nobilia®

BILANZ PRESSE BERICHT

Geschäftsjahr 2021

INHALT

		SEITE
	Vorwort	2-5
	Kurzporträt	6-9
1.	Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2021	10-13
2.	Hersteller Umsatzentwicklung 2021	14-21
	Umsatzentwicklung Hersteller gesamt	
	Umsatzentwicklung Hersteller Inland	
	Umsatzentwicklung Hersteller Export	
3.	Entwicklung der Unternehmensgruppe	22-25
4.	Hausmesse und Kollektion 2022	26-35
5.	Produktion und Investitionen	36-39
6.	Nachhaltigkeit	40-47
7.	Mitarbeiter und Ausbildung	48-53
8.	Corona-Management 2021	54-59
9.	Ausblick	60-65
10.	Daten und Fakten 2021	66-68

VORWORT



Sehr geehrte Damen und Herren,

anders als wohl zunächst von vielen Menschen in Deutschland und weiten Teilen der Welt erhofft, war auch das Jahr 2021 stark von der Corona-Pandemie geprägt. Bis in den Mai hinein gab es in Deutschland einen erneuten, umfangreichen Lockdown und auch in vielen unserer Exportmärkte war das tägliche Leben teils massiv eingeschränkt.

Unser Ziel im Jahr 2021 war es, auf der einen Seite die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ihrer Familien zu schützen und auf der anderen Seite unsere Lieferfähigkeit aufrechtzuerhalten. Parallel dazu galt es, das Unternehmen weiterzuentwickeln und die geplanten Inbetriebnahmen von zwei neuen Werken sowie den Bau unserer Autobahnbrücke über die A2 zu realisieren. All dies hat zu vielfältigen Herausforderungen in allen Bereichen des Unternehmens geführt.

Zum Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ihrer Angehörigen vor einer Corona-Infektion haben wir von Anfang an vorausschauend gehandelt und ein umfassendes Corona-Schutzprogramm entwickelt, welches immer wieder der aktuellen Pandemiesituation angepasst wurde. So haben wir als eines der ersten Unternehmen die regelmäßige Anwendung von Corona-Schnelltests eingeführt und betreiben seit Juni ein eigenes Impfzentrum für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Familien. Darüber hinaus haben wir innerhalb kürzester Zeit noch einmal die Homeoffice-Möglichkeiten ausgeweitet. Durch diese umfassenden Maßnahmen und die große Unterstützung der gesamten Belegschaft bei der Umsetzung und Einhaltung des Corona-Schutzprogramms konnten wir das Virus weitestgehend aus dem Unternehmen heraushalten.

Parallel dazu haben wir auch bestehende Maßnahmen weiterentwickelt und neue Lösungen erarbeitet, um die Lieferfähigkeit von Hersteller auch im Jahr 2021 weiterhin sicherzustellen: So haben wir zum Beispiel die Sicherheitsbestände noch einmal deutlich erhöht und zusätzliche Auflieger gemietet, um Versorgungsengpässe durch gestörte Lieferketten und Rohstoffmangel zu vermeiden. Zudem hat unsere Hersteller Mannschaft mit hohem persönlichen Einsatz – unter anderem mit Zusatzarbeit an vielen Samstagen – und herausragender Flexibilität dazu beigetragen, dass die Lieferzeiten für unsere Kunden nicht zu lang wurden.

Besondere Meilensteine des Jahres 2021 waren die Inbetriebnahmen unserer beiden neuen Werke Am Hüttenbrink in Gütersloh und in Saarlouis. Ein historisches Ereignis für Hersteller war vor allem die Eröffnung des neuen Produktionswerkes in Saarlouis am 19. Mai 2021. Inhaber Werner persönlich drückte den offiziellen Startknopf für die Fertigung. Die Produktion

im neuen Werk V im Saarland ist erfolgreich angelaufen und die tägliche Ausbringungsmenge wurde bereits hochgefahren.

Weiter vorangetrieben haben wir 2021 auch den Bau und die Industrialisierung unseres neuen Werkes III Am Hüttenbrink in Gütersloh. Durch den Bau der Autobahnbrücke über die A2 haben wir den neuen Standort optimal mit unserem Werk I in Verl-Sürenheide verbunden.

Trotz der Corona-Pandemie konnten wir auch in diesem Jahr wieder unsere Hausmesse durchführen. Wir haben uns besonders gefreut, etwa 8.000 Kunden persönlich bei uns in Verl begrüßen zu können. Zum Schutz unserer Besucher sowie unserer Beschäftigten haben wir höchstmögliche Sicherheitsvorkehrungen getroffen. So konnte eine gelungene Hausmesse garantiert werden, bei dem auch der so wichtige persönliche Austausch mit unseren Partnern aus dem In- und Ausland zumindest in eingeschränktem Maße möglich war. Wir sind dankbar, dass unsere Kunden und Partner das diesjährige Hausmessekonzept – aber auch gerade unsere vorgestellten Produkte und Planungsideen – positiv beurteilt haben.

In der Pandemie hat sich noch einmal deutlich gezeigt, wie sehr sich unsere fast 4.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dem Unternehmen verbunden fühlen. Durch das hohe Engagement jedes Einzelnen konnte sich Hersteller auch in dieser außergewöhnlichen Zeit insgesamt positiv weiterentwickeln und trotz der zum Teil langen Geschäftsschließungen unserer Kunden und Partner erneut ein Umsatzwachstum erzielen.

Im Laufe des letzten Jahres war in allen Unternehmensbereichen immer wieder viel Flexibilität und Kreativität erforderlich. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich dabei engagiert eingebracht, die Entscheidungen überzeugt mitgetragen und damit die Grundlage für weiteres Wachstum gelegt. Daher gilt all ihnen ein besonderer Dank für ihren Einsatz im erneut anspruchsvollen Jahr 2021.

Auch wenn wir uns zum Zeitpunkt der Berichtserstellung immer noch in der Pandemie befinden, blicken wir grundsätzlich optimistisch nach vorn. Wir haben uns gut auf die kommenden Aufgaben vorbereitet und die Weichen für eine weiterhin positive Unternehmensentwicklung gestellt – im Sinne unserer Gesellschafter, unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie im Sinne unserer Geschäftspartner.

Ihr



Dr. Lars M. Bopf

Verl, 18. Februar 2022

KURZPORTRÄT





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 mehr als 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. Seit 2021 ist ein zusätzliches Werk im saarländischen Saarlouis in Betrieb. Zudem wurde ein Produktionswerk in Gütersloh in Betrieb genommen, welches bestimmte Komponenten für die Standorte in Verl-Sürenheide und Verl-Kaunitz zuliefert. Alle Standorte gemeinsam erreichen ein Produktionsvolumen von täglich rund 3.800 Küchen.



Neues Werk in Saarlouis

100.000 m² Produktionsfläche

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







Die Hersteller Küchensysteme verbinden moderne Designsprache mit hervorragender Qualität und Funktionalität. Die umfassende Kollektion wird jährlich durch trendstarke Neuheiten und innovative Produkte ergänzt. Auf dieser Basis sind passgenaue Lösungen für jeden Anspruch und jeden Geschmack möglich. Durch eigene, teils patentierte Produktentwicklungen und exklusive Partnerschaften sichert Hersteller sich vielfach Alleinstellungsmerkmale bei Möbeln und Zubehör. Im Rahmen der Komplettvermarktung erhalten Kunden die Küchen inklusive Elektrogeräten und Zubehör aus einer Hand. Darüber hinaus profitieren sie von vielen weiteren Serviceleistungen wie Verkaufsunterstützung und Schulungen. Das begeistert unsere Kunden weltweit.

Hersteller richtet längst nicht mehr nur Küchen ein, sondern bietet ein Einrichtungsportfolio für das gesamte Zuhause. Neben einem kontinuierlich wachsenden, eigenständigen Badsegment bietet es intelligente und attraktive Lösungen für den Wohnbereich, den Hauswirtschaftsraum, den Garderobenbereich und mehr. Das Schnelllieferprogramm „Hersteller elements“ rundet das Angebot ab.







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.

