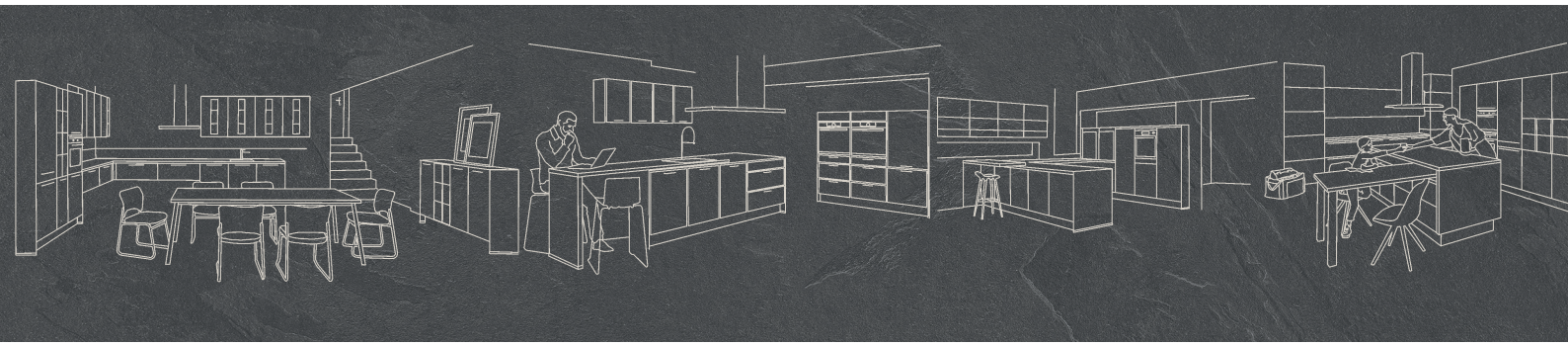
nobilia®

Bilanzpressekonferenz

Geschäftsjahr 2017



Verl, 23. Februar 2018

INHALT

1. Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2017

2. Umsatzentwicklung Hersteller 2017

   2.1. Hersteller gesamt

   2.2. Hersteller Inland

   2.3. Hersteller Export

3. Unternehmensgruppe Hersteller

4. Hausmesse 2017 und Kollektion 2018

5. Produktion und Investitionen

6. Umwelt und Nachhaltigkeit

7. Mitarbeiter und Ausbildung

8. Erwartungen und Planungen 2018

1. Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2017

Im Kontext der imm cologne zu Anfang des Jahres 2018 bewertet die Möbelbranche das vergangene Jahr 2017 als ein stabiles Jahr für die deutsche Möbelindustrie. Die Hersteller konnten erneut von einem guten Konsumklima profitieren, das aus der positiven Beschäftigungs- und Einkommensentwicklung resultierte. Dennoch konnte das Inlandsgeschäft das starke Vorjahr nicht übertreffen. Die Exportmärkte hingegen zeigten im Gegensatz dazu eine über dem Vorjahr liegende Entwicklung. Für den Markt in Gänze geht der Verband der Deutschen Möbelindustrie nach drei wachstumsstarken Jahren für das vergangene Jahr nur von einem Umsatz auf Vorjahresniveau aus.

Für die Küchenmöbelindustrie – die besonders stark von der Entwicklung des Neubau- und Renovierungsgeschäfts beeinflusst wird – wirkte sich der rückläufige Wohnungsbau negativ auf die inländische Nachfragesituation aus. Obwohl die Baugenehmigungen für Wohnungen in Deutschland in den ersten drei Quartalen 2017 um 7 Prozent zurückgingen, gehen die Branchenverbände von einem im Vergleich dazu geringeren Rückgang aus. Per Ende November ist die Umsatzentwicklung der Küchenmöbelindustrie im Inland mit minus 5,59 Prozent rückläufig. Neben den fehlenden Wachstumsimpulsen durch das geringere Neubaugeschäft haben bereits in den Vorjahren die geringen Kapitalmarktrenditen beim Endverbraucher zu einer niedrigen Sparquote und einer starken Konsumneigung geführt. Diese Konsumneigung der vergangenen Jahre hatte wahrscheinlich vorgezogene Küchenkäufe zur Folge, die dem Markt im Jahr 2017 fehlten.

