„WIR WOLLEN VORREITER BLEIBEN“

Weit mehr noch als vielfältigste meisterhafte Polstermöbel und ein Feuerwerk an Ideen und Innovationen für die Megatrends Individualisierung und Nachhaltigkeit erwartet den Handel diesmal in Oberfranken. Entsprechend selbstbewusst klingt der neue Hausmesse-Claim: „Ohne uns wär´s ganz schön leer“. Gerald Schultheiß fragte bei Christian Dahm, Geschäftsführer der Hausmessen Oberfranken, nach, was dahintersteckt und was auf den Messen vom 22. bis 25. September zu erwarten ist.

MM: Herr Dahm, angesichts der zunehmenden Konzentration in der deutschen Möbelindustrie auch hier in Oberfranken und einem weiter schwierigen Marktumfeld provozieren Sie zu den Hausmessen mit einem neuen Key Visual und dem Claim „Ohne uns wär‘s ganz schön leer!“ Was wollen Sie damit bewirken – ein Umdenken im Handel?
Christian Dahm: Natürlich wollen wir ein wenig provozieren. Auch weil wir wissen, dass der Handel an uns ja trotzdem nicht vorbeikommt. Und auf der Handelsseite passt der Claim ja genauso. Daher sollte der Claim am besten aus Kundensicht gesehen werden, der möchte nämlich Abwechslung und Individualisierung.
Der Handel braucht uns hierfür genauso wie wir ihn. Diese Tatsache ist ihm durchaus bewusst. Wir sitzen alle im selben Boot und müssen für den Erfolg zusammenarbeiten.
Gemeinsam müssen wir innovative Konzepte erarbeiten und konsequent umsetzen, um den Verbraucher von qualitativ hochwertiger Ware zu überzeugen. Damit gewinnen alle – die Hersteller, der Handel und nicht zuletzt der Kunde, der sich an einem langlebigen, handwerklich meisterhaft gefertigten Möbelstück erfreuen kann.

„Natürlich wollen wir ein wenig provozieren. Auch weil wir wissen, dass der Handel an uns nicht vorbeikommt.“

MM: Wie ist denn die Lage der oberfränkischen Polstermöbler vor den Hausmessen wirklich?
Dahm: Die Lage ist branchenüblich. Auch die Hersteller in Oberfranken profitierten nach einem ruhigeren Jahresbeginn im Frühjahr von der positiven Entwicklung auf dem Gesamtmarkt.
In den Sommermonaten sind jetzt die Kunden wahlweise im Urlaub oder genießen das gute Wetter am See oder im Schwimmbad und besuchen eher seltener ein Möbelhaus.
Aus diesem Grund sind die Hausmessen zum Herbstbeginn ein wichtiges Ereignis für die Branche. In den Showrooms zeigen unsere Hersteller dem Handel ihre neuesten Innovationen und stellen ihre Ideen zur Vermarktung ihrer Polstermöbel vor.

MM: Der neue Claim bringt es auf den Punkt: Die 14 verbliebenen Aussteller stehen mehr denn je für eine einzigartige Kompetenz-Vielfalt in Sachen Polstermöbel: Jeder Einzelne hat sein ganz individuelles Profil stetig weiter geschärft. Was erwartet den Handel denn diesmal – ein noch größerer Spannungsbogen?
Dahm: Durch das Schärfen ihrer Profile haben es die ausstellenden Polstermöbler aus Oberfranken geschafft, sich im schwierigen Marktumfeld zu behaupten. So vielfältig ihre Produkte auch sein mögen, gemeinsam stehen alle unsere Hersteller für Qualität und Service, direkte Ansprechpartner und auch mal für Unternehmer, die Konzepte leben und umsetzen.
Neben dieser „Grundkompetenz“ beschäftigt uns natürlich das Thema Nachhaltigkeit. Eine nachhaltige Wertschöpfungskette ist mittlerweile bei vielen Verbrauchern in Deutschland im Bewusstsein. Diesen Megatrend begleiten die oberfränkischen Hersteller mit einem Feuerwerk an Konzepten für die Märkte von morgen.