1.
GESAMTMARKT MÖBEL UND KÜCHEN 2021



1. GESAMTMARKT MÖBEL UND KÜCHEN 2021

Die deutsche Möbelindustrie hat 2021 erneut einen volatilen Geschäftsverlauf erlebt. Ursächlich dafür war wie schon im Vorjahr die Corona-Pandemie. Mit einem Lockdown im Inland von Mitte Dezember 2020 bis in den Mai 2021 gestaltete sich der Jahresstart schwierig. Die Schließung der Möbelhäuser in der umsatzstärksten Zeit des Jahres verschlechterte die Auftragslage zum Teil deutlich. Nach Lockerungen in wichtigen Auslandsmärkten wie beispielsweise in Österreich zog das Geschäft ab April wieder an. Mit dem Ende des Lockdowns in Deutschland entwickelte sich auch hier die Nachfrage wieder positiv.

In der Corona-Krise hat das eigene Zuhause für viele Verbraucher eine hohe Relevanz erlangt. Dementsprechend investierten sie in das Wohnen und Einrichten, allerdings erreichten die Ausgaben nicht das hohe Niveau nach dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020.

Mit dem Anziehen der Konjunktur wurde die Branche mit einem weiteren Problem konfrontiert: Es gab Lieferengpässe bei einer Vielzahl wichtiger Vorprodukte. Die daraus resultierende Materialknappheit hat sich im Laufe des Jahres immer weiter verschärft.

Die amtliche Statistik weist für die ersten elf Monate 2021 einen Gesamt-Branchenumsatz Möbel von rund 16,2 Milliarden Euro aus. Damit erreichte die Branche ein solides Wachstum von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Laut dem Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM) ist das Wachstum primär vom Auslandsgeschäft (+ 5,4 Prozent) getragen. Das Inlandsgeschäft trug hingegen nur mit einem Wert von 0,5 Prozent zum Branchenwachstum bei. Für das Gesamtjahr 2021 rechnet der VDM mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau in Höhe von etwa 17,2 Milliarden Euro.

Gesamtmarkt Möbel

+ 2,1 Prozent Umsatz

Die Küchenmöbelindustrie hat sich besser entwickelt als die Möbelbranche in Gänze.

Im Inland konnte die Küchenmöbelindustrie im ersten Halbjahr 2021 zunächst ein Wachstum von 7,6 Prozent verzeichnen. Dies schwächte sich jedoch im Laufe des Jahres deutlich ab. Seit August 2021 zeigten die monatlichen Vergleiche ein Minus gegenüber den Vorjahresmonaten von 0,6 Prozent bis zu 9,1 Prozent. Per November 2021 verringerte sich das Inlandsergebnis insoweit kumuliert auf plus 2,9 Prozent. Wachstumstreiber war auch hier das Auslandsgeschäft. Es konnte bis einschließlich November einen kräftigen Anstieg in Höhe von 18,6 Prozent verbuchen. Damit stieg die Exportquote der Branche ebenfalls deutlich auf etwa 43,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 40,3 Prozent. Die Küchenmöbelindustrie schloss per November 2021 vorläufig mit einem kumulierten Umsatzzuwachs von 9,2 Prozent ab.

2.
Hersteller UMSATZ-ENTWICKLUNG 2021

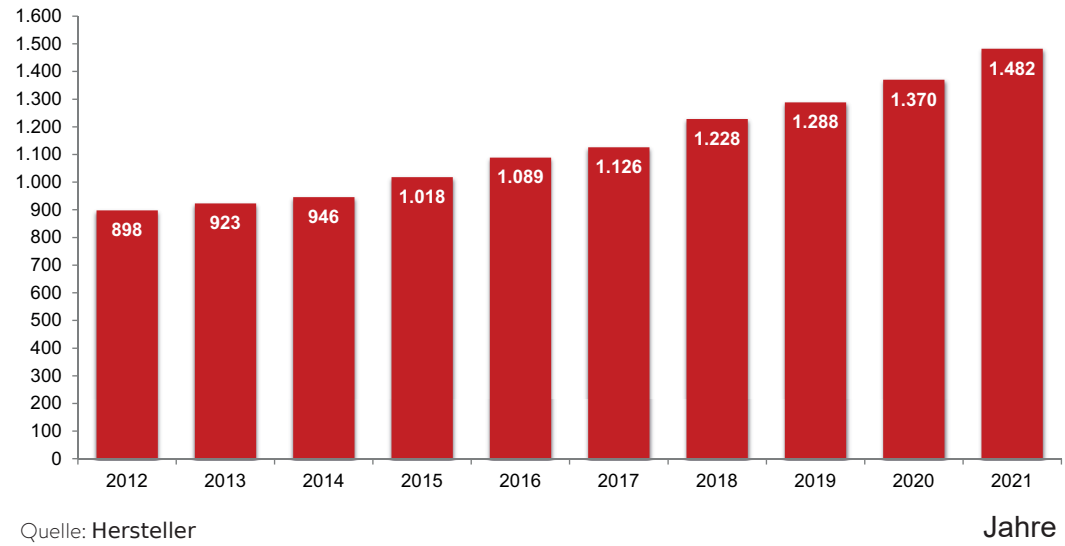


2. Hersteller UMSATZENTWICKLUNG 2021

2.1 Umsatzentwicklung Hersteller gesamt

Auch im Jahr 2021 ist es Hersteller gelungen, trotz der schwierigen Rahmenbedingungen in der weiterhin bestehenden Corona-Pandemie, den kontinuierlichen Wachstumskurs auf hohem Niveau fortzusetzen. Mit einem Plus von 112 Millionen Euro hat Hersteller 2021 – in absoluten Zahlen gemessen – das größte Umsatzwachstum der Unternehmenshistorie erzielt. Der Gesamtumsatz stieg auf 1,482 Milliarden Euro. Dieser Wert entspricht einem Wachstum von 8,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresumsatz von 1,370 Milliarden Euro.

Umsatzentwicklung Hersteller (Mio. €)
2012 bis 2021



Quelle: Hersteller

Parallel zum Umsatzwachstum stieg auch das Produktionsvolumen von Hersteller. Mit etwa 830.000 produzierten Küchenkommissionen im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein neuer Spitzenwert erzielt.

Das Umsatzplus resultierte vor allem aus dem Geschäft mit Holzteilen, welches sich erneut als Wachstumstreiber erwies. Mit 8,3 Millionen produzierten Schränken wurden rund 500.000 Holzteile mehr als im Vorjahr gefertigt. Auch der Absatz von Elektrogeräten entwickelte sich positiv und stieg moderat um 2,8 Prozent.
In der Gesamtbetrachtung über alle Werke wurden je Arbeitstag etwa 3.800 Kommissionen produziert.



Gesamtumsatz Hersteller

1,482 Mrd. Euro

Küchenkommissionen

830.000

Wachstum Hersteller

+ 8,2 Prozent

2.2 Umsatzentwicklung Hersteller Inland

Mit einem Inlandsumsatz von 695,5 Millionen Euro hat Hersteller das Jahr 2021 leicht unterhalb des Vorjahresniveaus abgeschlossen. Im Jahr 2020 lag der Inlandsumsatz mit 710,9 Millionen Euro um 2,2 Prozent über dem Wert des Jahres 2021.

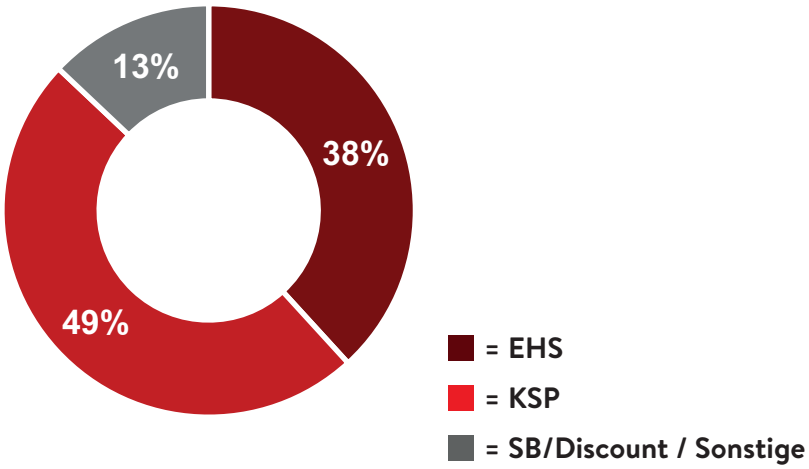
Neben den Küchenstudios und -spezialisten ist Hersteller auch in der sogenannten Großfläche des Möbelhandels stark vertreten. Der Verkauf in diesem Kanal war durch die langen Lockdown-Maßnahmen in Deutschland besonders deutlich beeinträchtigt. Insofern konnte der Inlandsumsatz phasenweise nicht in allen Kanälen gleichermaßen vorangetrieben werden.

