nobilia®

Geschäftsjahr 2020

BILANZPRESSEBERICHT



INHALT

		SEITE
	Vorwort	2-5
	Kurzporträt	6-9
1.	Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2020	10-13
2.	Hersteller Umsatzentwicklung 2020	14-21
	Umsatzentwicklung Hersteller gesamt	
	Umsatzentwicklung Hersteller Inland	
	Umsatzentwicklung Hersteller Export	
3.	Entwicklung der Unternehmensgruppe	22-25
4.	Hausmesse und Kollektion 2021	26-35
5.	Produktion und Investitionen	36-39
6.	Nachhaltigkeit	40-47
7.	Mitarbeiter und Ausbildung	48-53
8.	Ausblick	54-59
9.	Daten und Fakten 2020	60-62

VORWORT



Sehr geehrte Damen und Herren,

das abgelaufene Geschäftsjahr – das Jahr unseres 75-jährigen Firmenjubiläums – wird uns noch lange in Erinnerung bleiben. In dem Jahr hat uns die Corona-Pandemie vor große Herausforderungen gestellt. Zudem haben wir parallel den Aufbau unserer beiden zusätzlichen Standorte in Gütersloh und Saarlouis engagiert vorangetrieben.

Als sich im Frühjahr 2020 die ersten Auswirkungen der Corona-Pandemie abzeichneten, haben wir schnell und entschlossen gehandelt. Oberste Priorität hatte nicht nur die Gesundheit unserer Mitarbeiter, sondern auch die Sicherung der Lieferfähigkeit für unsere Kunden.

Wir haben speziell für den Schutz unserer Mitarbeiter ein umfassendes Sicherheits- und Hygienekonzept aufgesetzt und unser Maßnahmenpaket kontinuierlich – auch in enger Abstimmung mit den Fachbehörden – an die jeweils aktuelle Situation angepasst. Zudem haben wir die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass eine große Zahl von Mitarbeitern ins Homeoffice wechseln konnte. Mittlerweile können fast alle Mitarbeiter in den kaufmännischen Bereichen von zuhause aus dem Homeoffice arbeiten.

Gleichzeitig haben wir mit einer Reihe von Maßnahmen reagiert, um die Lieferfähigkeit von Hersteller zu sichern: Sicherheitsbestände wurden hochgefahren und zusätzliche Auflieger gemietet, um Lieferengpässe und lange Lieferzeiten durch die Einschränkungen des Lockdowns zu vermeiden. Parallel dazu hat Hersteller alle Maßnahmen intern wie extern kontinuierlich, zeitnah und umfassend an Kunden und die Belegschaft kommuniziert.

Im September haben wir unser Sicherheitskonzept zusammen mit Fachexperten so erweitert, dass auch unter den schwierigen Corona-Bedingungen unsere traditionelle Hersteller Hausmesse stattfinden konnte. Unsere Kunden waren für den persönlichen Kontakt und die persönlichen Gespräche sehr dankbar. Den Besuch der Messe und die Präsentation unserer neuen Kollektion haben sie als inspirierend und dabei auch stets als sicher erlebt. Begleitend wurden digitale Lösungen entwickelt, um auch Handelspartner, die aufgrund von Einreisebeschränkungen nicht vor Ort sein konnten, auf anderen Wegen umfassend über unsere Neuheiten zu informieren.

Unsere über 3.900 Mitarbeiter fühlen sich dem Unternehmen sehr verbunden. Dieses große Engagement hat sich während der Pandemie als besondere Stärke erwiesen. Vor allem durch den großen Einsatz jedes Einzelnen konnte sich Hersteller trotz der Corona-Pandemie insgesamt positiv entwickeln. Im Laufe des letzten Jahres mussten wir in allen Unternehmensbereichen immer wieder schnell neue Wege und kreative Lösungen finden. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind diesen Weg überzeugt und sehr engagiert gemeinsam mitgegangen und haben ebenso wie unsere Kunden, von denen wir in 2020 großen Zuspruch erhalten haben, damit die Grundlage für das Wachstum gelegt.

Auch wenn wir uns zum Zeitpunkt der Berichtserstellung immer noch im zweiten Lockdown befinden, sind wir optimistisch, für die vor uns liegenden Aufgaben gut gerüstet zu sein und somit die positive Entwicklung unseres Unternehmens auch 2021 fortzusetzen – im Sinne unserer Gesellschafter, unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie im Sinne unserer Geschäftspartner.

Ihr



Dr. Lars M. Bopf

Verl, 19. Februar 2021

KURZPORTRÄT



Hersteller Turm

Das bekannte Wahrzeichen an der A2 – der Hersteller Turm –
hat in 2020 auch eine digitale Transformation erlebt.
Zuvor lediglich mit beleuchteten Buchstaben versehen,
wurde der Turm im April mit 2 jeweils 220 m² großen LED-Wänden ausgestattet.
In diesem Zuge wurde er um 5 Meter auf 37 Meter Höhe vergrößert.



Unsere Wurzeln

1945



Hersteller wurde im Jahr 1945 von den Brüdern Johann und Willy gegründet und ist mittlerweile zum weltweiten Marktführer für Küchenmöbel angewachsen. Das Unternehmen beliefert Kunden in über 90 Ländern auf allen Kontinenten. Der Marktanteil von Hersteller im Binnenmarkt beträgt nachhaltig mehr als 30 Prozent. Damit kommt fast jede dritte in Deutschland verkaufte Küche von Hersteller. Seit 75 Jahren stehen Hersteller Küchen für ein zeitgemäßes individuelles Design, hervorragende Markenqualität und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

Das Unternehmen produziert ausschließlich in Deutschland. Die beiden Werke im ostwestfälischen Verl zählen weltweit zu den modernsten und leistungsfähigsten Fertigungsstätten für Küchenmöbel. Gemeinsam kommen sie auf ein Produktionsvolumen von täglich mehr als 3.490 Küchen.



Hersteller wurde als Familienunternehmen gegründet. Das hat die Unternehmenskultur von Anfang an und bis heute geprägt. Als Marktführer steht Hersteller seit 75 Jahren für Stabilität und Verlässlichkeit und setzt auf eine langfristige, enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden und Geschäftspartnern.

Hersteller bietet ein breites Produktspektrum – von modern und puristisch über klassisch-zeitlos bis zum zeitgemäßen Landhausstil. Ein intelligent kreierter Produkt-Baukasten ermöglicht individuelle Planungslösungen, maßgeschneidert für jeden Grundriss. Für die Komplettvermarktung von Küchen inklusive Elektrogeräten und Zubehör aus einer Hand ergänzen dreizehn Elektrogerätemarken das Sortiment, darunter vier exklusive Eigenmarken.

Hersteller legt in seiner Produktentwicklung viel Wert auf ein ganzheitliches Wohndesign. Neben dem Kernprodukt Küche umfasst die Kollektion auch ein eigenständiges Badsortiment sowie Lösungen für den Wohnbereich und die durchdachte Einrichtung von Hauswirtschaftsräumen.





Höchste Qualität steht bei allen Aktivitäten im Fokus. Diesen Anspruch verfolgen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens in ihrer täglichen Arbeit. Hersteller arbeitet mit Leidenschaft an seinen Produkten und Dienstleistungen, um für seine Kunden möglichst maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln.

Höchste Qualität

im Fokus







1.
GESAMTMARKT MÖBEL UND KÜCHEN 2020



1. GESAMTMARKT MÖBEL UND KÜCHEN 2020

Unter dem Einfluss der Corona-Pandemie hat die deutsche Möbelindustrie im vergangenen Jahr einen sehr wechselvollen Geschäftsverlauf erlebt. Der Lockdown im Frühjahr führte bei den Möbelherstellern zunächst zu empfindlichen Umsatzrückgängen. Nach der Wiedereröffnung des Möbelhandels zog das Geschäft dann sehr schnell und teils überraschend stark wieder an. Die Situation war geprägt durch eine starke Nachfrage, die speziell im Sommer für die Jahreszeit ungewöhnlich hoch war. Bis zum neuerlichen Lockdown im Dezember blieb die Auftragsentwicklung daher auf einem stabilen Niveau.

In der Corona-Krise hat das eigene Zuhause für viele Verbraucher mehr an Bedeutung gewonnen. Leben, Lernen und Arbeiten – alles konzentrierte sich auf die eigenen vier Wände. Trends wie Cocooning oder Homing aber auch neue Einrichtungsanforderungen für Homeoffice, Homeschooling und Homecooking entwickelten sich zu einer wichtigen Stütze der Möbelbranche.

Die amtliche Statistik weist für die ersten elf Monate 2020 einen Gesamt-Branchenumsatz Möbel von rund 15,8 Milliarden Euro aus. Das entspricht einem Minus von 4,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Für das Gesamtjahr 2020 erwartet der Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM) ein Umsatzminus von rund 4 Prozent. Der Umsatz wird voraussichtlich rund 17,2 Milliarden Euro erreichen.

Deutlich positiver fällt der Rückblick für die gesamte Küchenmöbelindustrie aus. Ihr Umsatz summierte sich nach Einschätzung des Verbandes der Deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK) bis einschließlich November 2020 auf rund 4,9 Milliarden Euro und somit auf ein Plus von 3,7 Prozent. Damit entwickelte sich die Sparte Küchenmöbel wesentlich besser als andere Möbelsegmente.

