

„LOVESTORY“ greift mit natürlichen und hochwertigen Materialien den Wunsch nach einem innovativen, möglichst individuellen und naturnahen Leben auf. Küche und Wohnbereich zeigen großflächige Fronten des Modells „London“ mit Nussbaum Echtholz furnier. Perfekt darauf abgestimmt sind die unifarbene Fronten aus polymerem Glas der Kücheninsel mit dem Crystalglas Titanio.

Die Alternative hat einen Namen: Beckermann Küchen

Toxisches Wachstum um jeden Preis ist Beckermann Küchen fremd. Für das mittelständische Unternehmen mit Sitz in Cappeln zählen Solidität, Qualität, Zuverlässigkeit und innovative Einrichtungskonzepte unter Einbeziehung architektonischer und innenarchitektonischer Megatrends. Wir sprachen mit Bernard Lampe, Geschäftsführer des erfolgreichen Traditionsunternehmens.





DURCHGEHENDE HOCHSCHRANKTÜREN erzielen eine optimale Linienführung und homogene Optik. Deckenhohe Schränke bieten zusätzlichen Stauraum. Die Kücheninsel wirkt besonders edel durch den Frontüberstand nach unten (verdeckt den Sockel) und erzeugt auch hier eine klare und aufgeräumte Linienführung.

Fotos: Beckermann

„Im Moment zeigen sich die Konsumenten, was größere Anschaffungen anbelangt, noch verunsichert: Wie entwickelt sich die Inflationsrate, wie, bzw. womit heize ich künftig, oder wann kann ich mein Traumhaus endlich realisieren?, um nur einige Fragen zu nennen, mit denen sich die Menschen heute und morgen auseinandersetzen. Dass dies derzeit zu einer Kaufzurückhaltung führt, von der auch unsere Branche betroffen ist, steht außer Frage. Dennoch bin ich, was Küche anbelangt, recht zuversichtlich gestimmt!“ Bernard Lampe kennt die Küchenbranche seit vielen Jahren und hat einige Berg- und Talfahrten durchlebt. Der Fazit des versierten Marktkenner: „Küchen werden immer verkauft – nur eben nicht mehr so viele wie in den letzten Jahren.“

STARK DURCH KONZENTRATION ...

... und das nicht nur in Deutschland. Mit einem Inlandsanteil von 35 Prozent gehört Beckermann Küchen in Deutschland zu den Hidden Champions. Das Gros seines Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen im Ausland. „Zu unseren Hauptabsatzmärkten gehören die Benelux-Länder, England, die Schweiz und natürlich Frankreich“, erläutert der sympathische Süddöbener. „In diesen Ländern sind wir

schon seit Jahren erfolgreich. Die Märkte entwickeln sich auch weiter positiv, nur in Frankreich stagniert der Markt derzeit etwas“, stellt Bernard Lampe fest. Über die Jahre hat sich das mittelständische Unternehmen prozessübergreifend auf die Belange dieser Länder eingestellt. „Unsere Sachbearbeitung spricht die Landessprachen, die Logistik ist entsprechend aufgebaut und last but not least gehen wir natürlich auch, was die Entwicklung unserer Produkte anbelangt, auf die Bedürfnisse der einzelnen Märkte ein. Auf den Punkt gebracht bedeutet das: Wir pflegen Partnerschaften, die nur möglich sind, wenn wir uns auf ausgewählte Märkte konzentrieren.“

Beckermann Küchen ist wirtschaftlich gut aufgestellt, und investiert Jahr für Jahr in neue Maschinen sowie intelligente Softwaresysteme, die der Prozessoptimierung und damit auch der Wirtschaftlichkeit dienen. „Wir bauen die Automatisierung übergreifender Prozesse kontinuierlich weiter aus, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein“, betont Bernard Lampe und ergänzt: „Wir investieren jährlich rund zwei Millionen Euro in Maschinen und deren Anbindung. In unserer Größenordnung – unser Umsatz liegt bei rund 50 Millionen Euro – ist das eine gesunde Investitionsquote, um weiter wachsen zu können.“



HINTER DER IN DIE SCHRANKFRONT INTEGRIERTEN DURCHGANGSTÜR verbirgt sich die Speisekammer. Hier können Küchen- und Haushaltsgeräte, sowie Lebensmittel griffbereit untergebracht werden, ohne die Optik der Wohnküche zu stören. Dank industrieller Maßfertigung wird hier auf kleinstem Raum eine optimale Raumnutzung erzielt und somit der maximale Produktnutzen ausgeschöpft.

