



## PRESSEMITTEILUNG

---

### Branchenwerkstatt: Wie robust ist die Möbelindustrie?

[31.10.2012] Kirchlengern – Entspannte wirtschaftliche Voraussetzungen sehen anders aus: Finanzkrise mit ungewissem Ausgang, explodierende Rohstoffpreise, zunehmende Konzentration im Handel – die Herausforderungen, denen Manager der Möbel- und Einrichtungsbranche gegenüberstehen sind vielschichtig. Dennoch: Unternehmen müssen sich nicht von diesen Turbulenzen unterkriegen lassen – vorausgesetzt sie ergreifen die Initiative, diese häufig unübersichtlichen Probleme in den Griff zu bekommen. Ein robustes und zukunftsfähiges Geschäftsmodell ist dabei Dreh- und Angelpunkt auf dem Weg zum Erfolg. Doch wie entwickelt man ein tragfähiges Geschäftsmodell, wie können Schwächen identifiziert werden und welche Handlungsoptionen ergeben sich daraus? Über diese Fragen diskutierte am 30. Oktober das „Who-is-who“ der Möbelbranche im Rahmen der Branchenwerkstatt Möbelindustrie, veranstaltet von Dr. Wieselhuber & Partner in Kooperation mit der Branchenzeitschrift *möbel kultur* und der Verbände der Holz- und Möbelindustrie NRW unter Schirmherrschaft des Wirtschaftsministeriums NRW.

Hausherr Dr. Andreas Hettich eröffnete die Veranstaltung und freute sich über die Anwesenheit von rund 90 Gästen. Er begrüßte die Idee, branchenspezifischen Herausforderungen bei Vermarktung und Finanzierung im Hettich Forum in Kirchlengern auf den Grund zu gehen.

Prof. Dr. Norbert Wieselhuber unterzog die Möbelindustrie in seinem anschließenden Vortrag einem kritischen Stresstest: *„Auch wenn sich die deutsche Möbelindustrie im europäischen Vergleich in den letzten Jahren relativ gut behaupten konnte – die Herausforderungen der Zukunft sind sehr komplex und gerade im Handel ist die Wettbewerbsintensität hierzulande unvergleichlich hoch. Trotzdem basierten die Prozesse in der Möbelindustrie viel zu häufig auf „Management by*



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

*Durchwurschteln.*“ So mangle es seiner Meinung nach an echter Differenzierung, Einzigartigkeit und Innovation bei neuen Produkten – „Sortimentsreichtum aber Innovationsarmut“. Für die Zukunft werde das nicht reichen.



Wieselhuber, der seit über 25 Jahren Familienunternehmen bei der Entwicklung zukunftstauglicher Strategien für ertragreichere Geschäfte unterstützt, hat deshalb seine Devise: Das Geschäftsmodell muss auf den Prüfstand, sprich in den Stresstest.

Eine wichtige Variable dabei ist die Finanzierungs-Architektur, die die Möbler „einsturzsicher“ gestalten sollten: *„Das gelingt nur, wenn die Finanzierung auch zum Geschäftsmodell und so zur Zukunft des Unternehmens passt“*, weiß auch Holger Dammeier, Direktor Mittelstand Financial Engineering der Commerzbank AG. *„Das Geschäftsmodell ist somit das wohl und wehe für den Markterfolg eines Unternehmens“*.

Moderiert vom Herausgeber der möbel kultur, Jörn Holzmann, widmete sich das hochkarätig besetzte Podium mit Felix Doerr, Geschäftsführer der Europa-Möbel-Verband GmbH, Dr. Andreas Hettich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hettich Holding GmbH & Co. KG, Jan Kurth, Geschäftsstelle des Hauptverbandes der Deutschen Möbelindustrie sowie Michael Stiehl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Rauch Möbelwerke GmbH dem facettenreichen Thema Händler-Lieferanten Beziehung. Zentrale und immer wiederkehrende Frage: Was muss die Branche tun, damit sie in Zukunft international wettbewerbsfähig bleibt?

- Felix Doerr: *„In erster Linie müssen heute Kundenbedürfnisse optimal erfüllt werden. Wesentlicher Aspekt dabei ist die gute Informationsbasis, die der*



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

*Kunde heute über das Internet erreicht. Der Handel sollte deshalb verstärkt in Produktdifferenzierungen investieren und entsprechend vermarkten“.*

- Dr. Andreas Hettich: *„Wir haben tolle Perspektiven in der Möbelbranche: Hersteller, Zulieferer, Handel oder Verbände sollten künftig an einem Strang ziehen, um den Bedürfnissen des Marktes durch gemeinsame*



*Produktentwicklungen zu entsprechen. So lässt sich auch die Wertschätzung des Möbels in den Augen der Konsumenten erhöhen, so können tolle Produkte entstehen“.*

- Jan Kurth: *„Die Krise in Europa verschärft derzeit das Importproblem: In den ersten neun Monaten dieses Jahres sind die Möbelimporte vom asiatischen Markt um 10 Prozent gestiegen – damit ist heute jedes zweite verkaufte Möbel hierzulande aus dem Ausland! Wird künftig nicht partnerschaftlich am Preis gefeilt, wird die einheimische Möbelvielfalt mit Sicherheit aus Deutschland verschwinden“.*
- Fazit von Michael Stiehl: *Die Zusammenarbeit zwischen Handel und Hersteller muss intensiver werden. Und: Die gesamte Branche sollte in Zukunft sorgfältiger miteinander umgehen, damit der Ruf nicht weiter leidet.*

Weitere Informationen zur Veranstaltung auf Anfrage.



## 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 und Innovation, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Produktentstehung und Supply Chain, sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Corporate Finance. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wachstums- und 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](mailto:meske@wieselhuber.de)