



"Bijna 10% omzetgroei in eerste kwartaal 2025"

**ixina combineert doordachte strategie met
klantgerichte innovatie en haalt opvallende resultaten
in een moeilijke marktcontext**

Met een omzetstijging van bijna 10% zette keukenbouwer en marktleider ixina bijzonder sterke resultaten neer in het eerste kwartaal van 2025. Een mooi voorbeeld van hoe een duidelijke visie, een consistente strategie en kort op de bal spelen van de nieuwste consumententrends kunnen leiden tot commercieel succes. "We zien niet alleen dat mensen nu vlotter de weg vinden naar de showrooms, maar ook dat het mooie verhaal dat we in België schrijven met ixina meer en meer ondernemers goesting geeft om zelf een franchise te openen. Da's geweldig", zegt Isabelle Vermeir, Algemeen Directeur ixina België. En ze onthult meteen ook het succesrecept achter de sterke resultaten.

Maar eerst, de cijfers. In een keukenmarkt die over het algemeen een trend van min 5% vertoont, boekte ixina in de eerste drie maanden van 2025 een omzetstijging van 8% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Met als absolute uitschieters februari en maart, toen het merk twee maanden na elkaar meer dan 10% groei optekende. En die stijgende tendens zet zich volgens Isabelle Vermeir ook voort in kwartaal twee.

Isabelle Vermeir
Algemeen Directeur ixina





De ingrediënten van het succes

"Die sterke resultaten komen natuurlijk niet uit de lucht vallen", legt de Algemeen Directeur uit. "We zijn enkele jaren geleden een nieuwe weg ingeslagen met ons team, met een nieuwe strategie als gids. In plaats van af te wachten tot mensen zelf de weg naar onze showrooms vinden, wilden we hen actief over de drempel halen om kennis te maken met het merk. Dat hebben we op verschillende manieren aangepakt: al onze winkels kregen een volledige remodelling met een frisse, aantrekkelijke nieuwe look. We hebben ook hard gewerkt op onze prijscommunicatie, die volop focust op "prijzen die met je mee-leven". Zowel in onze tv-spots als op social media benadrukken we dat we keukens voor alle budgetten aanbieden, te beginnen met toegankelijke instapmodellen vanaf 5.000 euro. En daar plukken we nu de vruchten van."

Heropleving immomarkt

Een andere factor die bijdraagt aan de succesvolle resultaten, is de voorzichtige heropleving van de Belgische immobieliënmarkt na enkele moeilijker covid-jaren. "Mensen hebben - onder meer dankzij premies en toegankelijker kredietformules - weer wat meer budget om te bouwen of te verbouwen. En daar hoort natuurlijk ook een nieuwe keuken bij", zegt Isabelle Vermeir.

Afterworks en lokale verankering

Ixina speelt ook doordacht in op enkele duidelijke tendensen onder consumenten. Zo organiseerde het merk de afgelopen maanden geregeld afterworkparty's in heel wat winkels. "Mensen werken overdag en in het weekend willen ze ontspannen of tijd besteden aan hun gezin. Dan is het laatste wat ze willen doen, binnen zitten in een keukenwinkel. Met onze afterworks willen we hen de kans geven om na het werk langs te komen. En dat blijkt een schot in de roos. Bovendien zijn die afterworks ook een ideale gelegenheid om samen te werken met lokale partners zoals het restaurant om de hoek en ambachtstlui uit de buurt. Zo ontstaat er een mooi, lokaal netwerk en leren mensen ixina op een heel andere manier kennen", aldus de Algemeen Directeur van ixina België.

Duurzaamheid en design

Daarnaast zet ixina ook volop in op het groeiende milieubewustzijn van de Belgische consument, onder meer met een campagne die het gebruik van ecocheques bij de aankoop van een keuken stimuleert.

"En, last but not least, spelen we ook in op "het oog wil ook wat" en op de nieuwste design- en interieurtrends. Waar keukens vroeger vooral strak en hoekig waren, zijn nu zachtere lijnen en natuurlijke materialen in. Pasteltinten, afgeronde vormen en houtaccenten zijn helemaal terug – en vinden ook hun weg naar het aanbod van ixina", legt Isabelle Vermeir uit.

Goesting om te ondernemen

De sterke resultaten en het succesvolle verhaal dat ixina al meer dan 30 jaar schrijft in België, hebben volgens de Algemeen Directeur nog een ander, verrassend neveneffect: "Het geeft meer en meer mensen goesting om zelf te ondernemen. Dit jaar staan er maar liefst vier nieuwe winkelopeningen op onze planning in heel België. We zien vooral dat mensen die verkoper geweest zijn of jarenlang als bediende in een winkel gewerkt hebben, nu de stap zetten om hun eigen showroom te openen. Onze familie wordt dus alleen maar groter!"



Meer info

ixina

Contact

PERS: BUZZ AGENCY

Seppe Slaets
+32 (0)477 62 87 66
seppe@buzz-agency.be