Das Exportgeschäft der Küchenmöbelindustrie entwickelte sich mit einem Minus von 0,02 Prozent gegenüber dem Vorjahr besser als der Absatz im Inland und konnte damit in etwa das Niveau des Vorjahres erreichen.

Insgesamt sehen die Branchenstatistiken für die Küchenmöbelindustrie – unter Berücksichtigung von Sondereffekten durch die zum Teil vorübergehende Produktionseinstellung einzelner Küchenmöbelhersteller – per Ende November 2017 eine um 3,44 Prozent unter dem Vorjahr liegende Entwicklung.



Gesamtmarkt Küchen
- 3,44 %

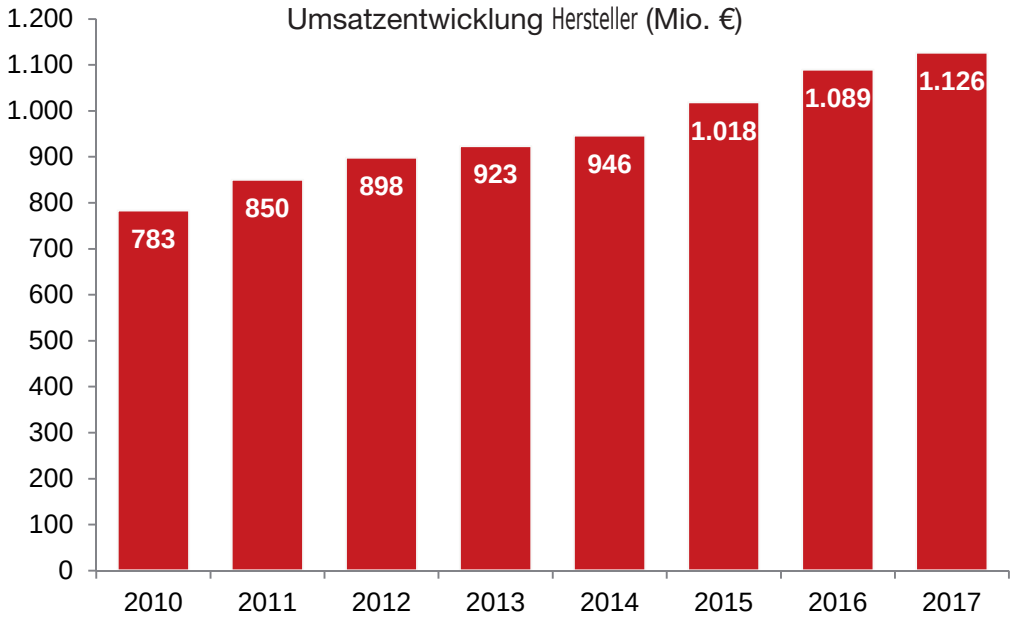
Inlandsumsatz Küchen
- 5,59 %

Auslandsumsatz Küchen
- 0,02 %

2. Umsatzentwicklung Hersteller 2017

2.1. Hersteller gesamt

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen hat Hersteller seinen kontinuierlichen Wachstumskurs im Jahr 2017 auf hohem Niveau fortgesetzt und ist erneut und somit gegen den Branchentrend gewachsen. Nachfrageeinbußen aus einem schwachen Inlandsmarkt im ersten Halbjahr konnten von einem guten Exportgeschäft kompensiert werden. Infolgedessen stieg der Umsatz um 36,7 Millionen Euro auf 1,126 Milliarden Euro. Dieser Wert entspricht einem Plus von 3,4 Prozent gegenüber dem Umsatz von 1,089 Milliarden Euro in 2016 und liegt deutlich oberhalb der Branchenentwicklung.



Quelle: Hersteller

Hersteller hat damit erneut ein nachhaltiges organisches Umsatzwachstum realisiert. Im Zuge dessen hat Hersteller seine herausragende Stellung als Marktführer in Deutschland ein weiteres Mal bestätigt und seine führende Stellung in Europa weiter ausgebaut.