Die Umsatzverteilung nach Vertriebswegen zeigt daher auch eine Verlagerung in den Vertriebskanal der Küchenspezialisten (KSP), in dem Hersteller 2021 erneut stark gewachsen ist. Über diesen Vertriebskanal realisiert Hersteller nunmehr knapp 50 Prozent des Inlandsumsatzes.

38 Prozent der Inlandsumsätze von Hersteller entfallen auf den Kanal der Einrichtungshäuser (EHS). Die verbleibenden 13 Prozent verteilen sich weiterhin auf den Vertriebskanal SB/Discount und auf die sonstigen Vertriebswege. Zu den sonstigen Vertriebswegen zählen das Objektgeschäft, Umsätze bei Elektro- oder Badspezialisten und Online-Vermarktungsformen.



Hersteller Inlandsumsatz 2021 nach Vertriebswegen



Quelle: Hersteller

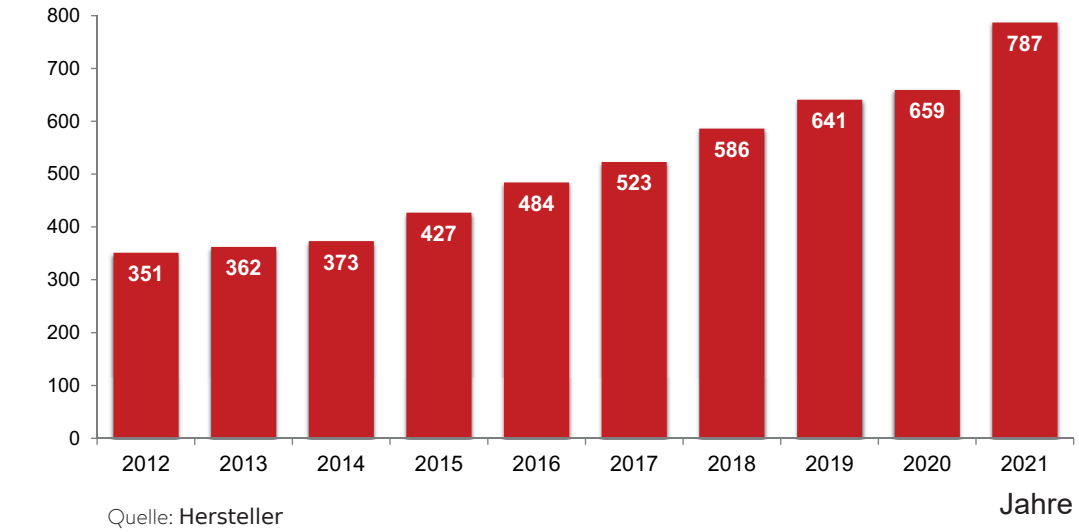
Inlandsumsatz Hersteller

695,5 Mio. Euro

2.3 Umsatzentwicklung Hersteller Export

Im Geschäftsjahr 2021 waren die Exportmärkte erneut ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Hersteller. Der Exportumsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 127,7 Millionen Euro auf 786,6 Millionen Euro und übertraf erstmalig die Inlandsumsätze des Unternehmens. Dies entspricht einem Umsatzwachstum von 19,4 Prozent. In der Folge stieg die Exportquote auf einen Wert von 53,1 Prozent (Vorjahr 48,1 Prozent) und liegt damit deutlich über dem Branchenschnitt (43,8 Prozent).

Umsatzentwicklung Hersteller im Export (Mio. €)
2012 bis 2021



Quelle: Hersteller

Exportumsatz Hersteller

786,6 Mio. Euro

Umsatzwachstum

+ 19,4 Prozent

Die Umsatzverteilung nach Ländern zeigt dabei ein stabiles und unverändertes Bild mit Schwerpunkt in den europäischen Nachbarländern. Das Frankreichgeschäft dominiert auf einem hohen Niveau, gefolgt von Belgien, Österreich und den Niederlanden. Der chinesische Markt belegt erneut Platz 5 unter den wichtigsten Exportmärkten von Hersteller.



3.
ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMENS-GRUPPE


A
S
M
A
Q
V

3. ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMENSGRUPPE

Das Kerngeschäft von Hersteller besteht in der Entwicklung und Produktion von Küchen sowie dem weltweiten Vertrieb 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 außerdem als Franchise-Organisation aktiv. Weiterhin hält Hersteller eine Minderheitsbeteiligung an der belgischen Handelskette MENATAM SA, deren Studios unter dem Namen èggo vertreten sind. Das èggo-Konzept ist mittlerweile auch in Afrika und im Mittleren Osten aktiv. Seit 2021 besteht zudem eine Minderheitsbeteiligung an der französischen Aviva-Gruppe, die überwiegend in Frankreich tätig ist.

Hersteller ist Mehrheitsgesellschafter der französischen Franchise-Organisation FBD, die mit 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 weiter erfolgreich voran.

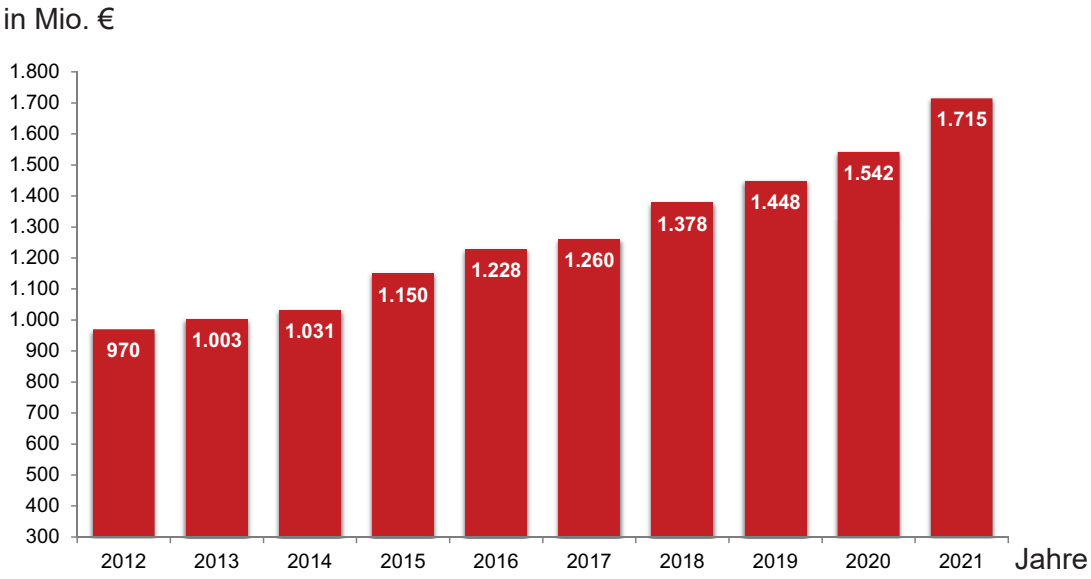
Gruppenumsatz Hersteller

1,715 Mrd. Euro

Umsatzsteigerung

+ 11,2 Prozent

Umsatzerlöse Hersteller Gruppe (Mio. €)
2012 bis 2021



Quelle: Hersteller

Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Umsatz der Unternehmensgruppe Hersteller nominal um 11,2 Prozent auf 1,715 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Zunahme von 173 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,542 Milliarden Euro. Für die Ermittlung des Gruppenumsatzes wurden die Innenumsätze eliminiert (konsolidiert) und die Beteiligungsverhältnisse berücksichtigt (quotisiert). Bei den Franchise-Organisationen sind nur die Franchisegebühren und nicht deren Verkaufserlöse in die Ermittlung eingeflossen.

4.
HAUSMESSE UND KOLLEKTION 2022





Hersteller Hausmesse

Das jährliche Hersteller Highlight konnte auch im zweiten Corona-Jahr unter strengen Sicherheits- und Hygieneauflagen durchgeführt werden. Rund 8.000 Besucher konnten sich in der 5.000 m² großen Ausstellung von den Neuerungen, Innovationen und exklusiven Lösungen der neuen Kollektion 2022 überzeugen.