Gesamtmarkt Möbel

- 4,7 Prozent Umsatz

Gesamtmarkt Küchen

+ 3,7 Prozent Umsatz

Die negativen Auswirkungen der Corona-Krise waren insbesondere im Auslandsgeschäft deutlich zu spüren. So hat das Inlandsgeschäft der deutschen Möbelindustrie von Januar bis November 2020 mit einem Minus von 2,8 Prozent deutlich weniger verloren als das Auslandsgeschäft. Der Exportumsatz sank in diesem Zeitraum um minus 8,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. In der Folge fiel die Exportquote der deutschen Möbelindustrie von 32,7 Prozent im Jahr 2019 auf 31,4 Prozent im Jahr 2020.

Die Küchenmöbelindustrie hingegen ist im Inland in den ersten elf Monaten mit einem Umsatzplus von 6,7 Prozent kräftig gewachsen. Im Auslandsgeschäft fiel der Rückgang in diesem Zeitraum mit einem Minus von 0,3 Prozent vergleichsweise moderat aus. Gemäß den Angaben des VdDK sank die Exportquote ebenfalls leicht auf 40,3 Prozent (Vorjahr 41,9 Prozent).

Das Exportgeschäft litt insgesamt unter dem Nachfragerückgang infolge der Lockdown-Maßnahmen in verschiedenen Ländern, den Messeabsagen und den negativen Auswirkungen des Brexits.

2.
Hersteller UMSATZ-ENTWICKLUNG 2020

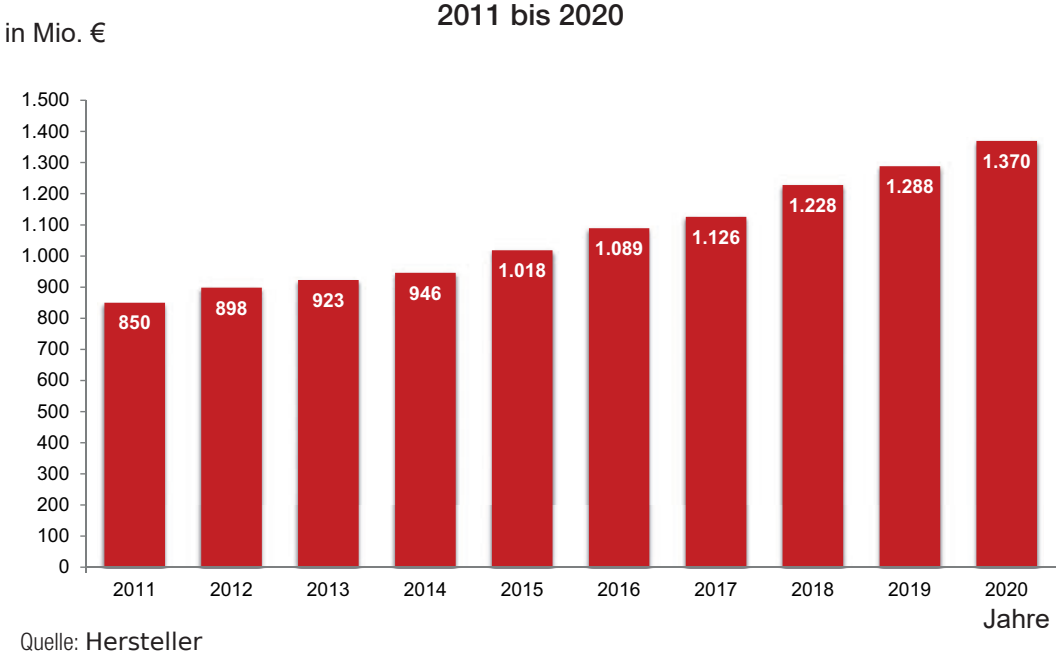


2. Hersteller UMSATZENTWICKLUNG 2020

2.1 Umsatzentwicklung Hersteller gesamt

Trotz der außergewöhnlichen Herausforderungen infolge der Corona-Pandemie ist Hersteller im vergangenen Jahr erneut gewachsen und hat damit seinen Erfolgskurs konsequent fortgesetzt. Der Gesamtumsatz stieg in 2020 um 82 Millionen Euro auf 1,370 Milliarden Euro. Dieser Wert entspricht einem Plus von 6,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresumsatz von 1,288 Milliarden Euro. Mit diesem Zuwachs liegt Hersteller deutlich oberhalb der Branchenentwicklung und hat seine Position als Marktführer abermals souverän ausgebaut.

Umsatzentwicklung Hersteller (Mio. €)
2011 bis 2020



Quelle: Hersteller

Das Kerngeschäft, der Absatz von Holzteilen, erwies sich erneut als Wachstumstreiber. Dieses erreichte mit 7,83 Millionen Schränken und rund 1,73 Millionen Arbeitsplatten neue Höchstwerte. Pro Arbeitstag haben beide Werke zusammen rund 3.490 Kommissionen produziert. Daraus resultiert für 2020 eine Jahresleistung von mehr als 783.000 Küchenkommissionen.



Gesamtumsatz Hersteller

1,370 Mrd. Euro

Küchenkommissionen

783.000

Wachstum Hersteller

+ 6,4 Prozent

2.2 Umsatzentwicklung Hersteller Inland

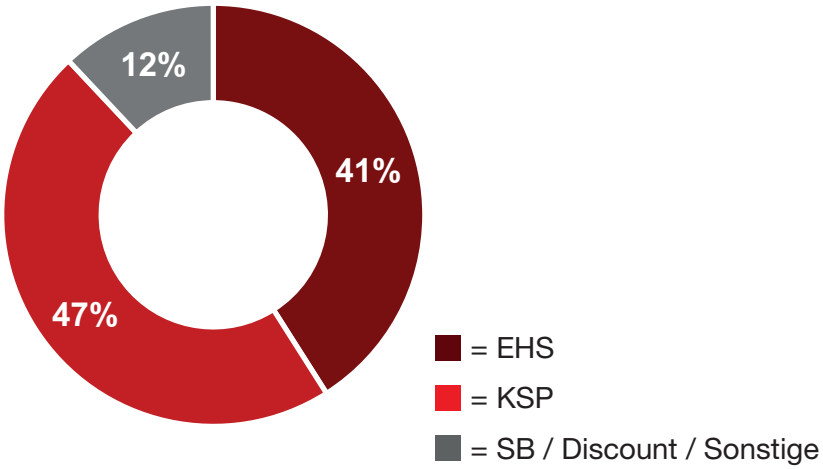
Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelte sich das Inlandsgeschäft zum maßgeblichen Wachstumstreiber. Hersteller erwirtschaftete in Deutschland einen Umsatz von 710,9 Millionen Euro und somit ein Vorjahres-Plus von 64,2 Millionen Euro. Nominal stieg der Inlandsumsatz um 9,9 Prozent und liegt damit weit über dem Marktniveau.

Die Betrachtung nach Vertriebswegen zeigt, dass für Hersteller sowohl der Vertriebskanal der Küchenspezialisten (KSP), als auch der Kanal der Einrichtungshäuser (EHS) inzwischen für nahezu gleich große Umsatzanteile verantwortlich sind. Rund 88 Prozent der Inlandsumsätze von Hersteller entfallen auf diese beiden Kanäle.

Die verbleibenden 12 Prozent verteilen sich auf den Vertriebskanal SB / Discount und auf die sonstigen Vertriebswege. Zu den sonstigen Vertriebswegen zählen im Wesentlichen hybride Vermarktungsformen, bei denen stationäre Vermarktung und Internethandel kombiniert werden, das Objektgeschäft sowie Umsätze bei Elektro- oder Badspezialisten.



Hersteller **Inlandsumsatz 2020 nach Vertriebswegen**



Quelle: Hersteller

Inlandsumsatz Hersteller

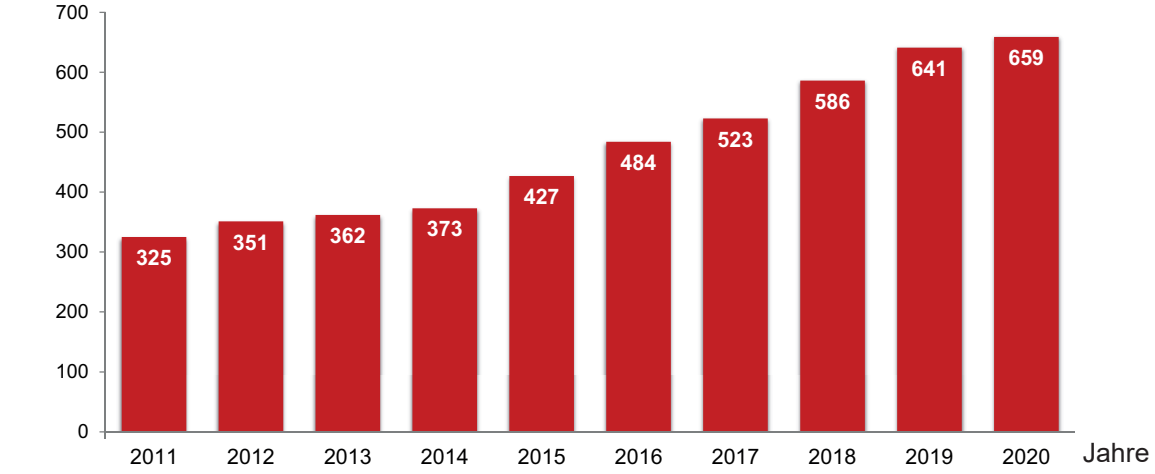
710,9 Mio. Euro

+ 9,9 Prozent

2.3 Umsatzentwicklung Hersteller Export

Der Exportumsatz trug in 2020 mit einem Zuwachs um 2,8 Prozent zur Unternehmensentwicklung bei. Er stieg gegenüber dem Vorjahr um 17,8 Millionen auf 658,9 Millionen Euro.

