



PRESSEMITTEILUNG

4. Branchenwerkstatt Möbelindustrie Megagross oder klein & fein?

[04.11.2014] Kirchlengern – Macht allein Größe ein Unternehmen in der Möbelbranche erfolgreich? Wohl kaum. Denn häufig bedeutet Größe hohe Fixkosten, mehr Komplexität, zunehmende Abhängigkeit von Großkunden und daraus resultierend ertragsschwache Umsätze. Doch klein sein allein, mit aller Flexibilität attraktive Nischen zu besetzen, ist genauso wenig die Lösung. Worin liegt also der Königsweg? Darüber diskutierte auf der 4. Branchenwerkstatt von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P), die in Kooperation mit der „möbel kultur“ sowie den Verbänden der Holz- und Möbelindustrie NRW veranstaltet wurde, auch in diesem Jahr das „Who-is-who“ der Möbelindustrie. Fazit des Dialogs, der wieder im Hettich-Forum stattfand: Ganz unabhängig von der Unternehmensgröße muss Deutschlands Möbelindustrie jetzt vor allem eines – nämlich ihre Komplexität in den Griff bekommen.

Der steigende Druck der Einkaufsverbände nach mehr Exklusivmodellen, der Kundenwunsch nach Individualisierung sowie die unterschiedlichen Ansprüche in internationalen Märkten bringt eine Varianten- und Teilevielfalt hervor, die die Gewinne der Möbeler häufig auffressen. Branchenexperte und W&P-Managing Partner Dr. Timo Renz hat einen Namen für diese Herausforderung, der viele Unternehmen – völlig größenunabhängig – gegenüberstehen: Komplexitätsfalle. Trotzdem: *„Komplexität kann durchaus ein Erfolgsmodell sein, denn es bedeutet eine hohe Beratungs- und Serviceintensität. Gerade dies ist die Stärke vieler Mittelständler im In- und Ausland“*, weiß Dr. Lucas Heumann, Hauptgeschäftsführer der Verbände der Holz- und Möbelindustrie NRW e.V. Auch Renz bestätigt: *„Komplexität per se ist nichts Schlechtes – aber sie zu managen ist das A und O! Das kann auf Grund der vielen beteiligten Funktionen nur im Team passieren und gehört deshalb ganz oben auf die Management-Agenda.“* Ein Machtpromotor, der auch mal unangenehme Entscheidungen durchboxt, müsse an der Spitze stehen. In



der Praxis bedeutet dies zum Beispiel für Dieter Baumanns, Geschäftsführer der Surteco Decor GmbH: *„Wir optimieren ständig unsere Rüstzeiten, um unsere Komplexität besser zu beherrschen“* und Dr. Martin Prasch, Leiter Global Operations der Amer Sports Europe GmbH, betont: *„Man muss auch den Mut haben, nicht erfolgreiche Varianten wieder sterben zu lassen.“*

Die Podiumsdiskussion, moderiert von Jörn Holzmann, Herausgeber der möbelkultur, brachte eine weitere Erfolgskomponente für Hersteller und Händler, für kleine wie große Unternehmen, zu Tage: Die Bedeutung des Storytellings. *„Produkt und Qualität sind wichtig, doch am Ende entscheidet die emotionale Komponente“*, weiß Wolfgang Kettner, Geschäftsführer der Kettner GmbH & Co. KG aus eigener Erfahrung. Das gilt laut Philipp Burgdorf, Bereichsvorstand Bedding der Recticel Group, auch gerade im Markengeschäft: *„Wir müssen Begehrlichkeiten mit der passenden Geschichte wecken“*, bestätigt er. Funktionieren muss dies am Markt, aber auch innerhalb des Unternehmens: *„Erst wenn alle Mitarbeiter ‚Feuer und Flamme‘ sind, hat man auch beim Kunden Erfolg mit seinem Produkt“*, so Thomas Staba, Bereichsleiter Haus- und Heimtextil der Otto Gruppe.

Dr. Dr. Günter Scheipermeier, Vorsitzender des Beirates der Nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG resümierte in seiner Keynote: *„Komplexität und Variantenreichtum werden getrieben von den Bedürfnissen des Endverbrauchers. Diese werden aber massiv durch den Handel dynamisiert, der damit Kompetenz und Leistungsfähigkeit demonstrieren will“*.

Fazit der Veranstaltung? Der Weg aus der Komplexitätsfalle ist auf jeden Fall machbar, erfordert aber einen langen Atem. Komplexitätsmanagement ist kein Sprint – sondern vielmehr ein Marathon.

Für weitere Informationen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH

Unternehmensberatung

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Sie ist spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kundenumfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und den Unternehmenswert seiner Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

Pressekontakt:

Stephanie Meske
Dr. Wieselhuber & Partner
Unternehmensberatung
Nymphenburger Straße 21
80335 München
Telefon 089 28623-139
Email meske@wieselhuber.de