4. HAUSMESSE UND KOLLEKTION 2022

Unter dem Motto „Our Passion - Your Solution“ bot die Hausmesse im Jahr 2021 vielfältige, innovative und lösungsorientierte Planungen und Produkte. Darüber hinaus hat sich Hersteller mit kreativen Services und zielgerichteter Vermarktungsunterstützung auch in herausfordernden Zeiten als verlässlicher Partner für den Handel positioniert. Die rund 5.000 m² große Ausstellung begeisterte mit 111 raumübergreifenden Planungen für die Bereiche Küche, Bad und Wohnen.

Die Hausmesse fand vom 18. bis 26. September 2021 im unternehmenseigenen Messezentrum in Verl-Sürenheide statt. Ein umfassendes Corona-Hygienekonzept, eine konsequente Teststrategie und ein systematisches, digitales Besuchermanagement sorgten für die Sicherheit der Gäste und Mitarbeiter sowie für eine strikte Trennung zwischen Messebetrieb und Unternehmensgeschehen. Auch die Ein- und Ausgangssituation sowie die Wegeführung in der Messe wurden wegen der Pandemie unter völlig neuen Gesichtspunkten geplant.







Hygienekonzept

23.000 Masken

Das Messeerlebnis begann mit einer großzügig konzipierten Neuheitenpräsentation des Küchensortiments. Der Bereich Küche bildete den Schwerpunkt innerhalb der Gesamtpräsentation. Das Ausstellungsspektrum reichte hier von umfangreichen Inszenierungen des Neuheitenprogramms über kompakte und alltagstaugliche Planungen für den urbanen Raum bis zu einer geräumigen Event- und Funktionsküche sowie einem eigenständigen Landhausbereich.

OUR PASSION YOUR SOLUTION

nobilia MAKES YOU FEEL AT HOME

Die Küchenpräsentation mündete in einem komplett vernetzten, smarten Zuhause. Auf 175 m² Wohnfläche konnten die Besucher die Vorzüge eines smarten Hersteller Apartments erleben, das mit der Smart Home Technologie von Hersteller Kooperationspartner Samsung ausgestattet war. Diverse Alltagsszenarien und praktische Anwendungsbeispiele wurden auf dieser Aktivfläche fortschrittlich und innovativ präsentiert.



Ausstellungsfläche

rund 5.000 m²
insgesamt 111 Planungen









Erstmalig stellte Hersteller sein Living-Sortiment auf einer eigenen Präsentationsfläche vor und erschloss dadurch den Produktbereich Wohnen mit einem selbstbewussten, von der Küche losgelösten Ansatz. Neben klassischen Wohn- und Esszimmerplanungen wurden auch Garderobenlösungen und Ankleidezimmer vorgestellt, die mit dem innovativen Hersteller Gleittürensystem passgenau gestaltet werden können. In diesem Bereich wurden auch praktische Homeoffice-Lösungen vorgedacht.

Mit umfangreichen Bad-Planungen überzeugte Hersteller mit einer besonderen Vielfalt von Ausstattungsvarianten. Vom exklusiven, modernen Wellness-Bad über das großzügig geplante Familienbad im Landhaus-Look bis zum optimal ausgestatteten, kompakten Bad oder Gäste-WC, in dem der vorhandene Raum intelligent genutzt wird, lässt sich für jeden Anspruch und für jede Gegebenheit eine individuelle, trendige Lösung realisieren.



Der Abschluss des Messeerlebnisses führte den Besucher dann noch einmal in die Produktwelt Küche. Auf der Themenfläche „Cottage“ präsentierte das Landhaussegment von Hersteller seine detailverliebte Vielfalt und spannende Neuheiten.

Auch nach der Hausmesse dient die Ausstellung weiterhin als Hersteller Showroom und ist innerhalb der aktuell gültigen Corona-Regeln für Handelspartner und Konsumenten zugänglich. Parallel zur physischen Ausstellung bietet Hersteller mit einem virtuellen Rundgang auch einen digitalen Messe- und Ausstellungsbesuch. Zahlreiche Videos unterstützen das digitale Produkterlebnis für Handelspartner und Konsumenten.



Our passion. Your solution.

Mit der Kollektion 2022 setzt Hersteller besonders auf innovative Produkte, exklusive Neuheiten und übergreifende Raumlösungen. Mehr denn je ist das Zuhause unser zentraler Lebensmittelpunkt geworden. Dabei hat vor allem die Bedeutung der Küche in ihrer Rolle als soziales und kommunikatives Zentrum hinzugewonnen. Dem Bedürfnis der Kunden nach einem stärkeren Wohn- und Wohlfühlcharakter folgend, legt Hersteller für 2022 einen besonderen Fokus auf eine naturbelassene Haptik und Anmutung der Dekore. Darüber hinaus präsentiert Hersteller intelligente und innovative Stauraumlösungen, smarte Features und denkt den Hauswirtschaftraum als Bestandteil moderner Planungen neu.

Im Rahmen der Weiterentwicklung unseres durchgängigen Rasters geht Hersteller mit der Einführung einer weiteren Wand- und Hochschrankhöhe den nächsten logischen Schritt. Der neue Wandschrank ist 792 mm hoch und bildet somit das symmetrische Pendant zur XL-Höhe im Unterschrankbereich. Passende Hoch- und Aufsatzschrankhöhen komplettieren die neue Linienführung.

Fronten und Farben

Sieben neue Fronten sorgen für ein warmes und zeitgemäßes Wohngefühl. Das neue Vulkangrau erweitert bei Laser das bisher bestehende Spektrum der dunklen Grautöne um eine harmonisch-warme Farbgebung. Die Nachfrage von Beton im Interieur-Bereich ist weiterhin ungebrochen. Mit Riva in der neuen, weichen Beton Sand Nachbildung sind nun fünf unterschiedliche Beton-Nuancen lieferbar.

Das erfolgreiche ultramatte Lacklaminat-Programm Easytouch mit praktischer Antifingerprint-Eigenschaft zeigt sich um die Farben Mineralgrün und Fjordblau erweitert. Mineralgrün begeistert durch eine dezente, gut kombinierbare Farbigkeit. Fjordblau überzeugt durch eine reduzierte, klare Natürlichkeit.

Mit einer bemerkenswert authentischen und naturbelassenen Optik und Haptik besticht die neue Lacklaminatfront Natura in Eiche Montreal Nachbildung. Darüber hinaus ist die Front mit der praktischen Antifingerprint-Eigenschaft ausgestattet und bietet somit eine optimale Kombination aus Design und Gebrauchstauglichkeit.

Die moderne und beliebte Rahmenfront Nordic wird um den zeitlosen Farbton Schiefergrau erweitert. Zudem erhält Nordic ein vollständiges Landhausumfeld aus Kranzleisten und Pilastern sowie eine neue moderne Sprossentür mit horizontaler Teilung.

Artis, das Programm-Highlight aus der letzten Kollektion, ist nun auch in alpinweißer Mattglasoptik lieferbar. Es besticht durch ein Zusammenspiel aus matter Oberfläche und dreidimensionaler Kantentechnik. Artis-Fronten erhalten so einen exklusiven und einzigartigen Look.







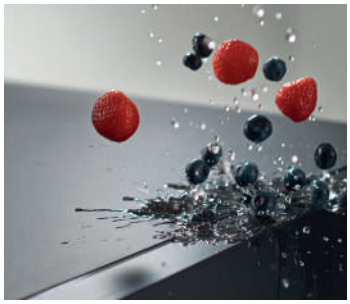


Attraktives Umfeld

Im Bereich der Arbeitsplatten punktet die neue Hersteller Kollektion ebenfalls durch zeitgemäße Natürlichkeit und spannende Innovationen. Drei neue Dekore bereichern die bestehende Vielfalt. Das neu hinzugekommene Segment der Quarzstein-Arbeitsplatten wird ebenfalls um zwei Dekorneuheiten ausgebaut.