Umsatzentwicklung Hersteller im Export (Mio. €) 2011 bis 2020



Quelle: Hersteller

Damit ist Hersteller in 2020 auch im außergewöhnlich schwierigen Exportgeschäft deutlich stärker gewachsen als die Branche in Gänze. Das belegt, dass Hersteller sich in den letzten Jahren im Export sehr breit aufgestellt hat und somit insgesamt weniger anfällig gegenüber den Entwicklungen von einzelnen Ländermärkten ist.

Exportumsatz Hersteller

658,9 Mio. Euro

Umsatzsteigerung

+ 2,8 Prozent

Die Hersteller Exportquote erreicht 2020 einen Wert von 48,1 Prozent und liegt deutlich über dem durch den Verband der deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK) ermittelten Branchenschnitt von 40,3 Prozent. Mit diesem Wert hat Hersteller seine führende Marktposition auch im Exportgeschäft erneut ausgebaut.

Die Umsatzverteilung nach Ländern hat sich wiederum kaum verändert. Besondere Bedeutung haben für unsere Exportumsätze nach wie vor die europäischen Nachbarländer. Hier dominiert weiterhin das Frankreichgeschäft auf einem hohen Niveau, gefolgt von Belgien, Österreich und den Niederlanden. Der chinesische Markt belegt erneut Platz 5 der Top 5-Exportländer von Hersteller.



3.
ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMENS-GRUPPE



3. ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMENSGRUPPE

Das Kerngeschäft von Hersteller besteht in der Entwicklung und Produktion von Küchen sowie dem weltweiten Vertrieb dieser Küchen an Handelspartner. Hersteller ist somit in allererster Linie als Hersteller aktiv. Zur Unternehmensgruppe gehören jedoch seit einigen Jahren auch eigene Retail-Aktivitäten unterschiedlichen Formats, mit denen Hersteller ausschließlich auf Auslandsmärkten aktiv ist.

Hersteller betreibt in Schweden und England eigene Küchenstudios unter den Namen Northern Kitchen Sverige AB und Kütchenhaus. Kütchenhaus ist in England als Franchise-Organisation mit derzeit 39 angeschlossenen Küchenstudios aktiv. Weiterhin besteht eine Minderheitsbeteiligung an der belgischen Handelskette MENATAM SA, deren Studios unter dem Namen èggo vertreten sind. Zudem ist Hersteller Mehrheitsgesellschafter der französischen Franchise-Organisation FBD, die zum Jahresende mit über 460 Küchenstudios der Vertriebsschienen Ixina, Cuisine Plus, Cuisines Références und Vanden Borre Kitchen aktiv ist. Der regionale Schwerpunkt von FBD liegt in Frankreich und Belgien. Die Gruppe treibt ihre Internationalisierung jedoch seit einigen Jahren erfolgreich voran.

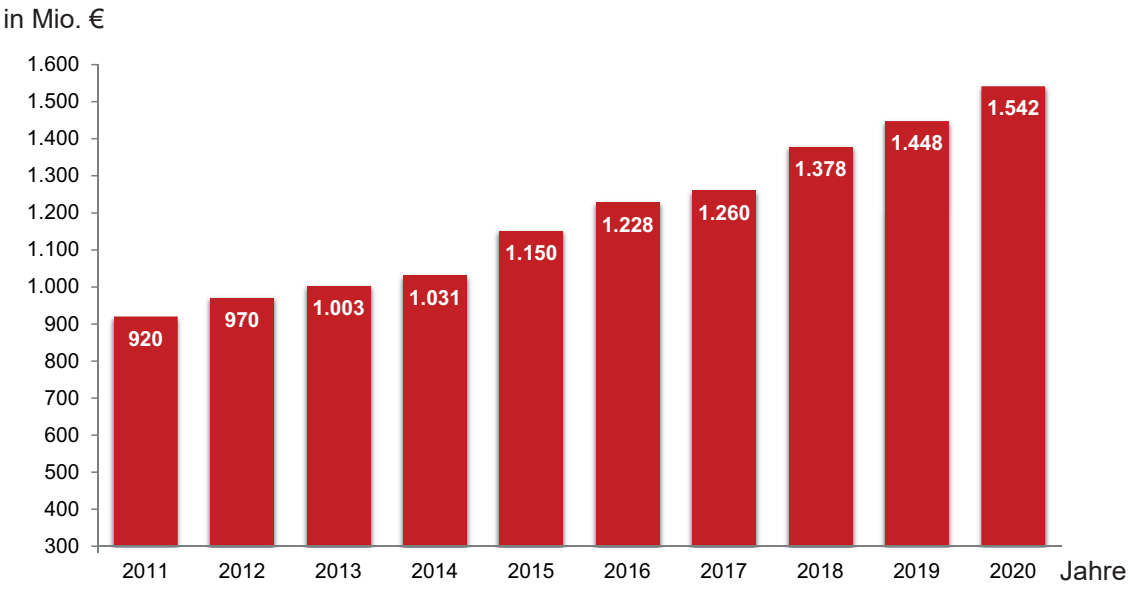
Gruppenumsatz Hersteller

1,542 Mrd. Euro

Umsatzsteigerung

+ 6,5 Prozent

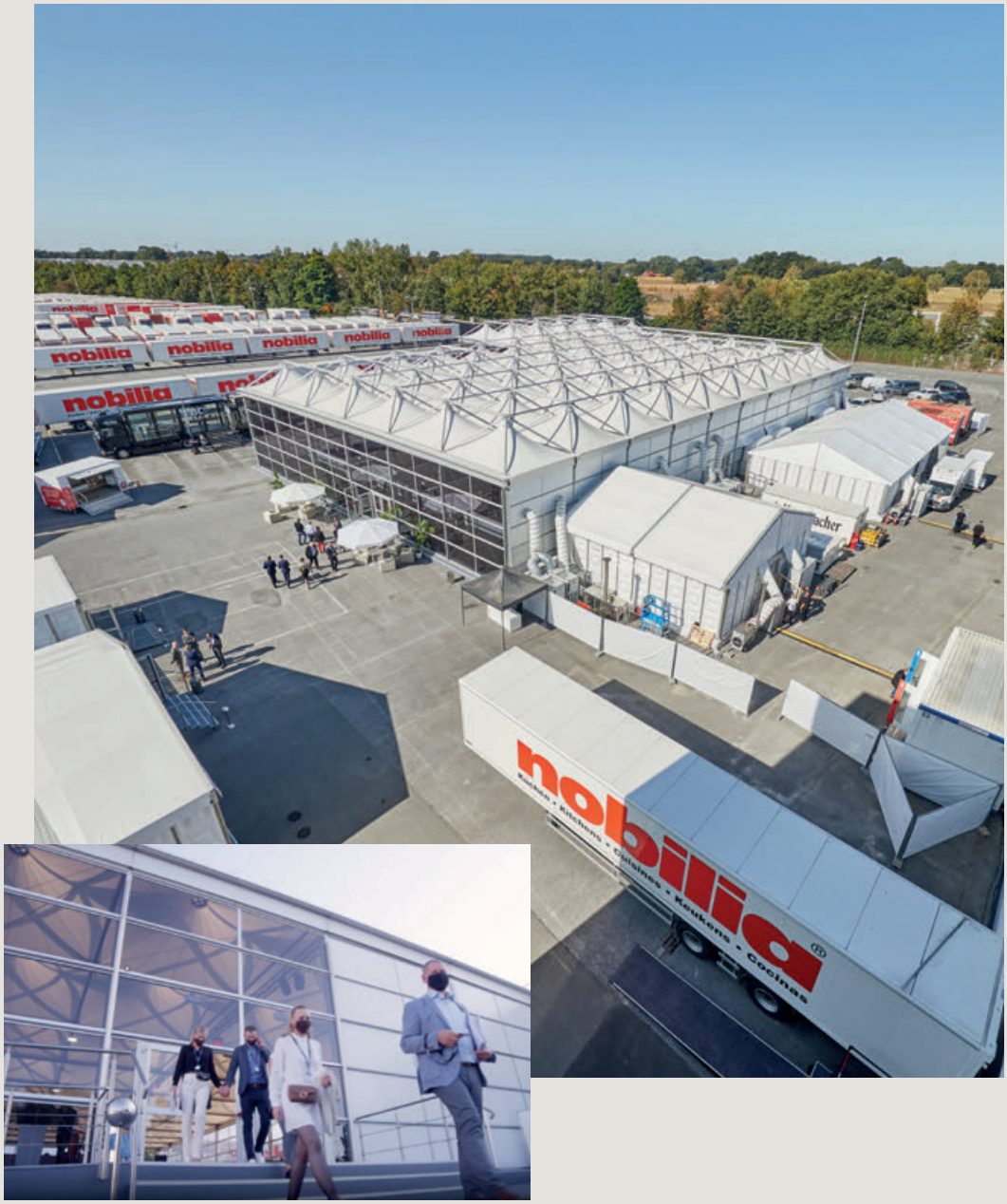
Umsatzerlöse Hersteller **Gruppe (Mio. €)**
2011 bis 2020



Quelle: Hersteller

Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Umsatz der Unternehmensgruppe Hersteller nominal um 6,5 Prozent und erreichte einen Wert von 1,542 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 93,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,448 Milliarden Euro. Für die Ermittlung des Gruppenumsatzes wurden die Innenumsätze eliminiert (konsolidiert) und die Beteiligungsverhältnisse berücksichtigt (quotisiert). Bei der Franchise-Organisation sind nur die Franchisegebühren und nicht deren Verkaufserlöse in die Ermittlung eingeflossen.

