

# MÖBELMARKT daily

## Hitexmanufaktur Rohleder: „Polstermöbel wertig verkaufen“

Montag, 14.01.2019

Auf der imm cologne sind bei vielen Herstellern Polstermöbel mit Stoffen der Hitex-Manufaktur Rohleder zu sehen. CEO Hans Schüssel plädiert zum Auftakt des Jahres dafür, Lust auf wertige Polstermöbel und -stoffe zu machen. Das komplette Interview lesen Sie in der Februar-Ausgabe des MÖBELMARKT.

### **MM Daily: Herr Schüssel, wie schätzen Sie den aktuellen Markt für Polstermöbel in Deutschland ein?**

**Hans Schüssel:** Der Markt für Polstermöbel ist in Deutschland stark gesättigt und unheimlich preisgetrieben. Nachdem die Zahl der verkauften Einheiten sich nicht weiter erhöhen wird, lässt sich so kein Wachstum mehr generieren. Stattdessen läuft ein Verdrängungswettbewerb über den Preis, der aber auf Dauer keine Lösung ist. Eigentlich wäre es im Sinne aller Branchenbeteiligten in der Wertschöpfungskette, dass man wieder ein hochwertiges, faires Produkt verkauft und einen zufriedenen Kunden schafft.

### **MM Daily: Würden die Konsumenten denn mitziehen?**

**Schüssel:** Wir haben ein verführerisches Produkt, das wir über die Emotionen und mit der richtigen Beratung wertig verkaufen können. Die durchschnittlichen Konsumenten behalten ihre Couchgarnitur zehn bis 15 Jahre, und abgesehen von den Ersteinrichtern haben sie dafür durchaus genug Geld in der Tasche. Sie müssen nicht mit Sonderangeboten gelockt werden, sondern sollten über Wertigkeit und Emotion angesprochen werden.

### **MM Daily: Wie kommuniziert Rohleder Wertigkeit?**

**Schüssel:** Unsere Kernkompetenz ist das Weben, und unser Kernmarkt setzt sich aus der Polstermöbelindustrie und den Textilediteuren zusammen. Wir gelten als eine der besten Jaquardwebereien der Welt und produzieren am Standort Konradsreuth mit 190 Mitarbeitern hochwertige Produkte. Um der immer günstigeren globalen Massenproduktion etwas entgegensetzen zu können, entwickeln wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern umfassende Marketingkonzepte und Konzepte zur Verkaufsförderung. Wir arbeiten mit dem Handel zusammen, um die Verkäufer über die erstklassigen Nutzungseigenschaften unserer Markenstoffe zu informieren, sei es Q2 oder Charmelle.

### **MM Daily: Und die Emotion?**

**Schüssel:** Wir bleiben im Gespräch und haben unsere Antennen oben. Das ist für einen Hersteller, der vor allem Möbelstoffe webt, eine echte Herausforderung. Mit der Rohleder Home Collection haben wir im vergangenen Jahr eine Möglichkeit geschaffen, den hohen Wert textiler Kultur an den Konsumenten zu vermitteln. Die Home Collection enthält Kissen und Plaids und wird schon jetzt erfolgreich von Wohnboutiquen, Möbelhändlern und neuerdings auch in einem eigenen Internet-Shop vertrieben. Mit ihr lassen sich auch auf der Großfläche Emotionen schaffen. All das dient der Stärkung unseres Kerngeschäfts. Uns geht es darum, mit den limitierten Mitteln eines mittelständischen Unternehmens einen Ingredient Brand zu schaffen. Im Herbst 2018 haben wir zusammen mit dem Künstler und Grafiker Olaf Hajek eine eigene Art Collection lanciert. Das hat uns und der textilen Kultur eine Riesen-Publicity beschert – weltweit.

## Hitexmanufaktur Rohleder: „Polstermöbel wertig verkaufen“

### Links

- [imm.cologne](#)