

Lebkuchen-Schmidt: Umsatzplus trotz Corona –

Klares Bekenntnis zum Filialbetrieb

Im abgelaufenen Geschäftsjahr verzeichnet Lebkuchen-Schmidt ein Umsatzplus von über 6 Prozent auf rund 96 Millionen Euro. Und das, obwohl der neuerliche Lockdown auch das Traditionsunternehmen mit seinen 5 festen Standorten und knapp 140 Saisonfilialen stark betroffen hat. „Vor allem die Absage der Weihnachtsmärkte war für uns emotional und wirtschaftlich sehr schmerzhaft“, sagt Schmidt-Geschäftsführer Dr. Jürgen Brandstetter. Zudem habe man am Stammsitz in Nürnberg keinerlei Gäste empfangen dürfen, während das Besucherzentrum in normalen Jahren mit bis zu 600 Reisebussen allein in der Vorweihnachtszeit ausgelastet ist. „Der Umsatzzuwachs trotz der anhaltenden Corona-Krise zeigt aber, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Zum positiven Ergebnis beigetragen habe nicht nur die starke emotionale Bindung vieler langjähriger Käufer an die berühmte Marke. Brandstetter: „Wir sind stolz, dass deutlich mehr unserer Stamm- und zahlreiche neue Kunden die Möglichkeit genutzt haben, sich ihre Weihnachtsartikel sicher nach Hause schicken zu lassen. Aber auch die Strategie, immer mehr Gebäckspezialitäten das gesamte Jahr anzubieten, hat sich als richtig erwiesen.“ So entwickle Schmidt seit einiger Zeit mit dem Sternekoch Alexander Herrmann neue Produkte, die außerhalb des Winters Abnehmer finden sollen. „Auch wenn der Lebkuchen unsere Kernkompetenz bleiben wird: Die Marke Schmidt soll künftig noch stärker für ganzjährig erhältliche hochwertige Genusswelten stehen.“

Bei allen Bemühungen, den Versand und den Webshop weiter zu optimieren, will Lebkuchen-Schmidt außerdem bewusst ein klares Bekenntnis zum stationären Handel abgeben. Derzeit wird die feste Niederlassung in der Nähe des Münchner Viktualienmarkts runderneuert, weitere Läden sollen folgen. „Wir werden auf jeden Fall an unserem Filialbetrieb festhalten“, verspricht Jürgen Brandstetter. Insolvenzen wie die der Süßwarenanbieter Hussel und Eilles zeige, dass die gesamte Branche vor riesengroßen Herausforderungen stehe. „Es ist wichtig, die Menschen weiterhin mit attraktiven Angeboten in die Innenstädte zu bringen. Dazu wollen wir ein kleines Stück beitragen.“



Mit dem Herzen dabei.