Innovativ und ausgezeichnet

Neu im Sortiment ist Xtra Ceramic, eine Keramik-Arbeitsplatte mit einem innovativen und patentierten Materialaufbau. Diese Eigenentwicklung von Hersteller überzeugt durch ihre natürliche Optik und ihre besondere Gebrauchstauglichkeit. Die Arbeitsplatten- und Nischenstärke von 16 mm entsteht durch das Aufbringen einer echten Keramikplatte auf einer Trägerplatte aus recyceltem Altglas. Dadurch erreicht Xtra Ceramic ein vergleichsweise niedriges und somit montagefreundliches Gewicht. Platten und Nischen sind zusätzlich mit einer stoßunempfindlichen Designkante versehen.







Xtra Ceramic zeichnet sich durch eine hochwertige Optik aus, ist auch ohne Imprägnierung wasserfest und hat eine nicht poröse, pflegefreundliche und hygienische Oberfläche. Dank ihrer besonderen Ästhetik und angenehmen Haptik ist sie für Küche und Bad gleichermaßen perfekt geeignet. Analog zur Xtra-Arbeitsplatte ist auch bei Xtra Ceramic ein flächenbündiger Einbau von Kochfeldern und Einbauspülen möglich. Erhältlich ist Xtra Ceramic in fünf unterschiedlichen Dekoren.

Ganz aktuell zum Jahresstart wurde die Xtra Ceramic-Arbeitsplatte mit dem begehrten ICONIC AWARD 2022 in der Kategorie INNOVATIVE INTERIOR ausgezeichnet. Mit diesem Award werden die besten Neuheiten aus der Ausstattungsbranche und dem Interior Design geehrt. Er wird vom international anerkannten Rat für Formgebung ausgelobt und gilt als Trendbarometer der Einrichtungsbranche. Für die 2018 gelaunchte Xtra-Arbeitsplatte ist Hersteller ebenfalls mit einem ICONIC AWARD ausgezeichnet worden.

Neu und exklusiv

Im Zubehörbereich hat sich Hersteller durch exklusive Vertriebspartnerschaften eine Alleinstellung bei weiteren Produkten gesichert. So ist das neue, modulare Relingsystem Sign Emotion exklusiv bei Hersteller erhältlich. Es lässt sich in Küche, Bad und Wohnen einsetzen. Die verschiedenen Breiten und Höhen der Regale sowie das umfangreiche Zubehör machen Sign Emotion zu einem flexiblen Allrounder, der Stauraum und Design nahtlos miteinander verbindet. Das System ist in Schwarz oder Edelstahloptik lieferbar.





Die Weltneuheit GROHE Blue Red in one wurde erstmalig und exklusiv auf der Hersteller Hausmesse präsentiert. Das innovative Wassersystem kann fünf Wasservarianten liefern. Als einziger Küchenhersteller hat Hersteller schon vor dem offiziellen Verkaufsstart im April 2022 eine limitierte Anzahl zum Vorabvertrieb erhalten.







In Kooperation mit der erfolgreichen Food-Bloggerin Sally bietet Hersteller zudem exklusiv einen ausgewählten Bosch-Backofen an. Dank Home Connect Funktion ist er mit der Sallys Welt-App vernetzbar. So lassen sich unkompliziert über 1.500 Back- und Kochrezept an den Backofen senden, der dann die richtigen Temperatur- und Heizeinstellungen übernimmt.

Bad und Wohnen

Das Typenspektrum für die Segmente Bad und Wohnen zeigt sich um neue Schranktiefen, zusätzliche Midi-Schranktypen und Regallösungen bereichert. Im Bad erweitern neue Armaturen und Waschtische sowie praktische Aufbewahrungslösungen und Spiegel das Zubehörangebot.

Im Bereich Wohnen setzen ein neuer Sockelfuß und ein hochwertiger Ledergriff neue Designakzente in der Planung. Als Ergänzung zu frei geplanten Wohnkonzepten begeistert das eigenständige Sideboard-Programm Solo. Das attraktive Programm beinhaltet vorkonfigurierte Sideboard-Lösungen, die ganz einfach ohne großen Planungsaufwand im Handel verkauft werden können.







nobilia elements

Erneut präsentierte sich das elements-Konzept mit einem eigenen Stand auf der Hersteller Hausmesse. Auf circa 70 m² Fläche wurden neben Küchen- auch Bad- und Wohnplanungen gezeigt, die das simple Baukastensystem und die modulare Erweiterbarkeit des Konzepts sehr greifbar veranschaulichten.

Mit dem elements-Konzept bietet Hersteller dem Handel Möglichkeiten, neue, individuelle Vermarktungswege zu gehen. 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, schnell verfügbaren Ware grenzt sich Hersteller elements somit qualitativ ab. Die Lieferung zum Endkunden und die Montage erfolgen wie üblich durch den Handel. Die Hersteller elements Handelspartner profitieren dabei von verschiedenen Services im Logistikbereich.

Darüber hinaus stärkt Hersteller elements den Handel mit gezielter Verkaufsunterstützung. Zu den vielfältigen Angeboten zählen digitale Lösungen, vom kostenlosen Online-Konfigurator bis zur Integration in die händler-eigene Shop-Lösung. Hinzu kommen Planungsbroschüren und umfangreiches Bildmaterial für Werbezwecke.







Schnell-Lieferkonzept in 24 h

70 m² Küche-, Bad- und Wohnplanungen

5.
PRODUKTION UND INVESTITIONEN





Ein großer Tag für Hersteller

Nur zwei Jahre nach dem ersten Spatenstich war es am 19. Mai 2021 so weit: Inhaber Werner gab persönlich mit seiner Tochter Marion den Startschuss für die Produktion in Saarlouis. Die Inbetriebnahme des neuen Werkes V ist ein wichtiger Meilenstein für Hersteller.

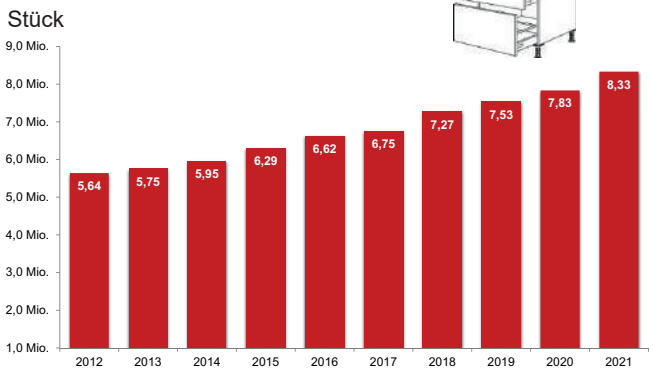
5. Produktion und Investitionen

Mit einem Mengenzuwachs von rund 500.000 Schränken hat Hersteller das Produktionsvolumen im Jahr 2021 deutlich erhöht. Gemeinsam haben unsere Werke mit etwa 830.000 Küchenkommissionen, 8,3 Millionen Schränken und 1,75 Millionen Arbeitsplatten neue Spitzenwerte realisiert.
Die Produktionsleistung stieg auf etwa 38.000 Holzteile pro Arbeitstag. Damit werden mehr als 3.800 Küchenkommissionen jeden Tag produziert und ausgeliefert.

Produktionsmengen 2012 bis 2021

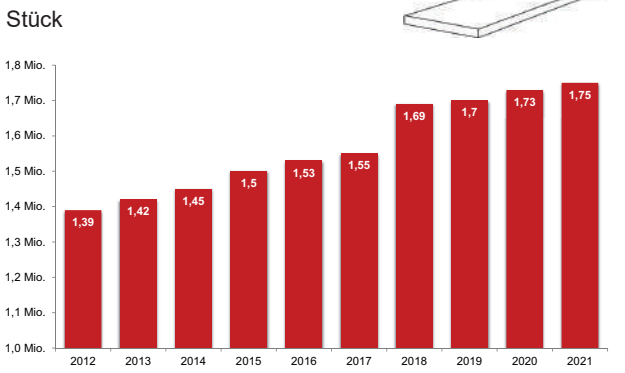
Produktionsmenge Schränke





Produktionsmenge Arbeitsplatten





Quelle: Hersteller

Küchen täglich

3.800

Die Investitionen beliefen sich 2021 auf rund 107 Millionen Euro. Im Fokus standen vor allem weitere Investitionen in die Werke. Neben dem neuen Werk III Am Hüttenbrink in Gütersloh bildete das neue Werk V in Saarlouis (Saarland) einen Schwerpunkt der Investitionen. Nachdem es im Mai 2021 erfolgreich ans Netz gegangen ist, konnten wir die Produktionsleistung in den darauffolgenden Monaten kontinuierlich ausbauen. Zum Jahresende wurden in Saarlouis rund 300 Küchen pro Tag produziert. Somit leistete das neue Werk bereits einen guten Beitrag zur Entlastung der Verler Bestandswerke. Hier standen im vergangenen Jahr im Wesentlichen Ersatz- und Erneuerungsinvestitionen auf der Agenda.

