

Die große RZ-Branchenanalyse 2012

Vertreter aus Industrie, Großhandel, Verbänden und Inneneinrichtung beantworteten die Fragen der RZ

Text: RZ-Redaktion



Claus Anstoetz,
GF JAB Anstoetz



Philippe Baumann,
GF Création Baumann



Jan Becker,
GF Becker Wohnen



Markus Büscher,
GF Decor-Union

Eurokrise, Preiserhöhungen, Fachkräftemangel sind die Herausforderungen, denen sich die Branche stellen muss. Chancen bieten interessante alte und neue Messeformate, moderne Vertriebskanäle und neue Zielgruppenansprachen.

Zuversichtlich gehen die Befragten des RZ-Branchenreports von einem weiterhin stabilen Konsumverhalten im privaten Sektor auch im Jahr 2012 aus. Die deutsche Konjunktur wird zum einen von der positiven Entwicklung der Exportmärkte sowie der steigenden Exportnachfrage getragen. Zum anderen kommen günstige Finanzierungsbedingungen für die Unternehmen hinzu sowie steigende Beschäftigungszahlen und Löhne – wichtige Garantien für eine solide Entwicklung des privaten Konsums, wie der Verband der deutschen Heimtextilien-Industrie zusammenfasst.

„Per Ende September zeigte sich ein jahresdurchschnittliches Umsatzplus von 3,5 Prozent. Das 4. Quartal lief ebenfalls gut an, sodass ich davon ausgehe, dass unsere Industrie 2011 letztlich auch mit einem positiven Vorzeichen beenden wird“, so der Vorsitzende Bernd Kout. Als erfreulich erwiesen sich die Zahlen des Verbands innenliegender Sicht- und



Dieter Buhmann,
GF Marburg Tapete

Sonnenschutz, der in allen Produktgruppen außer dem Flächenvorhang Wachstum verzeichnete.

Der Umsatz der deutschen Tapetenhersteller liegt 2011 über zehn Prozent höher als 2010.

Als gut oder zufriedenstellend beurteilten 95 Prozent der Mitgliedsbetriebe des ZVR ihre wirtschaftliche Situation. Positiv fällt auch die Bewertung des letzten Jahres und der gegenwärtigen Situation aus: Der durchschnittliche Umsatzzuwachs betrug innerhalb der letzten zwölf Monate knapp drei Prozent.

Im deutschen (Bodenbelags-)Großhandel konnte 2011 beim Bodenbelagsabsatz ein leichtes Plus bei Volumen und Wert festgestellt werden. Dies könnte nach Ansicht führender Großhandelsvertreter daran liegen, dass einerseits Bau- und Fachmärkte beim (höherwertigen) Bodenbelagsabsatz zunehmend an Bedeutung verlieren und andererseits der Fachhandel und das Handwerk deutlich zulegen konnten. Nach wie vor dominiert Laminat den Wohnbereich, gefolgt von textilen und elastischen Belägen. Zuwächse konnten 2011 erneut Design-Beläge verzeichnen.

Bei der Wahl der Vertriebspartner fächert sich das Stimmungsbild in zwei Varianten auf. Die Mehrzahl der Befragten arbeitet ausschließlich mit dem Fachhandel und dem Fachhand-



Jens Diedrichsen,
GF Interstil



Markus Dünkelmann,
GF Project Floors



Wilhelm Hachtel,
GF MHZ



Christoph Häußler,
GF Sahco



Jörg L. Jordan,
GF W. & L. Jordan

Fragen:

- 1 Konjunktur– mit welchen konjunkturellen Erwartungen gehen Sie in das Jahr 2012?
- 2 Messen – welche Relevanz haben Messen für Ihr Unternehmen?
- 3 Vertriebsstrategie – die Konzentration im Fachhandel führt zur Suche nach alternativen Vertriebswegen. Auf welche Vertriebswege setzen Sie, welche werden weiter an Bedeutung gewinnen?
- 4 Internet – welche Bedeutung hat dieses Medium für Raumausstatter?
- 5 Kunden-Zielgruppen von morgen – wie erreichen Sie Ihre Zielgruppen – wie neue?
- 6 Fachkräftemangel – macht sich diese Entwicklung in Ihrem Unternehmen bereits bemerkbar? Wenn ja, wie reagieren Sie darauf?



