

Fackelmann Brands auf Wachstumskurs: Expansion, Innovation und digitale Erfolge

Hersbruck, 4. Februar 2025. Fackelmann kann auf ein erfolgreiches Jahr 2024 zurückblicken. Das Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren als führender Anbieter im Bereich Haushaltswaren etabliert und setzt weiterhin auf Innovation und Expansion. Durch gezielte Investitionen in neue Märkte, Digitalisierung und zukunftsfähige Produktlösungen konnte Fackelmann seine Marktstellung stärken und neue Wachstumspotenziale erschließen.

Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen konnte das Unternehmen seinen globalen Umsatz um 2,2 % auf 461 Mio. Euro steigern. Besonders erfreulich dabei: In Asien und USA konnten zweistellige Wachstumsraten erzielt werden. Lediglich Australien kämpft nach einem starken Jahr 2023 mit einer hohen Inflation und dem geschuldet einem Wachstumsrückgang. Der deutschsprachige Raum (DACH) erzielte hingegen eine Steigerung von 7,8 %.

Strategische Expansion und Investitionen

Das Familienunternehmen hat gezielt in Wachstumsmärkte und digitale Innovationen investiert. Zu den wichtigsten Entwicklungen gehört die Übernahme von Apollo Housewares in Großbritannien, einem traditionsreichen Anbieter von Haushaltswaren. "Mit der Akquisition von Apollo Housewares haben wir unsere Marktpräsenz in Westeuropa erheblich gestärkt und neue Synergien geschaffen", bekräftigt Martin Strack, CEO von Fackelmann Brands.

Ein weiterer Meilenstein war die Inbetriebnahme einer hochmodernen Kochgeschirr-Fabrik in Jaipur, Indien. Diese dient nicht nur dem lokalen indischen Markt, sondern fungiert als wichtiger Produktionsstandort für den Export und trägt zur Diversifikation der internationalen Lieferkette bei.

Darüber hinaus investiert Fackelmann Brands signifikant in Automatisierung und KI. Ein Beispiel ist das „Projekt Crystal Ball“, eine KI-gestützte Software zur Analyse von Produkttrends, die durch Big Data soziale Medien und Online-Verkäufe auswertet. Diese Technologie ermöglicht es, Verbraucherbedürfnisse frühzeitig zu erkennen und zielgerichtet neue Produkte zu entwickeln.

Ein wichtiger Schritt in der Investitionsstrategie war 2024 ein hohes Millioneninvestment zur Erweiterung des Standorts Deutschland mit einem neuen, vergrößerten Logistiklager für Zenker in Aichach bei Augsburg. Diese Maßnahme optimiert die Lagerkapazitäten, verbessert die Effizienz der Logistikabläufe erheblich und stärkt die „made in Germany“-Strategie.

Starke digitale Markenpräsenz und Influencer-Marketing

"Unsere digitale Community wächst kontinuierlich und Social Media ist für uns ein essenzieller Wachstumsmotor.", so Martin Strack. „Besonders stolz sind wir auf die Kooperation mit Paris Hilton. Die Kollektion ist ein voller Erfolg und zeigt, wie stark digitale Marken heutzutage sein können."

Die Produkte von Paris Hilton entwickelten sich 2024 zu einer der erfolgreichsten Produktlinien in den USA und auch der Europa-Launch war vielversprechend. Das Küchensortiment der Lifestyle-Ikone im schrillen, angesagten Design erfreut sich hoher Nachfrage und erzielte in kürzester Zeit Spitzenplatzierungen im Handel.

Die Stärke von digitalen Marken hat Fackelmann schon länger erkannt. Deswegen ist Chefkoch trifft Fackelmann auch dank des stetigen Anstiegs der Distributionspunkte – online und offline – Wachstumsführer bei den Fackelmann Brands

Darüber hinaus bleibt Social Media ein wichtiger Wachstumsbereich: Fackelmann Brands kann auf den verschiedenen Plattformen die digitale Community weiter ausbauen. Der Fokus liegt dabei auf kreativen Inhalten, praktischen Küchenhacks und Rezeptideen, die insbesondere eine junge Zielgruppe ansprechen. Die Unternehmensbotschafterin Saskia Fackelmann trägt mit ihrer authentischen Social-Media-Präsenz maßgeblich zum Erfolg dieser Strategie bei.

Pressemitteilung

Herausforderungen und Marktentwicklung

Trotz des positiven Wachstums bleibt das Marktumfeld herausfordernd. Das anhaltend schwierige Konsumklima in Europa, steigende Rohstoffpreise und wachsende regulatorische Anforderungen, wie das Lieferkettengesetz und neue EU-Verordnungen, erfordern strategische Anpassungen. Zudem beeinflussen steigende Containerpreise und unsichere wirtschaftspolitische Entwicklungen die Logistik und Produktionskosten.

Herausfordernd ist auch das Geschäft der Badmöbel, das mit Umsatzrückgängen zu kämpfen hat.

Ausblick 2025: Expansion und zukunftsfähige Innovationen

Um weiterhin erfolgreich zu sein, plant Fackelmann Brands für das Jahr 2025 die Erweiterung seines Sortiments und die Erschließung neuer Produktkategorien. Neben Küchenhelfern, Messern und Backformen werden verstärkt Kochgeschirr, Aufbewahrungslösungen und smarte Abfallsysteme angeboten. Zudem sollen die Investitionen in künstliche Intelligenz weiter ausgebaut werden, um datengetriebene Produktentwicklungen voranzutreiben.

Alexander Fackelmann, Präsident der Fackelmann Brands, ist sich sicher: „Mit einer klaren Strategie, innovativen Produkten und einer starken digitalen Präsenz bleibt Fackelmann Brands bestens aufgestellt, um auch in einem herausfordernden Marktumfeld weiterhin erfolgreich zu wachsen.“

Über Fackelmann Brands

Die Historie der Fackelmann GmbH + Co. KG aus dem fränkischen Hersbruck reicht bis ins Jahr 1919 zurück. Bis heute befindet sich das Unternehmen im Besitz der Familie Fackelmann. Gegenwärtig hat das Unternehmen weltweit über 40 Business Units auf sechs Kontinenten, vereint unter dem Dach der Fackelmann Brands 20 Marken mit über 12.000 Produkte und ist damit Weltmarktführer für Küchenprodukte.

Weitere Informationen über Fackelmann finden Sie hier:

<https://www.fackelmann.com/>

Passendes Bildmaterial finden Sie hier: <https://cloud.fackelmann.de/s/iroqRdtEsMEeTrb>