Ein weiterer Investitionsschwerpunkt war der Bau einer Autobahnbrücke über die A2, die unsere Werke in Verl-Sürenheide und Am Hüttenbrink in Gütersloh miteinander verbindet. Sie optimiert den Werkspendelverkehr und entlastet gleichzeitig die öffentlichen Straßen. Ende 2021 war das Bauprojekt nahezu abgeschlossen, in Kürze ist die Brücke dann befahrbar. Sie hat eine Spannweite von 51,5 Metern. Die zweispurige Fahrbahn ist mit 7,5 Metern so breit, dass sich zwei Lkw begegnen können. Dementsprechend ist auch die Nutzlast für einen zweispurigen Begegnungsverkehr von Lkws mit bis zu 40 Tonnen Gewicht ausgelegt.

Weitere Investitionen flossen in den Fuhrpark. Hier wurden neue Zugmaschinen und neue Sattelauflieger angeschafft. Zudem haben wir den Fuhrpark um einen Giga-Liner ergänzt. Ende 2021 umfasst der Hersteller eigene Fuhrpark insgesamt 227 Zugmaschinen und 900 Auflieger.





Auflieger
900

Zugmaschinen
227

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.

Dabei wollen wir unsere Produktleistung und Qualität systematisch mit der Verantwortung für Umwelt und Soziales in Einklang bringen. Unsere Ziele und unser Vorgehen zur Zielerreichung haben wir in einem umfassenden Nachhaltigkeitskonzept festgehalten. Dieses fokussiert vier Kernbereiche, die das Thema Nachhaltigkeit bei Hersteller ganzheitlich abbilden: Technik, Lieferkette, Produkt und Soziales. In diesen vier Feldern arbeiten wir kontinuierlich an Verbesserungen und messen unsere Fortschritte. Ein Nachhaltigkeitsgremium mit Experten aus dem Unternehmen treibt das Thema gemeinsam voran.





Carbon Footprint / CO2-Fußabdruck

Ein zentrales Messinstrument unseres Nachhaltigkeitsansatzes in den Bereichen Technik, Lieferkette und Produkt ist die Kennzahl der CO2-Emmissionen (Carbon Footprint oder CO2-Fußabdruck). Unser Ziel ist es, sowohl die direkt und indirekt von uns erzeugten Emissionen als auch die Emissionen entlang der Wertschöpfungs- und Lieferkette zu reduzieren. Im ersten Schritt konzentrieren wir uns auf die direkt und indirekt von Hersteller verursachten Emissionen.

Im Jahr 2019 hat Hersteller den CO2-Fußabdruck des Unternehmens erstmalig in Zusammenarbeit mit einer Klimaschutzberatung ermitteln lassen. Seitdem erheben wir diese Daten kontinuierlich und leiten daraus entsprechende Verbesserungsmaßnahmen ab. 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 CO2-Emmission so weit wie möglich in ihrer Entstehung zu vermeiden.

Über den CO2-Fußabruck haben wir im Bereich Technik großes Potenzial für CO2-Einsparungen identifiziert. Maßnahmen in diesem Bereich genießen daher höchste Priorität. Hierzu zählen zum Beispiel Maßnahmen in der Gebäude- und Anlagentechnik sowie im Fuhrpark.



Maßnahmen im Bereich Technik

Gebäudetechnik

In den letzten Jahren erfolgte in allen Gebäuden sukzessive die Umstellung von konventionellen Leuchtstoffröhren auf LED-Leuchtmittel. Mit den 2021 ausgetauschten Leuchtmitteln summiert sich die Einsparung jetzt auf 900.000 kWh pro Jahr, das entspricht ungefähr dem jährlichen Strombedarf von 300 Haushalten.

Unsere Industrieneubauten wie Werk III in Gütersloh und Werk V in Saarlouis sind nach dem Energieeffizienz-Standard KfW55+ errichtet. Dank ihrer äußerst guten Gebäudedämmung leisten sie einen Beitrag zum Energiesparen. Mit dem Standard KfW55+ erfüllen sie teilweise deutlich bessere Standards als viele Einfamilienhäuser in Deutschland.

Darüber hinaus deaktiviert eine intelligente Steuerungstechnik in allen Gebäuden automatisch die Beleuchtung, wenn diese nicht benötigt wird.

Anlagentechnik

Bei neuen Produktionsanlagen prüfen wir bereits vor der Konstruktionsfreigabe, inwieweit sie mit effizienteren Antrieben ausgestattet werden können. Dafür analysieren wir Optimierungsmöglichkeiten zur Effizienzsteigerung systematisch per Energie-Review und überführen sie in die Anlagenkonstruktion. Gleiches gilt für unsere Absaugungsanalagen, die zu den starken Verbrauchern in unseren Fertigungsstätten zählen.

Maßnahmen im Bereich Logistik und Fuhrpark

Höhere Ladevolumen

Wir haben unsere Lkw-Flotte mit weiteren Langaufliegern sowie dem Prototyp eines Giga-Liners aufgestockt. Beide Aufliegertypen zeichnen sich durch ein höheres Ladevolumen pro Lkw-Tour aus. Somit benötigen wir insgesamt weniger Auslieferfahrten und in der Folge auch weniger Kraftstoff. Durch die aktuell 32 im Einsatz befindlichen Langauflieger konnten wir bislang rund 87.500 km Fahrstrecke und damit rund 56 Tonnen CO2-Emmission einsparen.

Telematik-System

Weitere Optimierungen erreichen wir durch ein neues Telematik-System, mit dem wir individueller auf Verkehrsbehinderungen reagieren und unnötige Wege vermeiden können. Zudem ermöglicht das Telematik-System eine optimierte Einsatzplanung unserer Fahrzeuge und Fahrer. Diese Fahrerschulungen verfolgen zudem das Ziel, Verbräuche durch wirtschaftlicheres Fahren zu minimieren.



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 CO2-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. Wir bewerten bereits im Stadium der Produktentwicklung den Energieeinsatz, den die Herstellungsprozesse verursachen („Design-to-Manufacturing"). Damit wird neben der Funktionalität von Prozessen auch das Thema Energieintensität in der Produktentwicklung berücksichtigt. Dies ist ein weiterer Beitrag zur Reduzierung unseres Energieverbrauchs in einer sehr frühen Phase.

Darüber hinaus treiben wir die Transformation zu einer Kreislaufwirtschaft weiter voran. Ein Beispiel hierfür ist die mit der Kollektion 2022 vorgestellte Xtra Ceramic-Arbeitsplatte. Die innovative Keramikarbeitsplatte besteht aus 6 mm starker, massiver Keramik auf einer 10 mm Leichtbau-Trägerschicht aus recyceltem Glas. In Kombination mit einer stoßunempfindlichen Designkante ist Xtra Ceramic für eine besonders lange Lebensdauer bestens gerüstet.



Die Xtra Ceramic-Arbeitsplatte zählt zu den Nominierten für den Green Product Award 2022 in der Kategorie Küche. Der internationale Green Product Award wird seit 2013 für Produkte und Dienstleistungen vergeben, die sich in Bezug auf Design, Innovation und Nachhaltigkeit hervorheben.

Soziale Verantwortung

Im Rahmen der Corona-Pandemie haben wir weite Teile der Belegschaft in der Verwaltung für mobiles Arbeiten befähigt. In manchen Büros arbeiten mehr als 75 Prozent der Mitarbeiter im Homeoffice. Das reduziert die CO_2-Emissionen, da beruflich bedingter Pendelverkehr entfällt.

Hersteller schafft immer wieder Anreize für Mitarbeiter, sich gesundheits- und umweltbewusst zu verhalten. Ein Beispiel dafür ist das Angebot, sich über Hersteller ein E-Bike zu leasen. Bis Ende November 2021 betrug die Anzahl der über uns geleasten E-Bikes über 700 Stück. Das hat positive Auswirkungen auf die Mitarbeitermobilität. Viele Mitarbeiter nutzen das E-Bike für ihren Weg zur Arbeit und leisten so einen eigenen, individuellen Beitrag zur Reduktion der CO2-Emissionen.