NACHHALTIGE INVESTITIONEN IN EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT

Und auf Wachstum ausgerichtet bleibt der mittelständische Hersteller auch in dem derzeit eher schwierigen konjunkturellen Umfeld: „Zum einen gibt es die eigenen Ziele und dann gibt es da noch den Markt. Wie alle anderen Unternehmen blieben natürlich auch wir von den enormen Preissteigerungen der Vorlieferanten nicht verschont. Auch wir mussten diese Mehrkosten partiell an unsere Partner im Handel weitergeben. Das ging natürlich nicht von heute auf morgen. Immerhin sind wir an einer langfristigen Partnerschaft mit unseren Kunden interessiert und möchten diese nicht überfordern“, beschreibt der vertierte Geschäftsführer. „Künftig“, davon ist er überzeugt, „werden sich die Preise hier wieder normalisieren, während in anderen Bereichen, und hier insbesondere in der Logistik, bei den Lohn- und natürlich bei den Energiekosten mit höheren Preisen zu rechnen sein wird.“

Was den sparsamen Umgang mit Ressourcen anbelangt, damit beschäftigen wir uns seit jeher. Wir sind schon heute unabhängig von Gas und verfügen bereits über eine Photovoltaik-Anlage. Eine zweite ist in Planung. Stromfressende Maschinen haben wir längst gegen neue, energiesparende Alternativen ausgetauscht.

DAS BECKERMANN-DESIGNER-TEAM:
Christina Hiltermann und Christiane Imbusch



Gerade als mittelständisches Unternehmen sind wir davon überzeugt, dass wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen und soziale Verantwortung Hand in Hand gehen müssen.“ Für seine „klimaneutrale Möbelherstellung“ wurde Beckermann Küchen von der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel, DGM, ausgezeichnet. „Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, unseren CO₂-Fußabdruck stetig zu verkleinern. Ein weiteres Nachhaltigkeitsziel unseres Unternehmens liegt in der Verwendung von umweltverträglichen Lacken. Hier werden wir bis Ende 2023 alle Lacke auf wasserbasierte Lacke umstellen.“

ÜBERZEUGEN STATT VERDRÄNGEN

Materialien wie Echtholz oder Furnier sowie Oberflächen auf Wasserlackbasis gehören ebenfalls zu den tragenden Säulen des Unternehmens. „Im gehobeneren Einrichtungsbereich spielen authentische Werkstoffe durchaus eine nicht zu unterschätzende Rolle“, weiß Bernard Lampe. Ein Segment, in dem Beckermann Küchen zu Hause ist und zu Hause bleiben will: Im Vergleich zu vielen anderen Küchenmöbelherstellern sieht sich Beckermann eher als die etwas andere Alternative: „Wir wollen niemanden verdrängen, eine aggressive Preispolitik liegt uns fern. Wir überzeugen unsere Kunden national wie international durch eine hohe Fertigungstiefe, Maßvarianz, Zuverlässigkeit und eine transparente Preispolitik, bzw. ein für unsere Kunden attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.“



Unsere Partner schätzen mehr denn je unsere Vielfalt an Korpusfarben. Je raumübergreifender die Planungen werden, desto gefragter wird ein homogenes Farbbild zwischen Korpus, Fronten und Umfeld.“

