

9. Branchenwerkstatt Möbel

Der Corona-Effekt – mit Ausblick

Freitag, 05.02.2021

Die deutsche Möbelindustrie hat die zweistelligen Verluste, die während des Lockdowns im Frühjahr 2020 entstanden sind, zu einem Großteil wieder aufgeholt. Jetzt inmitten des 2. Lockdowns steigt die Unsicherheit: Im Rahmen der 9. Branchenwerkstatt – dieses Mal digital – diskutierte Dr. Timo Renz, Managing Partner Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) gemeinsam mit dem Möbelverband und knapp 70 Herstellern, Händlern und Zulieferern die Corona-Lehren. Sie wagten einen ersten Ausblick.

„Die gesamte Branche hat unter dem Strich bis zum Jahresende 2020 durch die eingeschränkten Bewegungsmöglichkeiten der Bevölkerung und dem Trend zum Cocooning profitiert. Aber: Die Auftragseingänge gehen seit dem 2. Lockdown drastisch zurück, viele Unternehmen werden durch Lieferengpässe in den Wertschöpfungsketten behindert. Darum mein Appell: Es braucht ein kollegiales Miteinander von Industrie und Handel, um möglichst gut weiter durch die Krise zu kommen,“ so Jan Kurth, Mitorganisator und Geschäftsführer des VDM und der Verbände der Holz- und Möbelindustrie NRW e.V. GmbH.

Für Elmar Duffner, Managing Director & CEO der Vivonio Furniture Group, hat die dezentrale Unternehmensstruktur und die Diversifizierung definitiv geholfen, bis jetzt die Pandemie gut zu managen. Wie geht es für ihn weiter? „Für uns ist Automatisierung die Lebensversicherung am Standort Deutschland.“

Bei allem „Management des Restarts“, gilt es aber auch an bestehenden Erfolgsformeln festzuhalten: „Mit einem guten Geschäftsmodell und entsprechend schnellen, effizienten und digitalisierten Prozessen sowie kontinuierlichem Kundenkontakt, werden wir auch nach der Krise erfolgreich sein,“ so Dr. Andreas Hettich, Vorsitzender des Beirates der Hettich Holding GmbH & Co. KG. Und wie steht es um die Digitalisierung – dem Erfolgsfaktor in der Pandemie? Für Dr. Hettich ist Deutschland nicht der Digitalisierungs-Hero: „Ich kann sehr empfehlen hier nach China zu sehen. Hier planen Software-Unternehmen Möbel – da kann man sehen, wo die Zukunft hinläuft.“

Und die Möbelbranche kann laut Duffner definitiv vom allgegenwärtigen Amazon lernen: „Bequemlichkeit, Convenience triggert den Konsumenten. Zudem kann der Konsument immer und schnell auf ein extrem breites Produktangebot zugreifen. Unsere Antwort darauf muss lauten: Industrie und Handel müssen noch partnerschaftlicher denken - nur so treffen wir den Nerv der Kunden!“,

Wie geht es (möglicherweise) weiter? Einrichten ist für Dr. Hettich „in“, die Sparquote sei extrem hoch und die Verschiebung von Arbeitsplätzen ins Home Office tue ihr weiteres: „Es liegt jetzt an uns, dass die Kunden ihren Weg in die Inneneinrichtung finden“. Um dies zu erreichen sind die unternehmerischen Leitfragen der Zukunft für Dr. Renz klar: „Was will der Kunde? Was kann die Fabrik? Wo wird Geld verdient? Ohne Antworten darauf, wird das Management des Restarts nach der Pandemie schwierig – das eigene Geschäftsmodell muss auf das New Normal hin konfiguriert und auch digitalisiert werden.“

Der Corona-Effekt – mit Ausblick