Gesamtumsatz Hersteller	**1,126 Mrd. Euro**
	+ 3,4 %
Küchenkommissionen 2017	**675.000**

Mit etwa 675.000 produzierten Küchenkommissionen im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein neuer Volumenrekord erzielt. Pro Arbeitstag verließen mehr als 3.100 Kommissionen unsere beiden Werke in Verl. Das Umsatzplus resultierte vor allem aus dem Geschäft mit Holzteilen. Dies erreichte mit mehr als 6,75 Millionen Schränken und über 1,55 Millionen Arbeitsplatten neue Spitzenwerte.

Hersteller bietet seinen Handelspartnern nicht nur Küchenmöbel, sondern im Rahmen des sogenannten Komplettvermarktungsgeschäfts Küchenmöbel inklusive Elektrogeräten und Zubehör an. In diesem Vermarktungssegment zählt Hersteller zu den führenden Anbietern. Knapp die Hälfte der produzierten Küchenkommissionen wird inklusive Elektrogeräten ausgeliefert. Das Sortiment umfasst zwölf Elektrogeräte-Marken, darunter vier Exklusivmarken. Mit diesem breiten Elektrogeräteangebot deckt Hersteller alle Preisklassen – vom Preiseinstieg bis in das Top-Segment – ab.

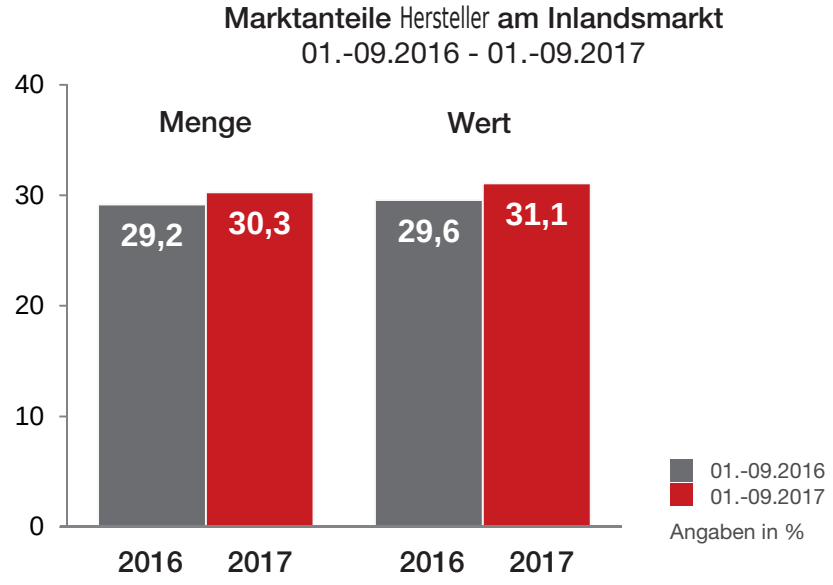
Gegenüber dem Vorjahr waren die Absatzzahlen für Elektrogeräte leicht rückläufig und konnten nicht mit dem Mengenwachstum der Holzteile mithalten. Erklären lässt sich das zum einen durch den allgemein schwachen Inlandsmarkt, indem das Komplettvermarktungsgeschäft einen besonders hohen Anteil hat. Zum anderen verfolgen verschiedene Händlergruppen Eigenmarkenstrategien für Elektrogeräte. Das beeinflusst vor allem den Absatz im mengenrelevanten Preiseinstiegsbereich.

Demgegenüber konnte das Geschäft mit Einbaugeräten im Export insgesamt erneut ausgeweitet werden. Das von Hersteller praktizierte Konzept der Komplettvermarktung konnte sich in den letzten Jahren bei den Handelspartnern in vielen Exportmärkten aufgrund seiner vielfältigen logistischen Vorteile durchsetzen. Die einfache und schnelle Abwicklung, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und die Internetfreiheit der angebotenen Eigenmarken erweisen sich auch im Ausland als wichtige Erfolgsfaktoren für unsere Handelspartner.

Die Komplettvermarktung ist allerdings nicht für alle Exportmärkte gleichermaßen geeignet. Zum Teil weicht das Gerätesortiment in einzelnen Exportmärkten von lokalen technischen Normen ab. Zudem stößt die Komplettvermarktung auch durch die regionale Unbekanntheit dieser Vermarktungsweise in neuen Märkten zunächst häufig an ihre Grenzen.

