

# Loddenkemper und Femira – Neue Programme

## Die Zukunft fest im Blick

Mittwoch, 23.10.2019

*Wohl kaum eine Hausmesse wurde in diesem Herbst mit so viel Spannung erwartet, wie die von Loddenkemper und Femira in Oelde. Es ist das „Jahr 1“ nach der Übernahme des Unternehmens durch die Unternehmerfamilie Wiemann und der damit verbundenen Abspaltung von der langjährigen Konzernmutter Hülsta. Der Deal war letztes Jahr pünktlich zur Hausmesse in trockenen Tüchern und hinter den Verantwortlichen, aber auch hinter den Mitarbeitern liegt ein anstrengendes Jahr, in dem viel auf den Prüfstand kam – in dem aber auch schon viel geschafft wurde. Was genau, berichten Inhaber Markus Wiemann, Loddenkemper/Femira-Gesamtvertriebsleiter Jürgen Merkelbach und Loddenkemper-Vertriebsleiter Sebastian Schulte nach der Hausmesse im Gespräch mit dem **MÖBELMARKT**.*

Bereits auf der Hausmesse in Oelde konnte man spüren, dass ein neuer Geist durch die Räume weht, denn der neue Inhaber gibt Zukunftssicherheit. Dadurch konnte man sich im Vorfeld der Veranstaltung voll darauf konzentrieren, neue Modelle, Ideen und Lösungen zu entwerfen, die nicht nur das Unternehmen weiterbringen, sondern auch dem Handel helfen, die Produkte erfolgreich zu vermarkten. Loddenkemper als Schrankspezialist und Femira als Hersteller hochwertiger Polster- und Boxspringbetten sowie Matratzen arbeiten dabei noch enger zusammen und schaffen Schlafzimmer aus einem Guss – können aber auch eigenständig überzeugen. Letzteres war beispielsweise bei Femira deutlich zu sehen, von den 42 gezeigten Betten waren 2/3 komplett neu und deckten die Verkaufspreislagen von unter 1.500 Euro bis in den Top-Bereich jenseits von 6.000 Euro kompetent ab. Zudem wurde auch bei den Betten der Systemgedanke in den Mittelpunkt gestellt. Die Präsentation der erfolgreichen Serie „Couture 4.0“ zeigt, wie man die verschiedenen Varianten der Polster- und Boxspringbetten mit und ohne Stauraum auch im Handel gut zeigen kann.

Durch eine neue Frästechnik bei Loddenkemper lassen sich jetzt Fronten mit Mustern versehen, die in der Steppung der Kopfteile bei Polsterbetten wieder aufgegriffen werden. Das geht zum einen in einer verspielten, grafischen Variante, das bietet aber vor allem auch tolle Optiken im Bereich des modernen Landhausstils. Zusätzlich baut man das Schranksystem „L1000“ immer weiter aus und zeigte auf der Hausmesse die Vielfalt, die damit möglich ist – sowohl mit klassischen Bettenanlagen als auch mit Polster- und Boxspringbetten von Femira.

„Wir haben von Anfang an daran gearbeitet, wieder mehr Wertschöpfung im eigenen Unternehmen zu halten und haben deswegen in den Maschinenpark investiert“, erklärt Markus Wiemann. Denn natürlich habe es einen gewissen Investitionsstau gegeben, der erst einmal abgearbeitet werden musste. „Wir wollen und müssen unsere Stärken einfach wieder deutlicher herausstellen. Und die liegen natürlich ganz klar auch in der Verbindung zwischen den beiden Bereichen Holz und Polster“, so Wiemann. Und in der Verarbeitung der wertigen Oberflächen Lack, Furnier und Massivholz. Damit gelingt dann auch die Abgrenzung vom Schwester-Unternehmen Wiemann, das auf folierte Oberflächen spezialisiert ist. Grundsätzlich sieht er das Unternehmen jetzt aber auf Produktionsseite sehr gut aufgestellt. Damit ist für ihn auch die Zeit gekommen, den Vertrieb weiter zu stärken.