4.
HAUSMESSE UND KOLLEKTION 2021



Hersteller **Hausmesse**

Die Hausmesse beeindruckte auch im Jubiläumsjahr, unter Einhaltung aller Sicherheits- und Hygieneschutzregeln, tausende Besucher. Die Messefläche wurde über die bestehenden Hallen hinaus erweitert.

4. HAUSMESSE UND KOLLEKTION 2021

Eine überzeugende neue Kollektion, eine inspirierende Präsentation, neue Vermarktungskonzepte für den Handel und ein vorbildliches Hygiene- und Sicherheitskonzept – die Hersteller Hausmesse hat auch im vergangenen Jahr Maßstäbe gesetzt. Dabei hatte die Sicherheit der Besucher und Mitarbeiter zu jeder Zeit höchste Priorität.

Die gänzlich neu gestaltete Ausstellung erreicht eine Größe von rund 5.000 m². Die Ein- und Ausgangssituation sowie die Wegeführung zeigen sich komplett verändert. Nur so ließen sich während der Hausmesse die hohen Anforderungen des Sicherheitskonzepts erfüllen. Ein umfassendes Hygienekonzept und ein systematisches digitales Besuchermanagement sorgten für die Sicherheit der Gäste und Mitarbeiter und eine konsequente Trennung zwischen Messebetrieb und dem Unternehmensgeschehen. Alle Besucher mussten sich elektronisch anmelden, durften die Messe nur mit Schutzmaske und nach erfolgreicher Temperaturmessung betreten und wurden in kleinen Gruppen im Einbahnstraßensystem durch die Hausmesse geführt. Die umfangreichen und

Ausstellungsfläche

rund 5.000 m²

insgesamt 106 Planungen





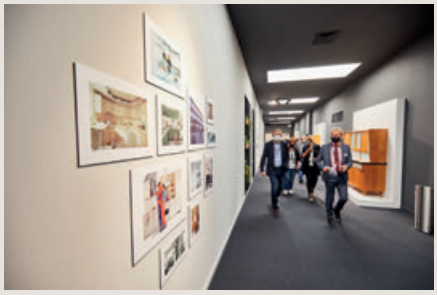
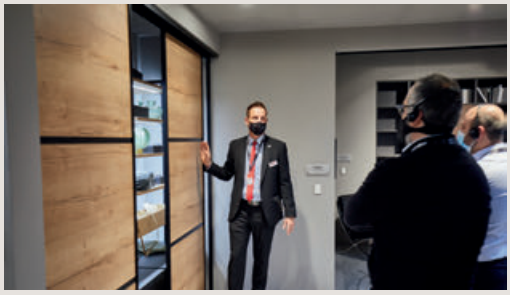


bis ins kleinste Detail mit den Gesundheitsbehörden abgestimmten Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen haben vollumfänglich ihre Wirkung gezeigt. Die gesamte Hausmesse verlief ohne jeglichen Zwischenfall.

Die Hausmesse fand vom 19. bis 27. September 2020 im unternehmenseigenen Messezentrum in Verl-Sürenheide statt. Parallel dazu präsentiert Hersteller die Kollektion auch in einem digitalen Showroom.

75 Jahre Hersteller. A Story of Innovation.
Yesterday. Now. Tomorrow.

Passend zum 75-jährigen Hersteller-Jubiläum fand die Hausmesse diesmal unter dem Motto „A story of innovation. Yesterday. Now. Tomorrow.“ statt. Gemäß diesem Motto begann der Messerundgang mit einer kleinen Zeitreise und widmete sich dann intensiv den Neuheiten der Kollektion 2021 und damit dem Hier und Jetzt. Der Messebesuch endete im Hersteller Lab und zeigt dort die finale Ausbaustufe der sukzessiven Rasterumstellung von Hersteller.




Auch nach der Hausmesse dient die Ausstellung weiterhin als Showroom. Die Ausstellungsfläche hat 2020 mit rund 5.000 m² Fläche eine neue Dimension erreicht. Innerhalb der Ausstellung markieren groß angelegte rote Portale den Übergang zwischen den verschiedenen Themenbereichen. Diese klare Struktur kommt bei den Besuchern sehr gut an. Die Ausstellung zeigt insgesamt 106 Planungen mit raumübergreifenden Lösungen für Küche, Bad und Wohnen. Küchen bilden mit 49 Planungen wie immer den Schwerpunkt. Das Badsortiment hat mit 31 Lösungen noch mehr Raum erhalten. Attraktive Lösungen für Gäste-WCs und kleine Badezimmer bilden einen besonderen Themenschwerpunkt.

Darüber hinaus sind Hauswirtschaftsräume, Esszimmerplanungen, Wohngestaltungen, Garderoben, eine Ankleide und ein Homeoffice zu sehen. Sie veranschaulichen eindrucksvoll, wie sich mit Hersteller ganzheitliche Wohnkonzepte für alle Räume realisieren lassen.

Ein eigener Bereich informiert über das Schnell-Lieferprogramm „Hersteller elements“.



Neben der Hausmesse präsentiert Hersteller seine Neuheiten auch virtuell im eigens geschaffenen digitalen Showroom. Dieser enthält insgesamt 37 Planungen, die als reines CGI (Computer Generated Image) entwickelt wurden. Innerhalb der einzelnen Räume kann sich der Kunde kontrolliert bewegen, Neuheiten und Highlights über vordefinierte Touchpoints erkunden und Produktvarianten ansehen.

Dabei kann sich der Besucher zwischen einem festgelegten Rundgang oder einer Erkundung nach individuellen Vorlieben über Produktfilter entscheiden. Rundgang-Videos aus den einzelnen Bereichen der Original-Ausstellung erweitern das Produkterlebnis.

Der digitale Showroom dient in Zeiten der Corona-Pandemie als Ersatz für einen Messebesuch. Bedingt durch lokale Lockdowns und Einreisebeschränkungen konnten leider viele Exportkunden die Hersteller Hausmesse nicht physisch besuchen. Der Showroom bietet eine digitale Alternative und ist mittlerweile in sechs Sprachen auf der Hersteller Homepage eingebunden.

Eingerichtet auf morgen

Mit der Kollektion 2021 beweist Hersteller wie gewohnt ein sicheres Gespür für den Markt. Der Handel profitiert von einem bestens auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Neuheitenprogramm für Küche, Bad und Living. Die Neuheiten für 2021 setzen daher besonders auf trendstarke Dekore, eine große Planungsvielfalt, eine unverwechselbare und durchgängige Linienführung und innovative Qualitätsverbesserungen im Detail. Auch für die Umfeldgestaltung sowie im Typen- und Zubehörprogramm eröffnet eine Fülle von Neuheiten mehr kreative Freiheiten.

In diesem Jahr geht Hersteller mit seiner Rasterumstellung konsequent den nächsten logischen Schritt. Dieser verbindet eine noch durchgängigere Linienführung mit mehr Planungssicherheit und einem Plus an Stauraum. Planungen werden so zukünftig noch individueller und flexibler und erhalten einen ganzheitlich perfektionierten Look in Küche, Bad und Wohnen.

Das Typenspektrum wurde umfangreich ergänzt und enthält die Maxi-Höhe nun als dritte vollwertige Unterschrankhöhe. Bei allen Wand- und Aufsatzschränken sorgt zudem die neue Seitentiefe 350 mm für mehr Stauraum. Technisch punktet das Wandschranksortiment mit einer neuen verdeckten, sehr belastbaren und montagefreundlichen Wandschrankaufhängung.







Fronten und Farben

Sechs neue Fronten wecken die Lust am Einrichten. Ein attraktiver Betonton und ein elegantes Nussbaumdekor zählen genauso dazu wie natürliche Farben und eine stilvolle Glasoptik. Mit ihnen lassen sich alle besonders nachgefragten Trends umsetzen und neu inszenieren. Im Landhaussegment ergänzt die weiße, moderne Echtlack-Front Nordic das Sortiment.

Weiter ausgebaut wurde das erfolgreiche Lacklaminat-Programm Easytouch. Es ist jetzt auch in der Bestsellerfarbe Alpinweiß und einem neuen soften Sandton erhältlich, der sich für warme, erdige Planungen eignet. Die besondere Micro-Struktur der Easytouch-Oberfläche sorgt für die charakteristische ultramatte Haptik sowie die praktischen Antifingerprint-Eigenschaften der Fronten.

Ein Highlight der neuen Kollektion ist die hochwertige Glasoptikfront Artis in Titanio matt aus polymerem Glas. Die transluzente Polymerbeschichtung erreicht durch den metallischen Schimmer eine besondere Tiefenwirkung, die durch die gefaste Kantenausprägung zusätzlich unterstrichen wird. Ob in Küche, Bad oder Wohnbereich – mit Artis erreichen Planungen eine besondere Eleganz und Wertigkeit.







