

## GESCHÄFTSVERLAUF 2011

### Herausforderungen erfolgreich meistern

Das 125-jährige Jubiläum, das Création Baumann letztes Jahr feierte, konnte nicht über die Herausforderungen hinwegtäuschen, die für das exportorientierte Langenthaler Familienunternehmen 2011 vor allem in der Stärke des Schweizer Franken bestanden. Umso erfreuter ist CEO und Inhaber Philippe Baumann darüber, dass der konsolidierte Umsatz mit CHF 53,8 Mio. auf Vorjahresniveau gehalten werden konnte.

Die einzelnen Produktlinien haben sich unterschiedlich entwickelt. Der Umsatz der beiden Hauptlinien CRÉATION BAUMANN LINE und LIVING LINE, die mit 80% den grössten Anteil des Gesamtumsatzes ausmachen, blieb stabil, während der Produktbereich SYSTEMS einen leichten Rückgang hinnehmen musste. Sehr erfreulich entwickelte sich die Gruppe der adhäsiven Textilien. Das Hafttextil GECKO verzeichnete das vierte Jahr in Folge einen weiteren Umsatzzuwachs. Für Création Baumann ein Beweis, dass sich Innovationen in neue Produkte und Textiltechniken auszahlen.

Wegen der Frankenstärke ist das Objektgeschäft 2011 leicht zurückgegangen. Dennoch führten Liefersicherheit, Produktqualität und Service dazu, dass Création Baumann auch 2011 einige namhafte Referenzen realisieren konnte, wie das Hiroshi Senju Museum in Karuizawa, Japan, von SANAA Architekten, das Hotel Le Méridien Piccadilly in London oder die ZKB Filiale im Prime Tower in Zürich, wo das Hafttextil GECKO seinen Einsatz fand. Das für Création Baumann relevantere Privatkundengeschäft hat sich gut entwickelt, vor allem in den wichtigsten Absatzmärkten Schweiz und Deutschland. Der Heimmarkt Schweiz konnte dank einer Umsatzsteigerung das Vorkrisenumsatzniveau von 2007 zurückerlangen. In Deutschland konnte der Umsatz um erfreuliche 9,5% gesteigert werden. Die weiteren Exportmärkte zeigten 2011 wechselhafte Entwicklungen. So führten Sondereffekte beispielsweise in Grossbritannien oder Spanien, dessen Wirtschaft besonders unter der Eurokrise leidet, zu einer Umsatzsteigerung von über 40%. Auch die japanische Tochtergesellschaft konnte trotz der Atomkatastrophe von Fukushima eine leichte Umsatzsteigerung realisieren.

Der Exportanteil lag 2011 wie im Vorjahr bei 68%. Für das vertikal integrierte Familienunternehmen, dessen Wertschöpfung trotz Eurokrise und Frankenstärke vornehmlich in der Schweiz generiert wird, stellen sich damit besondere Herausforderungen. Trotz der wirtschaftlich angespannten Lage wurden auch 2011 Investitionen in der Höhe von CHF 0,683 Mio. getätigt, hauptsächlich im IT-Bereich.

Bei voraussichtlich anhaltender Frankenstärke rechnet Création Baumann auch 2012 mit einem herausfordernden Jahr. Durch die in Vergangenheit getroffenen Massnahmen und gezielten Einsparungen blickt Philippe Baumann der zukünftigen Entwicklung des Unternehmens aber zuversichtlich entgegen. Ein differenziertes, kreatives und innovatives Produktsortiment sieht er als

Voraussetzung, um auch in wirtschaftlich turbulenten Zeiten als Schweizer Exportunternehmen weiterhin erfolgreich zu sein. Verstärkte Aktivitäten im Innovationsmanagement und Investitionen in eine kontinuierliche Marktentwicklung sind deshalb die logische Konsequenz. So beteiligt sich Création Baumann an verschiedenen eidgenössisch unterstützten Forschungsprojekten (KTI Projekte). Neben der Wettbewerbsreihe Think Forward, die 2012 zum dritten Mal ausgeschrieben wird, ist das Langenthaler Unternehmen auch wieder Mitveranstalter des diesjährigen Designevents Designers' Saturday.

## Création Baumann in Zahlen

	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Konsolidierter Umsatz CHF	53,8 Mio.	53.8 Mio.	54.7 Mio.
Exportanteil	68%	68%	74%
Investitionen CHF	0.683 Mio.	1.379 Mio.	0.650 Mio.
Beschäftigte, einschl. Lernende und Teilzeitangestellte, Schweiz	190	202	202
Angestellte Ausland	57	57	58