OPEN SPACES – EINRICHTUNGSKONZEPTE DIE ÜBERZEUGEN

Mit dem offenen Wohnen setzt sich das innovative Unternehmen bereits seit einigen Jahren auseinander: „Das ist ein Thema, das im Inwie im Ausland an Bedeutung gewinnt“, weiß Bernard Lampe, der zusammen mit seinem Team im kontinuierlichen Austausch mit seinen nationalen wie internationalen Kunden ist. „Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir Konzepte für offene Grundrisse erarbeitet, ohne dabei den Faktor Stauraum zu vernachlässigen. Die Basis dafür bildeten 60 oder 70 Quadratmeter große offene Wohneinheiten in einer urbanen Umgebung. Im Sinne eines ganzheitlichen Raumkonzepts finden sich Materialien und Farben der Küche in den Wohnmöbeln wieder. Zugleich arbeiteten wir mit Raum in Raum-Lösungen, bei denen wir die Geräteausstattung und Staugut hinter Pocketdoors verborgen haben. Selbst unter Berücksichtigung eines Hauswirtschaftsraums konnten wir Einrichtungslösungen umsetzen, die eine optimale Raumnutzung gewährleisten und somit auch für kleinere Wohnflächen geeignet sind.“ Das bestätigt zudem die Auszeichnung der Initiative LifeCare, die Beckermann Küchen als Zeichen höchster Anerkennung für eine herausragende Verbraucherorientierung für sein Raumkonzept „Lovestory“ erhielt.

„MYHOME“ RAUM

Bereits auf der Hausmesse 2022 konnten sich die Besucher von Beckermann Küchen über seine raumübergreifenden Einrichtungslösungen informieren. Dabei fanden auch innovative Ideen der eigenen Produktentwicklungsteams eine Bühne. So z.B. ein Tisch, der sich mühelos von einer Zweiplatz-Version zu einer Tafel für vier bis sechs Gäste verwandeln lässt. „Wir hatten diesen Tisch als Studie vorgestellt, wurden von unseren Kunden darin bestätigt, so dass er jetzt lieferfähig

ist“, freut sich Bernard Lampe. „Auch dieses Möbel zeigt, dass man in der Lage ist, mit unserem Sortiment multifunktional und raumübergreifend zu gestalten. Um die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten unseres Angebotspektrums zu visualisieren, erarbeiten wir kontinuierlich Vorlagen für unsere Partner im Handel und deren Kunden. Zur Zeit sind wir an der Fertigstellung unseres „Myhome“-Konzepts.

Unter „Myhome“ können unsere Kunden künftig Solitär Möbel wie Lowboards, Sideboards, Highboards, Vitrinen und Wohnwände als Ganzes und unterteilt nach Preisgruppe zum Festpreis bestellen, ohne auf eine gewisse Individualität verzichten zu müssen. Mix and Match, ob mit Regalen, Schüben, Glastüren, englischen Zügen; ob bodennah, mit Designfüßen oder an der Wand hängend; ob in Holzoptik, Uni- oder Statement-Farbe, Beton- oder Steinoptik.

Die Korpusse stehen natürlich in unseren Frontfarben zur Verfügung, Fronten, Wangen, Regalkanten sind frei wählbar. Zudem lassen sich die Möbel auch individuell kombinieren, so dass immer wieder neue harmonische, raumübergreifende Wohnkonzepte entstehen.

Und wenn der Kunde zu guter Letzt doch lieber die Glasvitrine rechts statt links haben möchte, sind wir künftig in der Lage, das noch vor dem Versand zu ändern. Unsere EDV wird gerade entsprechend angepasst. Wir glauben, dass wir durch Konzepte wie „Myhome“ zahlreiche unserer Kunden stärker auf die Breite unseres Sortiments und die damit verbundenen Möglichkeiten hinweisen können.“

Während der letzten Hausmesse konnte das Unternehmen aus Capeln den Besuch zahlreicher Neukunden verbuchen. „Wir freuen uns immer über den Austausch mit unseren Partnern und Interessenten“, so Bernard Lampe, der, wie das gesamte Beckermann-Team, das Gespräch auf Augenhöhe zu schätzen weiß. „Das Interesse an unserem Produktportfolio von Seiten des Küchenspezialhandels stimmt uns zuversichtlich, nicht nur in den Auslandsmärkten, sondern vor allem auch in Deutschland weiter zu wachsen. Dabei setzten wir in allen Bereichen kontinuierlich weiterhin auf das Prinzip Klasse statt Masse.“

www.beckermann.de