Umfeldgestaltung

Das neue Korpusdekor in mattem Schwarz unterstreicht besonders designorientierte Interieurkonzepte. Es ist ein Statement für modernen Lifestyle und wirkt besonders stilvoll.

Passend zum Frontenspektrum bereichern vier neue Arbeitsplattendekore die Kollektion. Zudem sind alle Xtra-Arbeitsplatten ab 2021 serienmäßig mit der antibakteriell wirkenden microPLUS®-Oberfläche beschichtet. Noch wertigere Planungen ermöglichen die neuen Quarzstein-Arbeitsplatten. Der Werkstoff besticht durch seine natürlich schöne Ausstrahlung, ist äußerst robust und auch ohne Imprägnierung wasserdicht. Damit ist er prädestiniert für den Einsatz in Küche und Bad.

Darüber hinaus präsentiert Hersteller ein neues, ultra-schmales Wangensystem in 10 mm Stärke. Im Living-Bereich unterstreichen die schmalen Wangen das wohnliche Ambiente. Küchen und Bädern verleihen sie eine besondere Leichtigkeit.

Elektrogeräte-Programm

Hersteller hat sein Elektrogeräteangebot durch zwei besondere Sortimentsergänzungen noch stärker aufgestellt. Mit Kollektionsstart 2021 startete auch die neue Partnerschaft zwischen Hersteller und Samsung. Damit ergänzt Hersteller sein Geräte-Portfolio um eine innovative und moderne Gerätemarke mit hohem Designanspruch, die sich ganz besonders an eine design- und technikaffine Zielgruppe richtet. Das Angebot umfasst insgesamt 35 Geräte.

SAMSUNG BORA






Auch die Partnerschaft mit BORA, dem Vorreiter im Bereich der Kochfeldabzüge, wird um eine einzigartige Komponente ergänzt: Der BORA Kochfeldabzug GP 4 ist exklusiv bei Hersteller in der Komplettvermarktung erhältlich. Er zeichnet sich durch ein eigenständiges Design aus und lässt sich flächenbündig oder aufgesetzt einbauen. Dank Easy-Fitting-System ist der GP 4 genauso schnell und einfach montiert wie ein herkömmliches Kochfeld. Ein optimiertes Einbaumaß ermöglicht die Planung und komplette Innennutzung des Hersteller-Schubkastens unter dem Kochfeldabzug. Ein technisch optimiertes Hersteller Typenspektrum vereinfacht die Montage und reduziert Montagezeiten auf ein Minimum.

Badkollektion

Kleine Bäder und Gäste-WCs kommen mit der neuen Hersteller Badkollektion groß raus. Dank Waschtischen und Schrankelementen mit geringer Tiefe lassen sie sich schick und funktional zugleich einrichten. Das Schrankspektrum zeigt sich insgesamt um verschiedene Breitenmaße erweitert. Neue Badezimmer-Midischränke und -Regale erlauben viele kreative und





sinnvolle Lösungen. Ausgestattet mit einem Wäschesammler werden sie beispielsweise zu praktischen Ordnungshelfern.

Noch mehr Wohnlichkeit hält mit den neuen abgerundeten Wangen Einzug. Sie prägen den Look in Richtung einer organischen Formensprache.

Deutlich zugenommen hat die Auswahl bei Spiegeln und Spiegelschränken. Zu den Neuheiten zählen unter anderem Spiegel mit LED-Beleuchtung, mit integrierter Ablage und in trendstarker, runder Form.

Wohnen

Schick ist immer auch eine Frage des Details. Daher hat Hersteller die Möglichkeiten für die Wohnraumeinrichtung um wesentliche Gestaltungselemente erweitert. Dazu gehören die neuen runden Abschlusswangen, die im Living-Bereich ebenfalls für mehr Wohnlichkeit sorgen. Spiegel mit integrierter Ablagefläche sind ein echter Mehrwert für Garderoben. Ein verdeckter Sockelfuß verleiht bodentiefen Planungen einen sicheren Stand. Ein Kabeldurchlass sorgt für eine saubere Kabelführung im Möbel.

Hersteller legt in seiner Produktentwicklung viel Wert auf ein ganzheitliches Wohndesign. Dabei prägen gerade die Übergänge zwischen den Räumen die Entwicklung der Planungslösungen und Produktideen von Hersteller. Vor diesem Hintergrund wurde die Kollektion 2021 um ein Gleittürensystem ergänzt. Gleittüren eignen sich wunderbar als Raumteiler, Einbauschrank oder begehbarer Kleiderschrank. Mit ihnen lassen sich auch verschiedene Raumfunktionen einfach und attraktiv je nach Bedarf voneinander trennen oder miteinander verbinden.



nobilia elements

Erstmalig war elements mit einem eigenen Stand auf der Hersteller Hausmesse präsent. Auf ca. 70 m² Fläche wurden neben Küchen- auch Bad- und Wohnplanungen gezeigt, die das simple Baukastensystem und die modulare Erweiterbarkeit des Konzepts sehr greifbar veranschaulichten.

Als flexibel und modular aufgebautes Schnell-Lieferkonzept richtet sich Hersteller elements an Händler, die neben den kommissionsweise gefertigten Hersteller Planungen mit regulärer Lieferzeit, auch Zugriff auf eine schnell verfügbare Alternative wünschen.

Vormontierte Möbel werden in gewohnter Hersteller Qualität auf Lager gehalten und sind somit 24 Stunden nach Bestellung für den Händler verfügbar. Gegenüber der in der Regel zerlegten schnellen Ware grenzt sich Hersteller elements somit qualitativ ab. Die Lieferung zum Endkunden und die Montage erfolgt wie üblich durch den Handel.

Hersteller elements bietet zudem ein breites Angebot an Verkaufsunterstützung für den Handel. Dazu gehören ein kostenloser Online-Konfigurator zur Einbindung auf der Händler-Website, Planungsbroschüren und umfangreiches Bildmaterial für Werbezwecke.

Mit dem elements-Konzept bietet Hersteller dem Handel Möglichkeiten, neue, individuelle Wege auszuprobieren. Das Konzept kommt an. Im Jahr 2020 hat Hersteller bereits mehr als 400 Kunden für das Schnell-Lieferprogramm gewonnen.





5.
PRODUKTION UND INVESTITIONEN



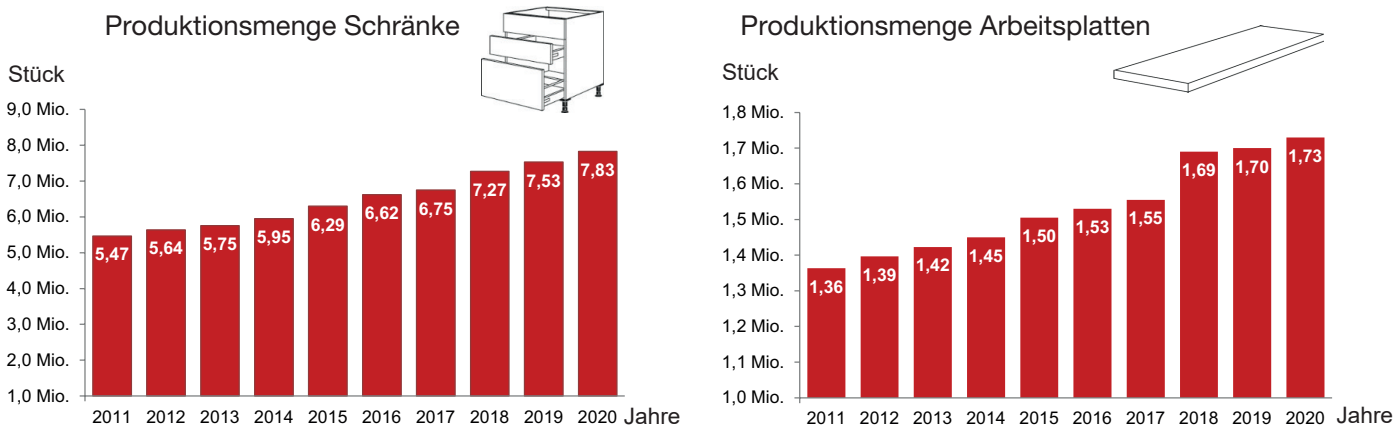
Hersteller in Saarlouis

Das zukünftige
Frontenkommisionierlager in der Bauphase
im Frühjahr 2020.

5. Produktion und Investitionen

Das Produktionsvolumen von Hersteller ist gegenüber dem Vorjahr um rund 300.000 Schränke gestiegen. Mit mehr als 783.000 Küchenkommissionen, circa 7,83 Millionen Schränken und 1,73 Millionen Arbeitsplatten haben beide Werke neue Bestmarken erzielt. Die tägliche Produktionsleistung ist auf etwa 34.900 Holzteile pro Arbeitstag gewachsen. Anders ausgedrückt verlassen mehr als 3.490 Küchen täglich unsere beiden Produktionsstandorte in Verl.

Produktionsmengen 2011 bis 2020



Quelle: Hersteller

Typen täglich

34.900

Küchen täglich

3.490

Im vergangenen Jahr hat Hersteller rund 134 Millionen Euro investiert. Im Fokus der Investitionen standen der Aufbau sowie die weitere Industrialisierung der neuen Produktionsstandorte Werk III in Gütersloh und Werk V in Saarlouis. Die geplanten Bauabschnitte konnten termingerecht fertiggestellt und industrialisiert werden. Der Anlauf beider Werke hat zum Jahreswechsel planmäßig stattgefunden.

