



Mehr Mut für radikale Veränderungen

Über 80 Teilnehmer aus der Möbel- und Küchenindustrie sowie dem Zulieferbereich trafen sich am 8. November im Hettich Forum in Kirchlengern. Auf Einladung von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) fand dort die 5. Branchenwerkstatt in Kooperation mit der „möbel kultur“ sowie den Verbänden der Holz- und Möbelindustrie NRW statt. Belohnt wurden sie mit sehr unterschiedlichen Perspektiven der Top-Referenten zum Thema „Radikal digital“.

Die einleitenden Worte von Gastgeber Dr. Andreas Hettich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hettich Holding, und Wilfried Niemann, Vertreter der Möbelverbände NRW, machten deutlich: Unsicherheiten in Bezug auf die Entwicklung „radikal digitaler“ Geschäftsmodelle in der Möbelbranche dürfen sich die Player nicht mehr leisten – denn: Digitalisierung ist jetzt. „Die Industrie bewegt sich jedoch noch vergleichsweise langsam“, so Denis Burger, Mitglied der Geschäftsleitung von Ebay Deutschland. „Digitalisierung wird oft depriorisiert. Häufig steht die Optimierung der Produktion und des stationären Handels im Vordergrund.“

Das sei jedoch eher „Pflicht“ und weniger richtige Disruption, weiß auch Hettich: „Wenn es um das Produkt am Frontend geht, steht die Branche vor einer weitaus größeren Herausforderung: Digitalisierung kann komplette Möbelkategorien verschwinden lassen. Eine gekonnte Positionierung und disruptive Ideen, die sich mit den Kernkompetenzen des Unternehmens decken, sind stattdessen die „Kür“.“

Prof. Dr. Frank Prekwinkel, Imos-Vorstand, attestierte aber einen entscheidenden Vorteil: „Die Möbelbranche ist nicht so segmentiert wie z.B. die Automobilbranche. Daher können wir den direkten Kontakt mit unseren Kunden bei hoher Flexibilität in Produkt und Prozess pflegen. Durch disruptive Innovationen können neue Geschäftsmodelle entwickelt werden, die den Kunden in die Gestaltungs- und Produktionsprozesse einbeziehen.“

Klar ist jedoch: Digitalisierung in der Möbelbranche ist mehr, als nur vernetzte Küchen oder Haushaltsgeräte neu auf den Markt zu bringen.

Gleichwohl stellt sich für Ralf Mütterthies die Frage: „Wie smart muss ein Möbel in Zukunft sein?“ Der Leiter Konzeptentwicklung bei Hettich Marketing und Vertrieb stellte das Forschungsprojekt „Kogni Home“ vor, das in Bielefeld stationiert ist und ab August 2017 auch für Endverbraucher zugänglich sein wird. Insgesamt 14 Partner unterstützen das Vorhaben, aus der Industrie neben Hettich auch Miele, Hella, DMW Schwarze und Hanning & Kah. Die letzte IFA habe deutlich gezeigt, dass die Vernetzung im Haushalt – das Smart Home – ein immer wichtigeres Thema werde. „Wer bestimmt, wie Möbel der Zukunft aussehen? Die Möbelindustrie oder Technologiekonzerne wie Apple, Samsung oder LG?“ Die Küche sei ein ganz zentraler Bereich für die Endverbraucher, was Websites wie chefkoch.de oder auch Pinterest mit 1,7 Milliarden Rezept-Pins unter Beweis stellen.

Mütterthies warf die ketzerische Frage in den Raum: „Braucht der Konsument künftig (in der Küche) überhaupt noch Schränke? Oder werden Lebensmittel einfach zeitgenau zugestellt?“ In diesem Zusammenhang müsse auch diskutiert wer-



Dr. Andreas Hettich

Anders zu denken ist die **größte Herausforderung** für uns alle in der Zukunft.



Denis Burger

Der Onlinehandel wird sich in den nächsten 5 Jahren verdoppeln. **Der Bereich Möbel** wird davon überproportional profitieren.



Wilfried Niemann

Industrie 4.0 prägt die derzeitige Diskussion. Im Vergleich zur Automobilbranche haben wir hier noch Nachholbedarf.



Holger Dieckbreder

In China sind die Sprünge exorbitant. Wegen der schnelleren Entwicklung ist es wichtig, ständig seine Prozesse zu optimieren.



Prof. Dr. Frank Prekwinkel

Das Sammeln und Aufbereiten von **Daten** halte ich für enorm wichtig, um diese in anderen Applikationen nutzen zu können.