MM: Eine Orientierung über die Profile aller Aussteller geben wir auf den folgenden Seiten. Inwiefern würde von dieser einzigartigen Kompetenzvielfalt auch jeder einzelne mittelständische Händler profitieren, wenn er selbst nach Oberfranken käme und dort auch einmal alle übrigen „Juwele“ rechts und links der bei ihm gesetzten Player oder Zugpferde besuchen würde?
Dahm: Wie gesagt, die heutigen Megatrends sind Individualität und Nachhaltigkeit. Das schaffen sie nicht mit reiner Massenware. Gerade der stationäre Handel muss daher schauen, was er dem Kunden als Mehrwert bieten möchte, wenn er ihn zum Einkaufen bewegen will. Sonst bleibt der Kunde zuhause und schaut lieber im Internet nach neuen Möglichkeiten.
Und gerade das bietet Oberfranken: Hersteller, die persönlich auf Kundenwünsche eingehen können und Ansprechpartner, die mit Namen, Herz und Seele hinter den Produkten stehen. Hier haben sie neben Individualität und nachhaltigen Produkten auch noch eine echte Story, die sie dem Kunden erzählen können. Das macht Oberfranken einfach einzigartig.

„Hier haben sie auch noch eine echte Story, die sie erzählen können. Das macht Oberfranken einzigartig.“

MM: Ob anspruchsvolles Unikat oder Schnelldreher für die Mitte des Marktes und das Online-Geschäft: Oberfrankens Polstermöbler stehen für Werte. Derzeit erlebt das Thema Nachhaltigkeit einen Hype. Inwiefern könnten gerade beratungsorientierte mittelständische Händler davon profitieren, indem sie sich über Polstermöbel aus Oberfranken von den Preiskämpfen abgrenzen?
Dahm: Die Klimadebatte bestimmt zurzeit das Nachrichtengeschehen. Das kommt auch beim Verbraucher an. Deswegen ist das Thema Nachhaltigkeit ja einer der großen Trends auch im Bereich der Polstermöbel.
Unsere Hersteller haben hier die unterschiedlichsten Konzepte zur Nachhaltigkeit. Wir haben z. B. Unternehmen, die klimaneutral produzieren, andere achten schon beim Einkauf auf besonders zertifizierte Produkte.
Gemeinsam ist ihnen, dass sie langlebige und qualitativ hochwertige Produkte herstellen. Der Herstellungsprozess selbst ist eine manuelle Tätigkeit ohne große Standardisierung.
Die Produkte unserer Hersteller verkaufen sich daher nicht über den Preis, sondern über eine qualifizierte Beratung und die Überzeugung, ein wertiges, handwerklich meisterhaft gefertigtes Möbelstück zu erwerben.
Davon kann auch der Handel profitieren, wenn er wieder verstärkt auf Beratung setzt und sich von den liebgewonnen Rabattschlachten löst. Dann würden am Ende alle Seiten gewinnen.

MM: Nun lanciert der VDM gerade ein RAL-Siegel für „Made in Germany“. Was erhoffen Sie sich davon denn für ihre oberfränkischen Hersteller und für die Vermarktung von deren vielfältigen Polstermöbel-Kompetenzen im Handel?
Dahm: „Made in Germany“ steht für Werte, die unsere oberfränkischen Polstermöbler verkörpern. Mit dem Siegel wollen wir es Kunden leichter machen, qualitativ hochwertige Möbel aus Deutschland zu erkennen.
Außerdem geben wir dem Handel damit noch ein weiteres Verkaufsargument an die Hand. Im Hinblick auf die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeits-Themen sorgen wir damit für Differenzierung und soziale Verantwortung für die Gesellschaft.