Innerhalb der Verwaltung bildeten das Einrichten und Ausrollen von Homeoffice-Arbeitsplätzen einen weiteren Schwerpunkt. Unseren IT-Spezialisten ist es gelungen, die nötige Infrastruktur in wenigen Tagen bereitzustellen. Im Zusammenhang mit dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 haben wir bereits mehr als 700 Mitarbeiter mit Homeoffice-Arbeitsplätzen ausgestattet.

Weitere Investitionen flossen in den Fuhrpark, für den erneut 27 neue Zugmaschinen als Ersatz und 80 neue Auflieger angeschafft worden sind. Der eigene Fuhrpark umfasst somit derzeit 220 Zugmaschinen und mehr als 860 Auflieger.



Auflieger

> 860

Zugmaschinen

220

6.
NACHHALTIGKEIT



6. Nachhaltigkeit





Wirtschaftlicher Erfolg verbunden mit einem verantwortungsvollen und effizienten Umgang mit Ressourcen bildet die Grundlage für ein kontinuierliches Wachstum von Hersteller. Als unabhängiges und langfristig orientiertes Unternehmen ist sich Hersteller dabei auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung für ökologische und soziale Belange bewusst. Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist daher fest in unseren Unternehmenswerten verankert.

Wir wollen Produktleistung und Qualität mit der Verantwortung für unsere Umwelt in Einklang bringen. Sicherheit, Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit stehen unternehmensweit im Fokus. Das integrierte Managementsystem von Hersteller vereint die Bereiche Qualität, Umwelt und Energie insofern in einem ganzheitlichen Ansatz.

Zahlreiche Projektteams arbeiten dauerhaft an unternehmensweiten Projekten mit Blick auf Nachhaltigkeit. Im Fokus stehen dabei die Ermittlung und Verbesserung des CO_2-Fußabdrucks von Hersteller, eine kontinuierliche Optimierung der Lieferkette und Produktentwicklung sowie der Aspekt der sozialen Verantwortung. Diese Nachhaltigkeitsaspekte fließen maßgeblich in die Definition der Unternehmensziele ein.

Carbon Footprint / CO_2-Fußabdruck

Im Jahr 2019 hat Hersteller seinen Carbon Footprint, also den CO_2-Fußabdruck des Unternehmens, erstmalig in Zusammenarbeit mit einer Klimaschutzberatung ermitteln lassen. Seitdem erheben wir diese Daten kontinuierlich. Die Ergebnisse aus dem Reporting nutzt unser interner Energie- und Umweltmanagement-Ausschuss (EUMA), um den Verbrauch energetischer Ressourcen sowie die damit verbundenen Kosten weiter zu reduzieren. Allen voran steht die Zielsetzung, die CO_2-Emmission so weit wie möglich in ihrer Entstehung zu vermeiden.

Sukzessive Umstellung auf nachhaltige LED-Beleuchtung



In den letzten Jahren haben wir die Bestandswerke I und II in Verl sukzessiv von konventioneller Beleuchtung auf LED-Leuchtmittel umgestellt und mit einer intelligenten Lichtsteuerung kombiniert. Letztere passt die Beleuchtungsmenge automatisch der Sonneneinstrahlung an und optimiert so die Energieeffizienz zusätzlich. LED-Leuchtmittel benötigen für die gleiche Lichtleistung nur circa 15 Prozent der Energie eines konventionellen Leuchtmittels. Sie können somit erheblich zum Reduzieren von CO_2-Emmissionen beitragen. Konsequent arbeiten wir daran, auch die bisher noch nicht umgerüsteten Bereiche mit effizienter LED-Beleuchtung auszustatten. In den neuen Werken III und V setzen wir direkt von Anfang an ausschließlich auf modernste Beleuchtungstechnik.

Energie- und Umweltmanagementausschuss (EUMA)

Der Hersteller Energie- und Umweltmanagementausschuss (EUMA) ist Ausgangspunkt unseres professionellen Nachhaltigkeitsmanagements. Im EUMA werden alle Energieverbräuche detailliert bis auf Ebene einzelner Maschinen erfasst. Auf Basis dieser Daten lassen sich Maßnahmenschwerpunkte setzen und gezielte Verbesserungen einleiten. So haben wir beispielsweise identifiziert, dass die Absauganlagen unserer Fertigung zu unseren größten Stromverbrauchern zählen und ihre Optimierung einen deutlichen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leistet. Durch das Beheben relativ kleiner Probleme wie Leckagen oder verbesserungsfähiger Absaughauben konnten wir den Energieverbrauch erheblich senken und damit auch die CO_2-Emmission.

Nachhaltigkeit ist bei Hersteller inzwischen ein selbstverständlicher Aspekt wichtiger Entscheidungsprozesse. So wird die Investitionsentscheidung für neue Maschinen oder Anlagen auch in Abhängigkeit vom Energieverbrauch getroffen. Damit binden wir das Thema Energieverbrauch und -vermeidung schon sehr früh in den Prozess der Anlagenbeschaffung ein und realisieren dadurch positive Effekte.

Einstieg in die Elektromobilität

Für den innerbetrieblichen Pendelverkehr haben wir in unserem Fuhrpark 2020 den Einsatz von E-LKW beziehungsweise Hybrid-LKW mit elektrisch betriebenen Zugmaschinen getestet. Sie waren für die Versorgung von Aufliegern für die Verladetore im Einsatz.

Bisher nutzen wir dafür herkömmlich betriebene Dieselfahrzeuge. Sie rangieren volle Auflieger von unseren Verladetoren bis zu unserem werkseigenen Aufliegerparkplatz und bringen leere Auflieger zu den Verladetoren. Die von uns getesteten Zugmaschinen mit Elektroantrieb beziehen ihre Energie aus einem Akku, der wie auch bei PKWs, im Fahrzeug verbaut ist. Durch den Einsatz dieser elektrisch betriebenen Pendel-/Rangierfahrzeuge können wir die CO_2-Emissionen weiter reduzieren. Die Tests werden 2021 mit weiteren Modellen fortgeführt.

Optimierung Tourenplanung und Logistik

Einen großen Teil unserer Produkte liefern wir mit dem eigenen Fuhrpark an Kunden aus. Das gibt uns die Möglichkeit, unsere Logistik immer nachhaltiger zu gestalten. Seit Ende 2020 arbeitet unsere Tourenplanung mit einer neuen Software. Sie ermöglicht es, mit besseren Algorithmen und auf der Grundlage einer noch breiteren Datenbasis, den Transport unserer Produkte zum Handel weiter zu optimieren. Dank eines verbesserten Planungshorizonts werden sich einzelne Änderungen weniger störend auf nachfolgende Touren und Abladestationen auswirken. Das wird die Liefersicherheit weiter erhöhen und in der Folge die Retourenquote noch weiter verringern.



Lieferkette der kurzen Wege

Ein Ziel unserer Beschaffungsstrategie ist die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen. Sie bietet den Vorteil, dass wir in verschiedenen Situationen schnell und unkompliziert zusammenarbeiten und agieren können.

Zudem reduzieren sich die Transportwege der Waren auf ein Minimum. Eingesparte Transportkilometer wirken sich positiv auf den Energieverbrauch, die Lieferzeit und die CO_2-Emmissionen aus. Ein sehr großer Teil der Rohstoffe für unsere Fertigung wird in einem relativ kleinen Radius um unsere Werke hergestellt und von dort angeliefert. Wenige Lieferanten befinden sich im nahen europäischen Umland. Auch Zubehörartikel beziehen wir größtenteils aus Deutschland.

Produktentwicklung

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Aspekt unserer Produktentwicklung. Wo immer es die Bauteiloptiken und die Materialspezifikationen ermöglichen, gehen wir ressourcenschonend vor. So prüfen wir unter anderem im unternehmenseigenen QC-Labor intensiv, für welche Bauteile wir ohne



Einschränkungen der Gebrauchstauglichkeit Rezyklate einsetzen können. So bestehen beispielsweise unsere Sockelfüße bereits heute zu circa 70 Prozent aus rezykliertem Polystyrol. Diese Materialien schonen die Umwelt in erheblichem Maß, weil sie Kunststoffe wiederverwerten, die ansonsten energieaufwändig entsorgt werden müssten und weil weniger neues Material hergestellt werden muss.

Des Weiteren bewerten wir bereits im Stadium der Produktentwicklung den Energieeinsatz der für die Herstellung unserer Produkte notwendigen Prozesse („Design-to-Manufacturing“). Das bedeutet, dass neben der Funktionalität von Prozessen auch das Thema Energieintensität in der Produktentwicklung berücksichtigt wird. Dies ist ein weiterer Beitrag zur Reduzierung des Energieverbrauchs in einer sehr frühen Phase.

Weitere Reduzierung des Ausschusses

Die bereits 2019 eingeführten Effizienzsteigerungsprogramme in der Fertigung haben wir im vergangenen Geschäftsjahr konsequent weiterentwickelt. 2020 haben wir uns vor allem darauf konzentriert, die Ausschussquoten im Bereich der Holzwerkstoffe weiter zu reduzieren und somit wertvolle Ressourcen zu schonen. Durch Maßnahmen zur Prozessverbesserung im Bereich der



Maschinenbearbeitung sowie durch weitere Mitarbeiterschulungen zum Thema Qualität haben wir wesentliche Fortschritte erzielt. Flankierend haben wir mit zahlreichen Einzelmaßnahmen die Verpackung unserer Produkte optimiert. Diese trägt durch einen verbesserten Schutz unserer Möbel zusätzlich zur Reduzierung des Ausschusses bei.