Ulrich Bühler

Für den Kunden ist neben der **Customization** der Produkte vor allem ihre schnelle Verfügbarkeit ein Muss!



Ralf Mütterthies

Braucht ein **Konsument** künftig überhaupt noch Schränke in der Küche, oder wird alles zeitnah zugestellt?



Markus Sander

Die gesamte **Produktion** wird in fünf Jahren noch mehr vernetzt sein.

Mehr Mut für radikale Veränderungen

den, ob Roboter die alltägliche Arbeit konsequent erleichtern werden. „Führt eine erhöhte Mobilität der Verbraucher dazu, dass Möbel und Küchen sich zu einer Art Modulsystem entwickeln? Wird alles miteinander vernetzt sein?“ Größtes Problem sei derzeit noch, dass es sich bei allen Lösungen, die es heute bereits gibt, um Stand-alone-Angebote handelt. Die Produkte seien noch nicht wirklich untereinander vernetzt. Gleichwohl dürfe neben der Machbarkeit beim Thema Vernetzung auch nicht vergessen werden, was ethisch vertretbar sei. Allerdings sei diese Herangehensweise auch typisch deutsch. Internationale Konzerne würden sich von solchen Hürden eventuell nicht abschrecken lassen und seien deshalb schneller.

Mehr Mut für radikale Veränderungen



Vor allem der zunehmend hohe Individualisierungsgrad der Produkte spielt in den Augen von Ulrich Bühler, Gruppenleitung der Egger-Gruppe, eine wichtige Rolle für Produktion und Vertrieb. Er gab jedoch zu bedenken: „Für den Kunden ist neben der Customization der Produkte vor allem ihre schnelle Verfügbarkeit ein Muss! Darin liegt eine große Chance für Hochlohnländer.“ Für Bühler steht fest: Je stärker Produkte individualisiert werden, desto näher müssen Unternehmen beim Kunden sein. Individualisierung stelle die Betriebe

vor neue Herausforderungen. Ein Lösungsansatz könne in der Standardisierung von Produkten liegen, indem z. B. nur ein einheitliches Plattenmaß in einem Gebäude verwendet werde.

Massenmarkt statt Individualisierung lautet stattdessen das Lösungswort für China. Einen Ausflug dahin unternahm Holger Dieckbreder aus seiner Sourcebynet-Zeit. Der Asienkenner zeigte auf, wie sich das Reich der Mitte derzeit vom Beschaffungs- zum Verkaufsmarkt entwickelt. Der Wunsch nach westlicher Lebensweise wachse. Pro Jahr

gäbe es rund zehn Millionen neue Wohnungen. Steigende Löhne, in den letzten zehn Jahren um 300 Prozent, führten dazu, dass der Mittelstand größer werde. Entsprechend werde China als Importland wichtiger, und somit auch für deutsche Ausfuhren interessanter.

Und was bringt die Zukunft? Für Markus Sander, Geschäftsführer Häcker Küchen, ist Digitalisierung zur Unterstützung des Handels schon jetzt Realität geworden mit dem „Product Pilot“. Dieses Tool gewährleistet u. a. Kompatibilitätsprüfungen, ermöglicht schnelle Preisfin-

dung und ersetzt mehr oder weniger das klassische Verkaufshandbuch.

Für Sander ist klar: „Die gesamte Produktion wird in fünf Jahren noch weiter vernetzt sein. Besonders spannend wird es jedoch beim Produkt: Nach und nach kann zum Beispiel die Musterküche sicher durch Virtual-Reality-Präsentationen ergänzt werden.“

Und Prof. Dr. Frank Prekwinkel ergänzte: „Das Sammeln und Aufbereiten von Daten halte ich für enorm wichtig, um diese in anderen Applikationen nutzen zu kön-

nen, wie z. B. Virtual Reality.“ Wobei Prekwinkel davon ausgeht, dass dies nur eine Zwischenstation zur Mixed Reality sein werde, also einer Kombination aus Augmented Reality und Virtual Reality, und damit einer Vermischung der realen mit der virtuellen Welt.

Gerade im Bereich Einrichten, so prognostizierte auch Denis Burger, bringe Virtual Reality eine riesige Veränderung. Aufgrund der VR-Brillen gäbe es für die Verbraucher ein ganz neues Einkaufserlebnis. Mithilfe der Technik könnten Produkte quasi in der eigenen Wohnung plat-

→ S. 32

Diskussionsrunde:
Dr. Timo Renz, Managing Partner W&P, Holger Dieckbreder, Sourcebynet, Häcker-Geschäftsführer Markus Sander und Prof. Dr. Frank Prekwinkel, Imos-Vorstand (v. l.).