## Vertrieb mit System

„Hierfür war es wichtig, dass unsere Partner aus dem Handel und den Verbänden mitziehen“, so Jürgen

Merkelbach, „und das haben sie getan – auch wenn es da natürlich immer noch Luft nach oben gibt“, ergänzt der erfahrene Vertriebsprofi. Wichtiger Baustein ist schon lange die Zusammenarbeit mit Musterring, die nun auch noch mit einer Wohnmöbel-Kollektion für deren neue Marke „Gallery M“ erweitert wurde. „Das zeigt auch, dass wir ganz klar unsere Wohnmöbelkompetenz wieder stärken wollen. Das ist in den vergangenen Jahren ein wenig in den Hintergrund getreten, aber Wohnmöbel sind für uns weiterhin ein wichtiger Sortimentsbaustein“, so Merkelbach weiter. Auch die neue Lizenzpartnerschaft mit der Marke „Joop“, für die man neue Wohn- und Speisezimmer entwickelt, zielt in die gleiche Richtung ab. Mittelfristig erhofft man sich davon rund 150 neue Handelspartner: „Über diese Partnerschaft freuen wir uns sehr, wir sehen darin eine große Chance. Schließlich ist Joop eine fest etablierte Größe im Markt“, erklärt Merkelbach.

Allerdings setzt man im Sortimentsbereich Wohnen einen Schwerpunkt auf attraktive Solitärmöbel, da der Markt für klassische Schrankwände immer kleiner wird: „Der Wohnbereich verändert sich, die Menschen sammeln weniger Bücher, CDs und DVDs, nutzen eher Streaming-Dienste. Das schlägt sich natürlich auch in der Einrichtung nieder, in der weniger Stauraum benötigt wird“, erläutert Sebastian Schulte.

Die neuen Solitäre aus dem Wohnbereich, die auf der Hausmesse zu sehen waren, bieten zudem auch die Chance, den Bereich Schlafen wohnlicher zu gestalten – beispielsweise mit schicken Kommoden. Ein Trend, der immer deutlicher zu erkennen ist.

## **Die Zukunft fest im Blick**

Das vergangene Jahr war für Loddenkemper und Femira noch einmal ein wirtschaftlich schwieriges und für die Mitarbeiter auch anstrengendes Jahr, da die Veränderungen erst umgesetzt werden mussten und viele Neuerungen und Produktneuheiten erst jetzt wirklich greifen können. Aber aus Sicht von Markus Wiemann ist die Trendwende geschafft – auch dank der engagierten Mitarbeiter: „Wir haben hier eine tolle, motivierte Mannschaft angetroffen – die ja vorher durch schwere Zeiten gegangen ist. Trotzdem ziehen hier alle an einem Strang, gerade auch vor der Messe, wo der Druck ja immer groß ist. Doch die viele Arbeit hat sich gelohnt, das merken auch die Mitarbeiter und Kollegen!“ Und Sebastian Schulte ergänzt: „Die Zusammenarbeit mit unserem neuen Investor war immer sehr konstruktiv, da haben alle gemerkt, dass es jetzt wirklich vorangeht.“ Jetzt kann man auf der Arbeit des letzten Jahres aufbauen: „Wir werden auf allen Verbandsmessen vertreten sein und mit Loddenkemper und Femira 2020 auch wieder in Köln sein. Zudem nehmen wir in diesem Jahr erstmals an der Messe in Brüssel teil. Wir wollen insgesamt die Sichtbarkeit unserer Unternehmen auf den Märkten erhöhen und sind uns sicher, dass wir mit unserer sehr internationalen Kollektion sehr gute Chancen haben“, erklärt Jürgen Merkelbach abschließend. *Arnd Schwarze*

## **Die Zukunft fest im Blick**

### **Downloads**

- [MM1019\\_055\\_HM\\_PR\\_Wiemann\\_Loddenkemper.pdf](#)