Soziale Verantwortung – Mobiles Arbeiten

Im Rahmen der Corona-Pandemie haben wir in allen Unternehmensteilen den Einsatz von Mobile Work geprüft und weite Teile der Belegschaft für mobiles Arbeiten befähigt. So haben wir bereits im ersten Lockdown im Frühjahr mehr als 700 Homeoffice-Arbeitsplätze ausgerollt. Im Ergebnis arbeiten in den administrativen Bereichen fast alle Mitarbeiter von zuhause aus. Überall dort, wo es möglich ist, konnten wir so die Anzahl der Kontakte reduzieren und das Infektionsrisiko für SARS-CoV2 im Unternehmen minimieren. Außerdem reduziert das Arbeiten aus dem Homeoffice die CO_2-Emissionen, da beruflich bedingter Pendelverkehr entfällt.





Homeoffice

> 700 Arbeitsplätze geschaffen

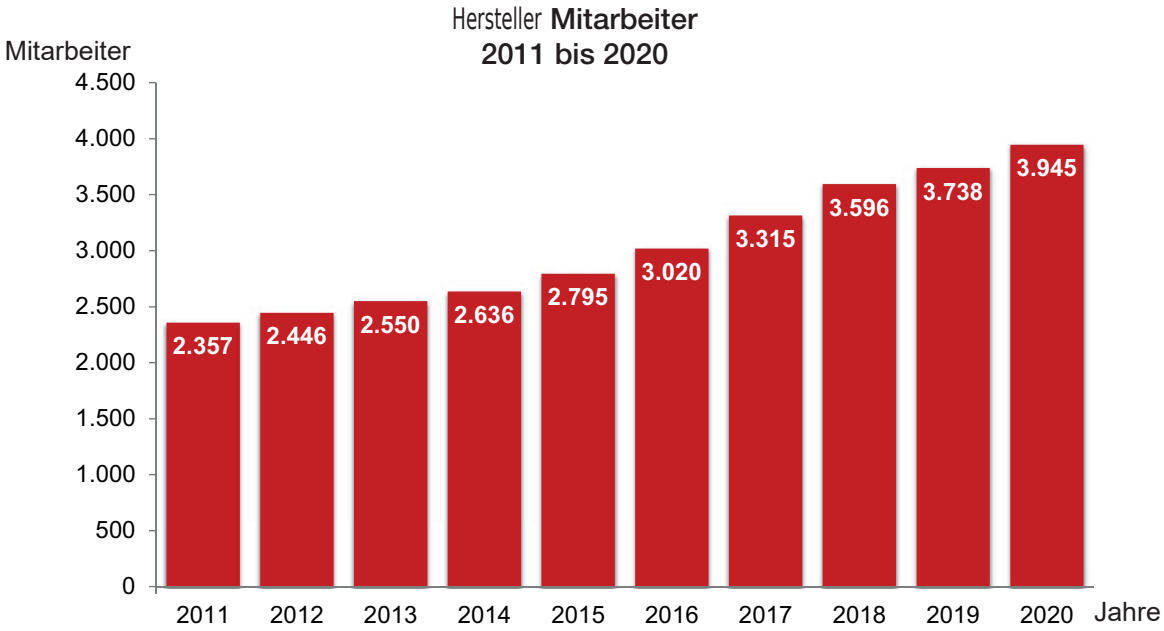
7.
MITARBEITER UND AUSBILDUNG



7. Mitarbeiter und Ausbildung

Unsere Mitarbeiter prägen Hersteller durch ihr Engagement, ihr Wissen und ihr Können. Sie sind maßgeblich für unseren kontinuierlichen Erfolg verantwortlich. Um unsere gemeinsamen strategischen Ziele voranzutreiben, setzen wir seit jeher auf eine leistungsorientierte und motivierende Unternehmenskultur. Dazu schaffen wir ein inspirierendes und förderndes Arbeitsumfeld, in dem der Teamgedanke überwiegt. Die Grundlage dafür ist eine offene und wertschätzende Führungskultur. Um unsere Mitarbeiter zu binden und zu motivieren, fördern wir sie gezielt und unterstützen sie in ihrer persönlichen Entwicklung.

Mit 3.945 Mitarbeitern zum Jahresende 2020 liegt die Zahl der Beschäftigten um 207 Personen über dem Vorjahr. Im Fokus der Neueinstellungen lag der Aufbau der Belegschaft für Werk V im Saarland. Weitere Schwerpunkte waren Neueinstellungen im Fuhrpark und der IT.



Quelle: Hersteller

Um die hohe Zahl der Neueinstellungen auch in Zeiten von Corona realisieren zu können, hat Hersteller zusätzlich zu den klassischen Recruiting-Maßnahmen auch neue digitale Wege genutzt. Während wir zu Beginn des Jahres 2020 – in unmittelbarem Anschluss an die letztjährige Hersteller Bilanzpressekonferenz – noch den „Hersteller Karrieretag“ als physische Inhouse Jobmesse durchführen konnten, mussten im Verlauf des Jahres primär neue digitale Recruiting-Maßnahmen zum Einsatz kommen: Hierzu gehörten vor allem virtuelle Bewerbungsprozesse und Online-Vorstellungsgespräche, die nach wie vor erfolgreich im Einsatz sind.

Zudem haben wir die mediale Unterstützung über Radio-Spots, Job-Videos, Social-Media-Kommunikation aber auch klassische Plakatwerbung deutlich ausgeweitet.



Ausbildung

Die eigene Ausbildung hat bei Hersteller einen hohen Stellenwert. Aktuell erlernen 121 junge Menschen einen von neun kaufmännischen oder technischen Berufen im Unternehmen. In 2020 haben 42 neue Auszubildende und Studierende ihre berufliche Qualifikation bei Hersteller begonnen. Neu hinzugekommen ist die Ausbildung zum / zur Mediengestalter/in.

Zum Ausbildungsportfolio zählen auch drei duale Studiengänge in den Fächern Betriebswirtschaft, Holztechnik oder Wirtschaftsingenieurwesen.

Hersteller Sicherheits- und Hygienemanagement

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber hat Hersteller ein professionelles und präventiv ausgerichtetes Gesundheitsmanagement seit Jahren fest im Unternehmen verankert. 2020 waren die Maßnahmen natürlich maßgeblich durch die Corona-Pandemie geprägt.

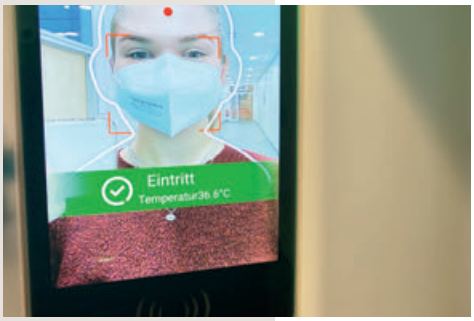
Durch ein umfangreiches und ständig angepasstes Sicherheits- und Hygienekonzept ist es im vergangenen Jahr gelungen, Corona-Infektionen weitestgehend aus dem Unternehmen herauszuhalten. Die Gesundheit der Mitarbeiter hatte und hat in diesem Zusammenhang höchste Priorität. Dafür wurden umfangreiche Investitionen in Schutz- und Aufklärungsmaßnahmen

getätigt, zu denen auch eine professionelle und mit Fachleuten, Gesundheitsbehörden und Medizinern abgestimmte Teststrategie gehört.

Dank der sehr großen Disziplin aller Beteiligten und dem sehr frühen Ergreifen umfangreicher Schutzmaßnahmen konnte Hersteller 2020 ohne Unterbrechungen in beiden Werken durchproduzieren. In der Folge profitierten die Kunden von einer verlässlichen Abwicklungs- und Lieferqualität.

Verschiedene Maßnahmen zum Schutz vor einer Corona-Infektion, die im Rahmen der Hausmesse entwickelt wurden und sich dort im Einsatz bewährt haben, wurden nach der Messe in den Standardbetrieb bei Hersteller übernommen. Damit bieten wir unseren Mitarbeitern noch mehr Sicherheit vor Ort. Zu den erweiterten Maßnahmen zählt die Temperaturmessung. Sie erfolgt täglich für





alle Mitarbeiter vor Zutritt in die Werks- und Verwaltungsgebäude. Zudem füllen alle Mitarbeiter wöchentlich eine sogenannte Corona-Selbstauskunft aus, um das Risiko möglicher Corona-Infektionen weiter deutlich zu reduzieren.

Kehren Mitarbeiter nach einem Urlaub, einer Krankheit oder einem Aufenthalt im Homeoffice zurück ins Unternehmen, sind sie zu einem Corona-Test verpflichtet. Dieser ist bei Hersteller vor Ort möglich. Im Laufe des vergangenen Jahres haben wir dafür drei medizinische Teststationen auf dem Betriebsgelände eingerichtet. Allein in 2020 wurden weit über 10.000 Corona-Tests durchgeführt. Zudem hat Hersteller eine eigene Corona-Hotline eingerichtet, die 7 Tage die Woche, 24 Stunden rund um die Uhr für Fragen, Anmeldungen im Testzentrum und Ähnliches zur Verfügung steht. Des Weiteren haben wir das Angebot an Grippeschutzimpfungen im Unternehmen erneut ausgeweitet.