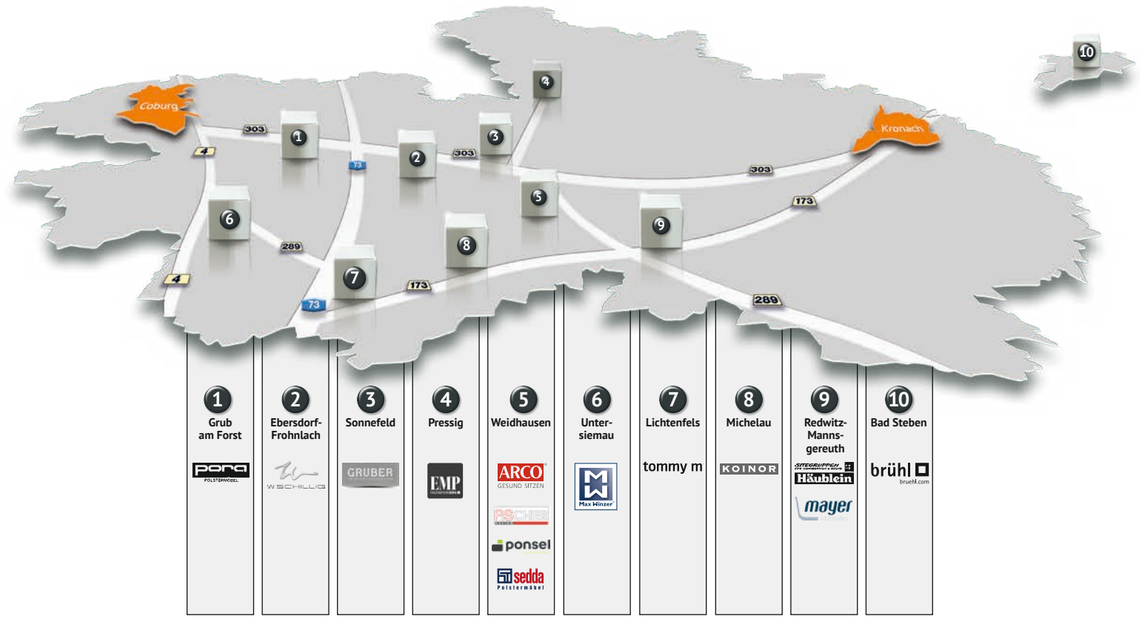
MM: Gleichzeitig schwindet – zusätzlich getrieben durch einen dramatischen Fachkräftemangel – der Kostenvorteil einer Polster-Produktion in Osteuropa drastisch. Wird der bisher eher nachteilige Standortfaktor „Oberfranken“ aufgrund seiner besonderen Polsterkompetenz mitten im größten Absatzmarkt Europas und der damit verbundenen Flexibilität und kurzen Lieferwege – und damit seiner einfach verständlichen Vorteile beim Kampf gegen den Klimawandel – perspektivisch also zum entscheidenden Vorteil?
Dahm: Die Löhne im Osten Europas steigen zwar kontinuierlich, trotzdem bleibt die Produktion in diesen Ländern noch deutlich günstiger als hierzulande. Langfristig werden sich die Kosten zwar angleichen, aber der Preis allein bestimmt nicht alles.
Unser Augenmerk darf sich daher auch nicht auf den Preis allein richten, sondern auf unsere Produktvielfalt, die Innovationen und Qualität. Wir wollen weiterhin Vorreiter der Branche bleiben.

MM: Worauf freuen Sie sich zu den Hausmessen besonders?

Unser Augenmerk darf sich nicht auf den Preis allein richten, sondern auf unsere Produktvielfalt, die Innovationen und Qualität.“

Dahm: Wie in jedem Jahr freue ich mich auf den schönsten Branchentreff im Herbst. Leute treffen, mit ihnen sprechen, tolle Produkte und interessante Neuheiten. Am meisten freue ich mich aber, wenn die Hersteller nach der Messe sagen, dass die Messe erfolgreich war und freue mich, wenn unsere Hersteller zufrieden auf eine gelungene Messe zurückblicken.

MM: Herr Dahm, ganz herzlichen Dank für dieses Interview!

Die Profile aller Hausmessen-Teilnehmer im Überblick

Die Kernkompetenzen und Stärken aller 14 Aussteller stellt der MÖBELMARKT auf der folgenden Doppelseite in Kurzprofilen vor.