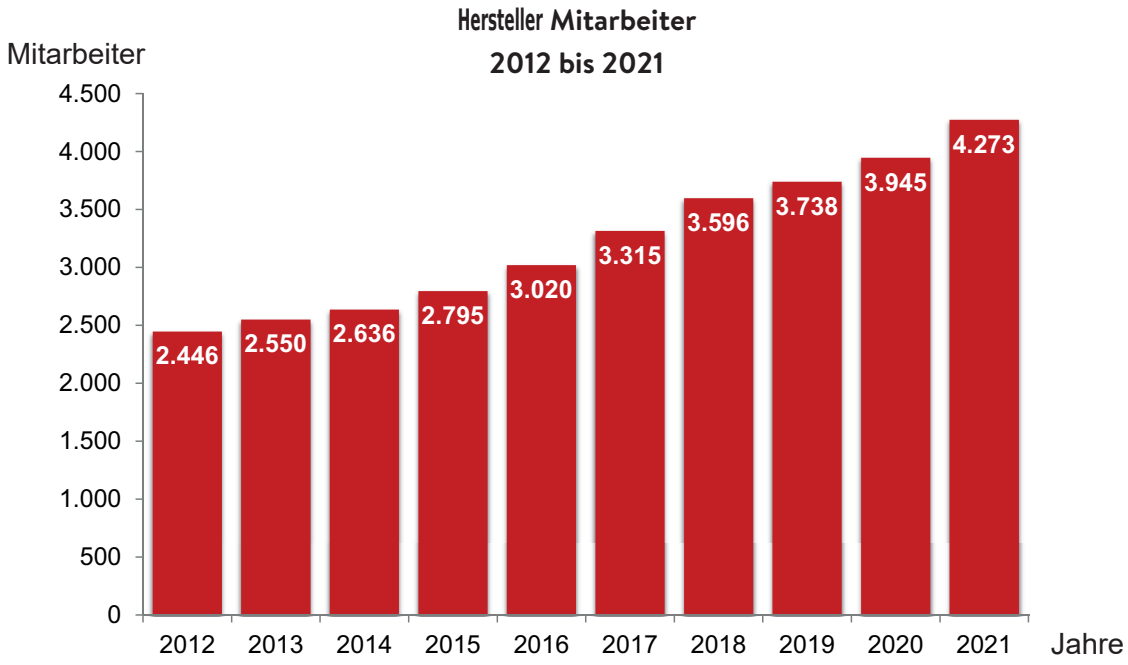
7.
MITARBEITER UND AUSBILDUNG



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 Mitarbeiter gezielt und unterstützen sie in ihrer persönlichen Entwicklung.

Mit 4.273 Mitarbeitern zum Jahresende 2021 liegt die Zahl der Beschäftigten um 328 Personen über dem Vorjahr. Im Fokus der Neueinstellungen lag der Aufbau der Belegschaft in den Werken, speziell im Werk V im Saarland. Weitere Schwerpunkte waren Neueinstellungen im Fuhrpark, in der IT und im Vertrieb.



Quelle: Hersteller



Um die hohe Zahl der Neueinstellungen auch in Corona-Zeiten und bei zunehmender Personalknappheit am Arbeitsmarkt realisieren zu können, haben wir unsere Recruitingmaßnahmen weiter optimiert und ausgeweitet. Interessenten für eine Stelle als Berufskraftfahrer holen wir mit einer eigenen Landingpage im Internet noch gezielter ab. Zudem wurde auch der gesamte Bewerbungsprozess für Interessenten noch einfacher gestaltet. Fahrer können sich jetzt beispielsweise auch sehr schnell und unbürokratisch per WhatsApp bewerben.

Im Recruiting waren Mitarbeiterempfehlungen für Hersteller auch 2021 ein wichtiges Instrument. Noch stärker für das Recruiting genutzt haben wir soziale Medien wie Instagram und Facebook. Im öffentlichen Bereich haben wir durch Radio-, Plakat- und Buswerbung sowie über unsere LED-Walls am Hersteller Turm auf unsere Stellenangebote aufmerksam gemacht.

Ausbildung

Die eigene Ausbildung hat bei Hersteller einen hohen Stellenwert. Aktuell erlernen im Unternehmen über 110 junge Menschen einen von neun kaufmännischen oder technischen Berufen beziehungsweise absolvieren einen von drei dualen Studiengängen in den Fächern Betriebswirtschaft, Holztechnik oder Wirtschaftsingenieurwesen. 2021 haben über 40 neue Auszubildende und Studierende ihre berufliche Qualifikation bei Hersteller begonnen.



Mitarbeiterbindung

Hersteller Mitarbeiter fühlen sich dem Unternehmen verbunden und arbeiten hoch engagiert. Mit einer leistungsgerechten Entlohnung und einer wertschätzenden Unternehmenskultur schaffen wir dafür die richtige Basis.

Ende 2021 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 1.700 Euro. Der Aufwand für das Unternehmen belief sich insgesamt auf mehr als sechs Millionen Euro.

DA


NKE

8.
CORONA-MANAGEMENT 2021

vistaline™
MITEINANDER.
FÜREINANDER.



8. CORONA-MANAGEMENT 2021

2021 hat Corona weiterhin unser Leben und Arbeiten bestimmt. Ein Lockdown, neue Virusvarianten und immer wieder angepasste Corona-Regeln haben die Gesellschaft in Gänze, aber auch unser Unternehmen gefordert. Mit einem professionellen und präventiv ausgerichteten Corona-Management haben wir Hersteller bislang gut durch die Pandemie navigiert. Oberstes Ziel war und ist es, das Virus aus dem Unternehmen herauszuhalten, um unsere Mitarbeiter sowie deren Familien bestmöglich zu schützen und weiter lieferfähig zu bleiben. Alle dafür definierten Maßnahmen wurden laufend überprüft und an den aktuellen Anforderungen ausgerichtet. Die örtlichen Behörden haben unsere Strategie und die Durchführung als vorbildlich eingestuft.









Gesundheitsschutz und Hygienemanagement

Als eines der ersten Unternehmen in Deutschland haben wir Anfang 2021 kostenfreie Antigen-Schnelltests für alle Mitarbeiter eingeführt. Im Januar testeten sich die Mitarbeiter wöchentlich, ab Anfang März dann täglich. Unsere Teststrategie haben wir im Laufe des Jahres immer wieder situationsgerecht angepasst. Zum Start nach den Werksferien im Januar 2022 wurden alle Mitarbeiter per PCR-Test getestet, bevor sie nach dem Urlaub an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt sind.

Seit Juni betreiben wir ein eigenes Impfzentrum. Dort können Mitarbeiter und deren Angehörige sich an sieben Tagen in der Woche von erfahrenen Ärzten

impfen lassen. Das Ärzteteam führt auch Impfberatungen durch. Die Impfbereitschaft der Hersteller Mitarbeiter ist hoch. Das Impfangebot ist freiwillig.

Hinzu kommt ein umfassendes Hygiene- und Sicherheitskonzept im Unternehmen, unter anderem mit Abstandsregeln und Maskenpflicht. Die bestehenden Homeoffice-Möglichkeiten wurden erneut ausgeweitet.

Alle Maßnahmen, Regelungen und auch die Impfangebote des Unternehmens begleiten wir mit umfangreicher und zielgruppengerechter interner Kommunikation. Eine eigens eingerichtete Corona-Hotline beantwortet Fragen der Mitarbeiter.

Liefer- und Produktionssicherheit

Dank einer Fülle abgestimmter Maßnahmen waren wir auch 2021 durchgängig lieferfähig. Viele zusätzlich angemietete Auflieger ermöglichten unserem Fuhrpark, die Anzahl der Ausliefertouren zu erhöhen und der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Gleichzeitig haben wir uns im Fuhrpark und in der Logistik an zentralen Stellen personell verstärkt. Beim Ausbau unseres Fahrerteams waren wir dank der zuvor genannten zusätzlichen Recruiting-Maßnahmen erfolgreich.

