oberflächen kommt Blum bei den Möbelbeschlägen nach. „Wir versuchen, die Designwünsche unserer Kunden nach mehr Individualität in Küchen und Möbel mit unseren Beschlagslösungen zu unterstützten“, berichtet Philipp Blum.

**Ausblick auf das kommende Wirtschaftsjahr**  
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.

Anzahl Zeichen: 8.211 (inkl. Leerzeichen, exkl. Überschrift), Anzahl Wörter: 1.107

Y:\Depts\MCC\Presse\_Arbeitsordner stba\_SoMe-Bilder\favicon_32.png [www.blum.com](http://www.blum.com)https://pbs.twimg.com/profile_images/875169640011268096/4-CYqgOk_400x400.jpg www.twitter.com/BlumPresse  
 [www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH](http://www.youtube.com/user/JuliusBlumGmbH)LinkedIn [www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh](https://www.linkedin.com/company/julius-blum-gmbh) [www.instagram.com/blum\_group](http://www.instagram.com/blum_group)

|  |  |
| --- | --- |
|  | (Bild: Blum\_Portraet Philipp Blum)  Philipp Blum, Geschäftsführer |
|  | (Bild: Blum\_Portraet Martin Blum)  Martin Blum, Geschäftsführer |
|  | (Bild: Blum\_Werk 2)  Werk 2 in Höchst, Zentrale der Blum-Gruppe |

**Ihr Kontakt für Rückfragen:**  
Yvonne Greussing-Schrott; T +43 5578 705-2654; E [yvonne.greussing@blum.com](mailto:yvonne.greussing@blum.com)

Julius Blum GmbH  
Industriestr. 1  
6973 Höchst/Austria

**Weitere Pressemeldungen und digitale Pressemappen** unter[www.blum.com/presse/](https://www.blum.com/at/de/unternehmen/presse/)

**Bilder:** Zur Veröffentlichung honorarfrei, bitte Bildquelle angeben

|  |
| --- |
| **JULIUS BLUM GMBH**  **Herstellung und Vertrieb von Möbelbeschlägen:**  Klappen-, Scharnier-, Auszugsystemeund Bewegungstechnologien, unterstützt durch Verarbeitungshilfen und E-Services  **Produktionsstandorte:** 8 Werke in Vorarlberg**,** weitere in USA, Brasilien und Polen  **Mitarbeitende:** weltweit 8.778, in Vorarlberg 6.551  **Umsatz im Wirtschaftsjahr 2020/2021:** 2.376,75 Mio. Euro  **Auslandsumsatz:** 97 %  **Tochtergesellschaften bzw. Repräsentanzen:** 33  **weltweit belieferte Märkte:** über 120  *Stand: 1. Juli 2021* |