2.2. Hersteller Inland

Mit einem Inlandsumsatz von 602,5 Millionen Euro hat Hersteller im Jahr 2017 in etwa das Vorjahresniveau erreicht. Im Jahr 2016 lag der Inlandsumsatz mit 604,5 Millionen Euro um 0,3 Prozent über dem Wert des Jahres 2017. Vor dem Hintergrund der schwierigen Rahmenbedingungen im Inlandsmarkt hat sich Hersteller dennoch deutlich besser als die Branche entwickelt. Infolgedessen konnte Hersteller seine Marktanteile am Inlandsmarkt laut den Untersuchungen der GfK ausweiten. Sowohl in der Mengen- als auch in der Wertbetrachtung konnte Hersteller Marktanteile hinzugewinnen und liegt nun bei beiden Betrachtungen über einem Marktanteil von 30 Prozent. Damit kommt fast jede dritte in Deutschland verkaufte Küche von Hersteller aus Verl.



Quelle: GfK



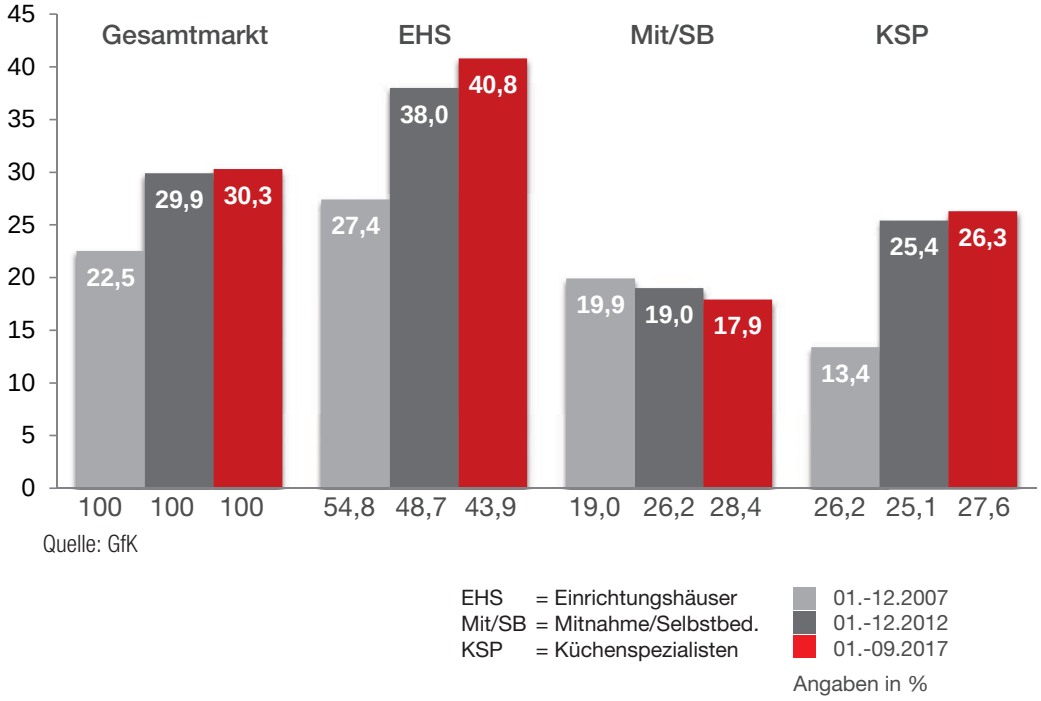
Inlandsumsatz Hersteller
602,5 Mio. Euro

Hersteller Marktanteil Menge
30,3 %

Hersteller Marktanteil Wert
31,1 %

Ergänzend zur Analyse des Gesamtmarktes betrachtet die GfK auch die drei maßgeblichen Vertriebswege in Deutschland: Einrichtungshäuser, Mitnahme/SB und Küchenspezialisten. Die nachfolgende Grafik dokumentiert die langfristige Entwicklung über einen Zeitraum von zehn Jahren.

Marktanteile Hersteller **nach Vertriebswegen (Menge)**
01.-12.2007 / 01.-12.2012 / 01.-09.2017



Quelle: GfK

EHS = Einrichtungshäuser
Mit/SB = Mitnahme/Selbstbed.
KSP = Küchenspezialisten

01.-12.2007
01.-12.2012
01.-09.2017

Angaben in %

Grob betrachtet wird knapp die Hälfte der in Deutschland verkauften Küchen über den Vertriebsweg der Einrichtungshäuser verkauft, während die andere Hälfte zu etwa gleichen Teilen über die Vertriebswege Mitnahme/SB sowie über Küchenspezialisten vertrieben wird.