Mehr Mut für radikale Veränderungen

1 Dr. Andreas Hettich, Vors. der GF der Hettich Holding, „möbel kultur“-Redakteurin Rita Breer, Häcker-Geschäftsführer Markus Sander und EMV-GF Felix Doerr.
 2 Nehl-GF Dr. Daniel Böllhoff, Sudbrock-GF Johannes Sudbrock, Michael Metzmaier und Dieter Baumanns (beide Surteco).
 3 Dr. Dennis Lappe, Polipolgruppe, Dr. Christine Disselkamp, Disselkamp Schlafraumsysteme, Corinna Kronsbein, Verbände der Holz und Möbelindustrie NRW, und Peter Kraft, Recticel Schlafkomfort (jeweils v. l.)



4 Harald Küper, Leiter Produktmanagement Grass, Michael Pinz, Poggenpohl, Michael Schlenke, The Caretakers, und Heidrun Brinkmeyer, Geschäftsführerin Ballerina-Küchen. 5 Holger Dieckbreder, Sourcebynet, Evelyne Beckmann, Stellvertretende Chefredakteurin „möbel kultur“, und Rudolf Eikenkötter, Geschäftsführer RMW (jeweils v. l.)
 6 Ließ es sich nicht nehmen, zur Branchenwerkstatt zu kommen: Nobilia-Inhaber Werner Stickling (r.), hier mit Schüller-GF Max Heller.





Mehr Mut für radikale Veränderungen

ziert werden. E-Commerce erreiche dadurch eine weitere Dimension. Deshalb geht Burger auch davon aus, dass sich der Onlinehandel in den nächsten fünf Jahren verdoppelt, wovon der Bereich Möbel überproportional profitieren werde. Als Keynote-Speaker setzte Denis Burger den krönenden Abschluss der Veranstaltung, indem er aufschlussreiche Einblicke in die Arbeitsweise und Denke des Onlinemarktplatzes gab.

Einig waren sich in der Diskussionsrunde alle, dass die Veränderungen in den nächsten fünf Jahren in den diversen Bereichen sehr unterschiedlich ausfallen werden. So betonte Dr. Andreas Hettich, dass die Digitalisierung in der Produktion kontinuierlich voranschreiten und dort eine stärkere Vernetzung statt-

finden werde. „Skeptisch bin ich aber in Bezug auf die Produkte. Es wird auch in fünf Jahren noch ein Bedarf nach Stauraum vorhanden sein.“ Ulrich Bühler rechnet damit, dass Multichannel und auch digitale Showrooms schon in naher Zukunft eine größere Rolle spielen werden.

Und so resümierte Dr. Timo Renz, Organisator des Tages und Managing Partner bei W&P: „Natürlich gibt es kein Konzept von der Stange. Jedes Unternehmen muss seinen individuellen Weg in die Digitalisierung finden, um Wachstums- oder Effizienzpotenziale zu heben.“ Doch einen Dreh- und Angelpunkt haben alle Wege gemeinsam, egal ob für Zulieferer, Hersteller oder Händler: den Kundennutzen. Dieser müsse immer im Mittelpunkt stehen.

RITA BREER, EVELYNE BECKMANN

1 Jean-Francois Pauly, W&P, Friedrich-Wilhelm Pelshenke, Hettich Heinze, Martin Rademacher, Imos, und Franz Ritter, Störmer-Geschäftsführer.

2 Lars Ritter, W&P, Christian Spinner, Rudolf Ostermann, und Florian Ohmenhäuser, Häfele.

3 Friedrich-Wilhelm Pelshenke, Hettich Heinze, Ulrike Wessel und Sven Vogelsang (beide Brigitte Küchen).

4 Dr. Dieter Wirths, Geschäftsleitung Hettich Holding, und Ulrich Bühler, Gruppenleiter Egger-Gruppe.

5 Lukas und Max Heller, Schüller, Ulrich Bühler, Egger, und Dr. Timo Renz, Managing Partner von W&P.

6 Holger Hermann, Vorstandreferent Nolte, Axel Brinkmann, Marketingleiter Nolte Küchen, und Uwe Bojarra, IT-Leiter Nolte Küchen.