

Cor

Gut gepolstert ins neue Geschäftsjahr 2021

Montag, 11.01.2021

Eher turbulent als virulent verlief das Unternehmensjahr 2020 bei der Polstermöbel-Manufaktur Cor: Nach anfänglicher Berg- und Talfahrt steigerte Cor den Jahresumsatz erneut und erzielte zugleich den höchsten Auftragseingang seit seiner Gründung. Als Premiummöbelmarke Made in Germany musste sich natürlich auch der 1954 gegründete Hersteller den weltweiten Herausforderungen des Pandemiejahres 2020 stellen. Nach dem erfolgreichen Messeauftritt im Januar in Köln bis zu Beginn des Lockdowns im Frühjahr sorgten vor allem zahlreiche Neuplatzierungen im Handel für eine hohe Auftragslage und Auslastung im Werk, nur von Mitte April bis Ende Mai wurde Kurzarbeit in der Produktion angemeldet. „Im Rückblick ein vorübergehender Einbruch“, erklärt Inhaber Leo Lübke, „der aber im Mai unsere Jahresplanung auf einen harten Prüfstand stellte.“ Dass bis Ende Dezember der Umsatzerlös um zwei Prozent, der Auftragseingang sogar um elf Prozent steigen würde, war kaum vorhersehbar. Nach einem Rekordjahr mit 42 Mio. Euro Gesamtumsatz und einem Auftragseingang von 45 Mio. Euro startet das Unternehmen gut gepolstert unter hoher Auslastung in der Produktion ins neue Geschäftsjahr. Auf dem Weg zur Lean Factory arbeitet Cor zudem weiterhin an der Verschlankung der Produktions-Prozesse und investiert kontinuierlich in alle Unternehmensbereiche. Die Belegschaft umfasst wie im Vorjahr 220 MitarbeiterInnen.

Bindung zum Handel und mehr Zeit zuhause entscheidend

Während sich Cor im Marktsegment Wohnen bei Fachhändlern im deutschsprachigen Raum sowie in den Beneluxstaaten steigerte, verlief das geplante Export- und Objektgeschäft vor allem in den USA ruhiger. Die Exportquote betrug insgesamt 22 Prozent (2019: 26 Prozent), der Anteil am Objektgeschäft 18 Prozent (2019: 23 Prozent). „Erfahrungsgemäß erholen sich überseeische Märkte wieder schnell, wenn die wirtschaftlichen Voraussetzungen stimmen“, so Leo Lübke. Freude herrscht im Unternehmen darüber, wie engagiert und sicher der Fachhandel durch schwierige Zeiten navigierte. Große und kleinere Unternehmen haben ihre Kunden trotz vieler Hürden weiter intensiviert betreut, Einrichtungen geplant, Möbelwünsche bearbeitet und bis hin zum termingerechten Aufbau erfüllt. Die zwangsläufige Entwicklung, mehr Zeit in den eigenen vier Wänden zu verbringen, hat Viele neu für den Stellenwert einer komfortablen Einrichtung sensibilisiert. Partner im Objektbereich hat Cor unter Einhaltung der Hygienevorschriften „face to face“ versorgt. Als Ersatz für die entfallene Fachmesse Orgatec führte man eine Roadshow mit Modellneuheiten durch, dazu gehörte auch ein temporärer Showroom im Hamburger Stilwerk.

Digitalisierung behutsam vorantreiben

Parallel zur Kommunikation am Point of Sale nutzte Cor 2020 vermehrt digitale Kanäle und soziale Medien, um Handel wie Endkunden an die Marke zu binden und immer wieder neu zu begeistern. „Wir bleiben in analogen Kontexten sehr präsent, der Dialog mit jungen Zielgruppen wird auf digitalen Plattformen geführt“, berichtet Marketingleiter Berthold Strüve. Hierbei setzen vor allem emotionalisierende Kurzfilme das Portfolio hochwertiger Sofas, Sessel, Stühle und Tische in Szene. Wunschmöbel zunächst online selbst zu konfigurieren, gilt bei Kunden als gern genutzte Option. Doch anders als im Automobilssektor fällt die finale Kaufentscheidung nach einem Beratungsgespräch im Handel oder im Cor Markenhaus. Sinnliches Erleben, das Erproben von Polsterungen sowie Stoff- und

Lederqualitäten sind Mitgaranten für die hohe Kundenzufriedenheit. Nicht zuletzt deshalb wurde 2020 ein Cor-Studio in Berlin eröffnet. Präsent ist man auch im Bundeskanzleramt – mit dem Designklassiker Conseta.

Ausblick auf 2021

Bekannt dafür, die Erneuerung der Sitzkultur durch Designinnovationen zu fördern, stellt Cor mit dem „Farmer Chair“ erstmals ein Möbel vor, das man drinnen und draußen erfrischend einfach im Einklang mit Natur und Umwelt nutzen kann. Mit der Reedition des Entwurfs von Gerd Lange aus dem Jahr 1965 würdigt das Unternehmen dessen wegweisendes Design und erschließt den Klassiker neu, auch für kommende Generationen. Das junge Erfolgsprogramm Mell Lounge erhält eine neue Polsterliege fürs Cocooning zu zweit und die erst kürzlich eingeführte Stuhlkollektion Alvo überrascht mit einem Barsessel. Das vom Orient inspirierte Jalis Sofa - in Form von überdimensionaler, gefalteter Polsterkissen - wird als neue bodennahe Variante erhältlich sein.

Kontinuierliches Vertrauen in die Marke

Kommuniziert wird die Gesamtkollektion 2021 in den Medien und durch geplante Messeauftritte in Mailand, Rotterdam und Zürich – sofern diese stattfinden. Nach dem Lockdown können die Neuerscheinungen auch Seite an Seite mit Bestsellern und Klassikern im neu gestalteten Cor-Haus und in den Cor-interlübke-Studios, im Cor-Studio Berlin sowie bei ausgesuchten Handelspartnern in Augenschein genommen werden. „Wir erwarten ein gutes neues Jahr“, stellt Leo Lübke in Aussicht. Auch wenn es wieder turbulent werden sollte, genieße Cor ein hohes Markenvertrauen – so wie in den vergangenen siebenundsechzig Jahren.

Gut gepolstert ins neue Geschäftsjahr 2021