Möglichen Materialengpässen und Problemen entlang der Lieferketten begegnen wir mit einer umfassenden Bevorratungsstrategie. 2021 haben wir erneut erheblich in den Aus- und Aufbau unserer Sicherheitsbestände investiert und dafür zusätzliche Hallen angemietet.





Mit einem Notfallplan und hohen Investitionen in zusätzliches Personal stellen wir sicher, dass unsere Produktion auch bei krankheitsbedingten Ausfällen stabil weiterläuft. So bilden wir über 100 zusätzliche Mitarbeiter aus, um bei personellen Engpässen voll und ganz handlungsfähig und damit lieferfähig zu bleiben. Dieses Konzept dürfte in der Branche und darüber hinaus einmalig sein.



Neue Services für Handelspartner



Mit einer Vielzahl neuer Services haben wir unseren Handelspartnern die Vermarktung in Corona-Zeiten erleichtert. Dazu zählt ein neu entwickelter Musterkoffer, mit dem Küchenplaner Endkunden zu Hause besuchen und beraten können. Das mobile Beratungsset war vor allem während des Lockdowns eine wertvolle Unterstützung.

Über den Musterkoffer hinaus ermöglichen wir unseren Handelspartnern, ihre Kunden per Videochat persönlich zu beraten. Dieses Angebot richtet sich vor allem an Partner, die noch keine eigene Lösung in ihrem Unternehmen geschaffen haben. Die entsprechende Funktion stellen wir über unser Extranet zur Verfügung.



Die Schulungen für unsere Handelspartner haben wir erfolgreich auf Webinare und E-Learning-Angebote umgestellt. Die digitalen Möglichkeiten werden intensiv genutzt und sind sowohl als virtuelles Live-Seminar als auch als On-Demand-Angebot verfügbar. Zudem bereichern digitale Neuheiten-Previews und virtuelle Hausmesse-Rundgänge die Informationsmöglichkeiten für Handelspartner.

9.
AUSBLICK




OUT THERE
Mountains





9. AUSBLICK

Nach dem herausfordernden Corona-Jahr 2021 bestimmt das Virus auch Anfang 2022 weiterhin unser Leben. Ein konkreter Ausblick auf die Entwicklung der kommenden Monate fällt aufgrund der Unwägbarkeiten der Pandemie schwer. Dennoch sehen wir, dass die Impfkampagne weltweit an Fahrt aufnimmt. Das gibt Anlass zu der Hoffnung, dass sich die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2022 insgesamt besser von den Folgen der Pandemie-Entwicklung entkoppeln lässt.

Zum Jahresauftakt gibt es für die Branche und die Konsumenten allerdings noch viele Einschränkungen durch die Pandemie. Die als Impulsgeber bedeutende traditionelle Kölner Möbelmesse IMM Cologne Anfang Januar ist erneut ausgefallen. Mittlerweile wurden auch weitere für die Branche wichtige Messen abgesagt oder verschoben. Für das Einkaufen im stationären Einzelhandel gilt überwiegend die 2G-Regel, die nur Geimpften und Genesenen den Zutritt erlaubt. Das sorgt für eine leicht gebremste Konsumneigung. Bedingt durch die allgemein hohen Inzidenzwerte fehlt es vielen unserer Partner derzeit an Verkaufspersonal, da sich etliche Mitarbeiter zeitweise in Quarantäne befinden.

Aufgrund der Einschränkungen der Bewegungs- und Reisefreiheit ist das eigene Zuhause für viele Verbraucher in der Corona-Zeit zu einem sicheren Rückzugsort geworden. Wohnlichkeit sowie eine schöne und zugleich komfortable Ausstattung der eigenen vier Wände hat somit enorm an Bedeutung gewonnen. Sie waren und sind nicht nur der Ort zum Leben, sondern auch zum Lernen und Arbeiten. Das hat auch die Themen Kochen, Essen und Ernährung verstärkt in den Fokus der Konsumenten gerückt. Sie bereiten wieder häufiger selber Mahlzeiten zu, kochen für sich, die Familie und Freunde und entdecken neue Food-Trends. Nach unserer Einschätzung wird das Interesse an Küchen und Einrichten daher weiterhin auf einem hohen Niveau bleiben und die Nachfrage entsprechend beflügeln.

Auch die Signale aus dem Wohnungsbau, einem der wichtigsten Indikatoren für die Möbelbranche in Deutschland, sind weiterhin positiv. Die anhaltend hohe Nachfrage nach Wohnraum belebt ebenfalls die Nachfrage nach Küchen und Einrichtung.

Als die größten Herausforderungen werden uns auch 2022 die Themen Materialverfügbarkeit und Stabilität der Lieferketten weiter begleiten. Mit unserem ganzheitlichen und präventiv ausgerichteten Corona-Management, einer umfassenden und zwischenzeitlich bewährten Bevorratungsstrategie sowie einem hohen Fokus auf unser Logistik-Management arbeitet die gesamte Hersteller Mannschaft daher sehr diszipliniert und engagiert an diesen Themen. Wir sind zuversichtlich, damit auch im laufenden Jahr durchgängig handlungs- und lieferfähig zu bleiben.

Am Arbeitsmarkt macht sich der Mangel an Fachkräften immer stärker bemerkbar. Daher legen wir viel Wert auf unsere Attraktivität als Arbeitgeber. Wir bieten sichere Arbeitsplätze, eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur sowie viele weitere Vorteile. So ist es uns gelungen, auch im abgelaufenen Jahr wieder viele neue Mitarbeiter zu gewinnen und das Bestandspersonal an uns zu binden. Darüber hinaus engagieren wir uns stark in der Ausbildung unserer eigenen Nachwuchskräfte. Auch darin sehen wir einen Schlüssel unseres Erfolgs in der Zukunft.

In einem heterogenen und von zahlreichen Unsicherheiten geprägten wirtschaftlichen Umfeld bleibt die Unabhängigkeit von einzelnen Ländern und Märkten für Hersteller von zentraler Bedeutung. Daher werden wir unseren erfolgreichen Kurs der Internationalisierung fortsetzen. Mit unserem breit aufgestellten Exportgeschäft in rund 90 Länder weltweit haben wir 2021 erstmals mehr Umsatz generiert als im Inlandsgeschäft. Dennoch sind nicht alle Auslandsmärkte auf demselben Niveau erschlossen. Insofern sehen wir noch viel Wachstumspotenzial, an dessen Erschließung wir kontinuierlich und fokussiert arbeiten.

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 die Wünsche unserer Konsumenten gut aufgestellt.

Mit unseren Investitionen in die neuen Standorte Werk III in Gütersloh und Werk V in Saarlouis haben wir produktionsseitig die Weichen für das weitere Wachstum gestellt. Werk V hat zum Jahreswechsel bereits eine Produktionsleistung von rund 300 Küchen pro Tag erreicht. Damit haben wir eine gute Basis geschaffen, um die Kapazitäten an die weitere Marktentwicklung anzupassen.

Wir sind daher optimistisch, für die vor uns liegenden Aufgaben gut gerüstet zu sein und die positive Entwicklung unseres Unternehmens auch 2022 weiter vorantreiben zu können.



10.
DATEN UND FAKTEN 2021



Daten und Fakten 2021

Umsatz:	1.482 Millionen Euro
Exportquote:	53,1 %
Handelskunden:	in über 90 Ländern weltweit
Mitarbeiter:	4.273
Produktionsstätten:	4 in Deutschland
Produktionsfläche:	385.000 m², davon: 110.000 m² in Werk I, Verl-Sürenheide 140.000 m² in Werk II, Verl-Kaunitz 35.000 m² in Werk III, Gütersloh 100.000 m² in Werk V, Saarlouis
Produktionszahlen:	ca. 830.000 Küchen/Jahr 8,3 Millionen Schränke/Jahr 1,75 Millionen Arbeitsplatten/Jahr ca. 3.800 Küchen/Tag
Investitionen:	107 Millionen Euro
Eigener Fuhrpark:	227 LKW und 900 Auflieger 411 qualifiziert geschulte Fahrer
Frachtvolumen:	3.150.000 m³/Jahr
Geschäftsführung:	Dr. Lars Bopf (Vors.) Michael Klein Frank Kramer Christopher Stenzel

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:
Hersteller , Kai-Uwe Oesterhelweg, Darius Pfeiffer, Jürgen Rehrmann, Jörg Sänger

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®