Eine systematische und kontinuierliche interne Kommunikation sorgt dafür, dass die Corona-Regeln den Mitarbeitern immer wieder erklärt und ins

Bewusstsein gerufen werden. Zu diesen Regeln zählen zum Beispiel das Einhalten von Sicherheitsabständen sowie eine Tragepflicht für FFP2-Masken oder medizinische Masken, wenn sich Mitarbeiter abseits ihres Arbeitsplatzes auf dem Betriebsgelände bewegen. Zudem haben wir alle Arbeitsplätze, Kantinen- und Pausenbereiche, bei denen der Mindestabstand nicht eingehalten werden kann, mit Plexiglaswänden ausgestattet. In Summe haben wir rund 400 m² Plexiglas maßgeschneidert in unserer Lehrwerkstatt konfektioniert. Darüber hinaus wurden von unseren Auszubildenden in der Hersteller Lehrwerkstatt 120 Desinfektionsständer gebaut, die an allen Ein- und Ausgängen positioniert sind.





Desinfektionsständer in Eigenproduktion

120 Stück

Für mehr als 700 Mitarbeiter der Verwaltung haben wir einen Homeoffice-Arbeitsplatz eingerichtet. Besprechungen wurden bereits frühzeitig auf Videokonferenzen umgestellt. Ein eigenes Hersteller Webinarangebot ersetzt stationäre Schulungen.

Engagement

Ende 2020 hat jeder Mitarbeiter neben dem Urlaubs- und Weihnachtsgeld eine Sonderzahlung als Dank für das außergewöhnliche Engagement, die große Disziplin im Umgang mit den Corona-Maßnahmen und -Regeln sowie die hohe Flexibilität im vergangenen Geschäftsjahr erhalten. Die gezahlten Sonderprämien pro Mitarbeiter betrugen 2.500 Euro. Der Aufwand für das Unternehmen belief sich insgesamt auf mehr als 10 Millionen Euro.

8.
AUSBLICK



8. AUSBLICK

Nach dem herausfordernden Corona-Jahr 2020 mit seinem sehr volatilen Geschäftsverlauf zeichnet sich auch Anfang 2021 noch keine grundlegende Verbesserung der Rahmenbedingungen ab. Das kann die Entwicklung in der deutschen Möbelindustrie weiter beeinträchtigen, aber wie bereits im vergangenen Jahr müssen davon nicht alle Segmente gleichermaßen betroffen sein.

Die traditionelle Kölner Möbelmesse IMM Cologne Anfang Januar ist dieses Jahr ausgefallen und damit auch die für die Branche wichtige Küchenmesse Living Kitchen, die im Rahmen der IMM gewöhnlich im Zwei-Jahres-Rhythmus stattfindet. Diese Leitmesse für Küche und Einrichten liefert unserer Branche für den Handel aber auch den Verbraucher sonst wichtige Impulse.

Der Jahresauftakt 2021 ist zum anderen stark durch den aktuellen zweiten Lockdown geprägt. Durch die damit verbundene Schließung des Möbelhandels fällt in der umsatzstärksten Zeit des Jahres der zentrale Absatzkanal weg. Derzeit kann die Branche zwar noch von einem guten Auftragspolster aus dem vergangenen Jahr zehren. Eine weitere Verlängerung des Lockdowns wird jedoch voraussichtlich zu wirtschaftlichen Einbrüchen im stationären Handel führen, die sich nicht in Gänze über Video-Chat-Beratung, Click- & Collect-Modelle, Online-Handel oder eCommerce-Aktivitäten kompensieren lassen. Dennoch bewegen sich unsere Auftragseingänge in den ersten Wochen des Jahres auf einem für die Verhältnisse guten Niveau.

Ein konkreter Ausblick auf die Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten fällt aufgrund der Unwägbarkeiten der Pandemie schwer. Vieles wird vom Zeitpunkt der Wiederöffnung des Möbelhandels in den einzelnen Ländern abhängen. Eine erfolgreiche Impfstrategie als nächster Schritt nach einer sich hoffentlich noch erweiternden Teststrategie wird letztlich der zentrale Schlüssel für eine Normalisierung des Geschäfts sein.

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung in der Branche deutlich beschleunigt und somit auch in der Krise neue Chancen und Wachstumsfelder eröffnet. Hersteller hat gerade im vergangenen Jahr bereits in viele Maßnahmen für die eigene Online-Kommunikation aber auch zur Kommunikationsunterstützung für den Handel investiert. In diesem Zusammenhang haben wir unsere digitale Markenpräsenz deutlich weiterentwickelt; die Marke Hersteller ist nun auf Social-Media-Kanälen aber auch in der Online-Werbung wesentlich präsenter. Mit unserem elements-Angebot unterstützen wir unsere Händler zudem mit einem Komplettangebot aus online-fähigem Produkt und Full-Service-Vermarktungspaket. In diesem Segment sehen wir Entwicklungs- und Wachstumspotenzial.

Darüber hinaus hat das Thema Einrichten und Wohnen für viele Verbraucher in der Corona-Pandemie eine höhere Wertigkeit erhalten. Wir sind zuversichtlich, dass sich dieser Trend fortsetzen wird und sich auch dieses Jahr noch Budgets vom Tourismus auf die Einrichtung verlagern werden. Bei den Kaufentscheidungen spielen Nachhaltigkeit und Qualität eine immer wichtigere Rolle. Mit unseren Qualitätsmöbeln "Made in Germany" sind wir diesbezüglich gut aufgestellt.

Ebenfalls positiv sind die Signale aus dem Wohnungsbau, einem der wichtigsten Indikatoren für die Möbelbranche in Deutschland. Er wird mit einem geschätzten Umsatz von 52,6 Milliarden Euro auch 2021 die wichtigste Bausparte bleiben. Ursächlich dafür sind vor allem der hohe Wohnungsbedarf in den Ballungsräumen, das äußerst niedrige Zinsniveau und der Trend zum Homeoffice, der den Wunsch nach einer eigenen Immobilie forciert. Die Attraktivität von Investitionen im Wohnungsbau bleibt also ungebrochen. Insofern sehen wir positive Impulse für ein stabiles Inlandsgeschäft.

In einem heterogenen und von zahlreichen Unsicherheiten geprägten wirtschaftlichen Umfeld bleibt die Unabhängigkeit von einzelnen Ländern und Märkten für Hersteller von zentraler Bedeutung. Gerade die Entwicklung im vergangenen Jahr hat belegt, dass wir mit unserem breit aufgestellten Exportgeschäft in rund 90 Länder weltweit gute Wachstumspotenziale heben können.

Mit unserem vielseitigen Produktspektrum, das wir gerade in den Themenfeldern Bad und Wohnen noch weiter ausdifferenziert haben, sowie unseren hohen Ansprüchen an Produkt- und Servicequalität sehen wir uns für die individuellen und komplexen Anforderungen unserer Handelspartner und Verbraucher gut aufgestellt.

Mit unseren Investitionen in die neuen Standorte Werk III am Gütersloher Hüttenbrink und Werk V in Saarlouis haben wir die Weichen für weiteres Wachstum gestellt. Mit unserem ganzheitlichen und präventiv ausgerichteten Corona-Management, unseren umfangreichen Schutzmaßnahmen sowie der großen Disziplin und dem umsichtigen Miteinander der Belegschaft fühlen wir uns grundsätzlich für die Herausforderungen im Jahr 2021 gut gewappnet.

Daher sind wir optimistisch, für die vor uns liegenden Aufgaben gut gerüstet zu sein und die positive Entwicklung unseres Unternehmens auch 2021 voranzutreiben. Insofern verfolgen wir weiterhin unsere langfristige Strategie zur Fortsetzung eines organischen Wachstums.



9.
DATEN UND FAKTEN 2020



Daten und Fakten 2020

Umsatz:	1.370 Millionen Euro
Exportquote:	48,1 %
Handelskunden:	in über 90 Ländern weltweit
Mitarbeiter:	3.945
Produktionsstätten:	2 in Verl, Ostwestfalen
Produktionsfläche:	250.000 m², davon:
	110.000 m² in Werk I, Verl-Sürenheide
	140.000 m² in Werk II, Verl-Kaunitz
Produktionszahlen:	783.000 Küchen / Jahr
	7,83 Millionen Schränke / Jahr
	1,73 Millionen Arbeitsplatten / Jahr
	ca. 3.490 Küchen / Tag
	ca. 34.900 Schränke / Tag
Investitionen:	134,0 Millionen Euro
Eigener Fuhrpark:	220 LKW und 860 Auflieger
	389 qualifiziert geschulte Fahrer
Frachtvolumen:	2.890.000 m³ / Jahr
Geschäftsführung:	Dr. Lars Bopf (Vors.)
	Michael Klein
	Frank Kramer

Fotohinweis: Dieser Bericht beinhaltet Fotomaterial von Mitarbeitern, welches vor Februar 2020 und somit vor der Corona-Pandemie entstanden ist.
Das Einhalten von Sicherheitsabständen und das Tragen von Mund-Nasenschutz war zu diesem Zeitpunkt noch nicht erforderlich.

Fotografie:
Michael Adamski, Hersteller , Kai-Uwe Oesterhelweg, Jürgen Rehrmann

Pressekontakt:

Sonja Diermann

Hersteller
Hersteller
Seçkin Sk. No: 2-4A / 58
34406 İstanbul

Fon: + 49 (0) 52 46 | 508 - 0
Mail: info@vistaprofesyonel.com

nobilia®