Olaf Maier,
GF Höpke



Mario Öhlinger,
GF Textile Wohnideen



Rüdiger von Preen,
VL A.S. Création



Ludger Schindler,
GF MeisterWerke

werk zusammen. „Unsere Kollektionen erfordern fachmännische Beratung und hohe Verarbeitungsqualität, die nur der gute Raumausstatter und Innen-einrichter bieten kann“, ist Sahco-GF Christoph Häußler überzeugt. „Die großen Fachmarkt- und Möbelhausketten überlassen wir anderen“, sagt Jens Diedrichsen, GF Interstil. Ähnlich argumentieren Création Baumann, Höpke, Meisterwerke oder Jordan. In Zeiten des Konzentrationsprozesses sieht Claus Anstoetz, GF JAB Anstoetz, auch den Möbelhandel und die Großfläche als wichtige Informationsplattformen für die Verbraucher an. „Fachmärkte haben in der Einrichtungsbranche schon immer eine große Bedeutung“, ist die Erfahrung von MHZ-GF Wilhelm Hachtel.

Den Konkurrenzdruck durch das Internet spürt besonders der Tapetenanbieter Marburg, setzt aber weiterhin auf Groß- und Fachhandel. Das Internet wird für die hochwertigen Halbfertig-Produkte der Branche weniger als Verkaufsplattform denn als Informations- und Kommunikationskanal gesehen. „Das Internet ist zur Zeit für uns hauptsächlich ein Marketingtool, um unsere Produkte der Welt zu präsentieren“, so die Einschätzung von Dan Schmitz, GF Schmitz-Werke. Er setzt auf Webtools für Architekten und Verarbeiter, ähnlich wie Olaf Maier GF von Höpke.

Auch die befragten Raumausstatter sehen in ihrem Internetauftritt eher ein Marketingtool als einen Vertriebskanal.

Die wichtigste Zielgruppe ist die Generation 50 plus, die über den klassischen Fachhandel erreicht wird. Frauen und junge Verbraucher werden über Modemarken wie Esprit Home oder Joop! angesprochen. „Zur aktiven Ansprache neuer Kundengruppen wie auch zum Erreichen bereits definierter vorhandener Zielgruppen nutzen wir alle anwendbaren kommunikativen Kanäle, die uns mit unserer Kundenschaft verbinden“, meint beispielsweise Johannes Schulte, GF Vorwerk.

Das Thema Fachkräftemangel ist vor allem ein akutes Problem des Handwerks: Während es für die meisten Betriebe schwer ist, geeignete Mitarbeiter zu finden, beklagen sich viele auch über eine „zunehmende Abwerbung gut ausgebildeter Kräfte durch Industrie und Handel“, wie Silke Schön, Raumausstatter-Meisterin, berichtet. Zum Thema Messen gehen die Meinungen auseinander: Mario Öhlinger wünscht sich wieder eine umfassende Leitmesse der Branche, Jörg L. Jordan, GF Jordan, plant 40 Hausmessen, Ludger Schindler, GF MeisterWerke, sieht Messen als Chance, die Innovationskraft seines Unternehmens einem breiten Publikum zu präsentieren.



Johannes Schulte,
GF Vorwerk



Patrick Treutlein, GF Pa-
trick Treutlein Interior



Christoph Vogelsang,
GF RA Vogelsang



Dan Schmitz,
GF Schmitz Werke



Silke Schön, Raumaus-
statter-Meisterin



Albert Waibel,
Vertriebsleiter Tarkett