In der langfristigen Betrachtung wird deutlich, dass auch für Hersteller der Vertriebsweg über die Einrichtungshäuser unverändert der mengenmäßig stärkste und stetig wachsende Vertriebsweg ist. Hersteller erreicht hier einen überdurchschnittlich hohen Marktanteil von mehr als 40 Prozent. Den Untersuchungen der GfK zufolge ist Hersteller mit diesem Wert Marktführer in diesem Vertriebskanal.

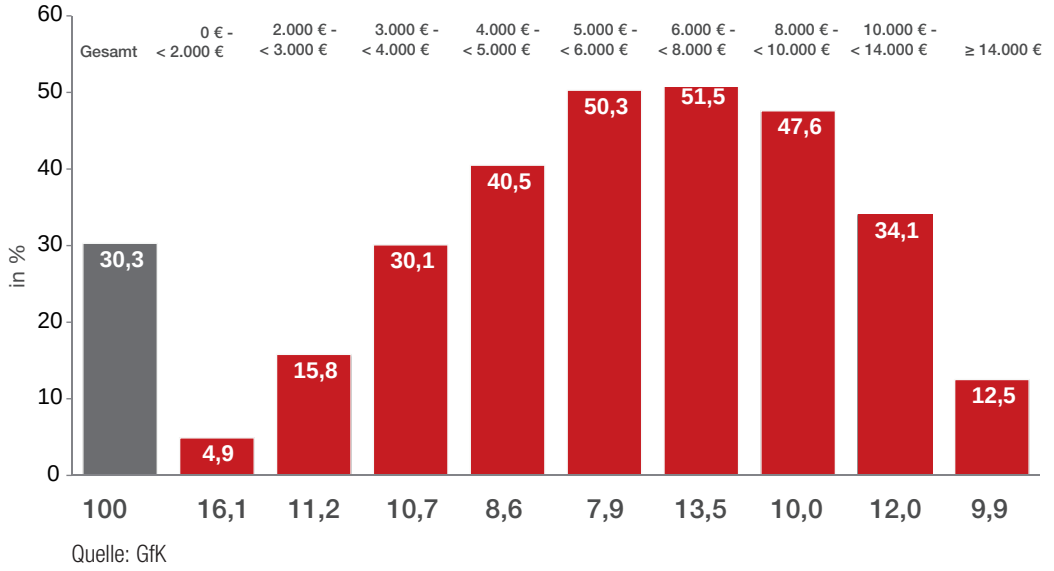
Im Vertriebsweg Mitnahme/SB hat Hersteller mit einem Marktanteil von 17,9 Prozent einen niedrigeren und leicht unter dem Niveau der Jahre 2007 und 2012 liegenden Marktanteil. Dieser Vertriebskanal wird gerade in den unteren Preissegmenten aufgrund der vorherrschenden Sortimentspolitik durch den Verkauf von sehr einfach ausgestatteten Küchen und daher in nicht unerheblichem Umfang von „zerlegter Ware“ dominiert. Diese wird von Hersteller nicht angeboten.

Erfreulich ist die kontinuierliche Steigerung des Marktanteils im Bereich der Küchenspezialisten. Die Langfristbetrachtung zeigt, dass Hersteller den Marktanteil seit dem Jahr 2007 von 13,4 Prozent auf nunmehr 26,3 Prozent ausgeweitet hat. Damit konnte Hersteller in dem wachsenden Vertriebsweg der Küchenspezialisten – gemessen an der Menge der verkauften Kommissionen – seine Marktführerschaft weiter behaupten.



Für die Beurteilung der Marktposition von Hersteller ist die Betrachtung der Marktanteile nach Preisgruppen ebenfalls aufschlussreich. Die von der GfK ermittelten Werte entsprechen Endverbraucherpreisen inklusive Elektrogeräten.

Marktanteile Hersteller **nach Preisgruppen (Menge)**
01.-09.2017



Quelle: GfK

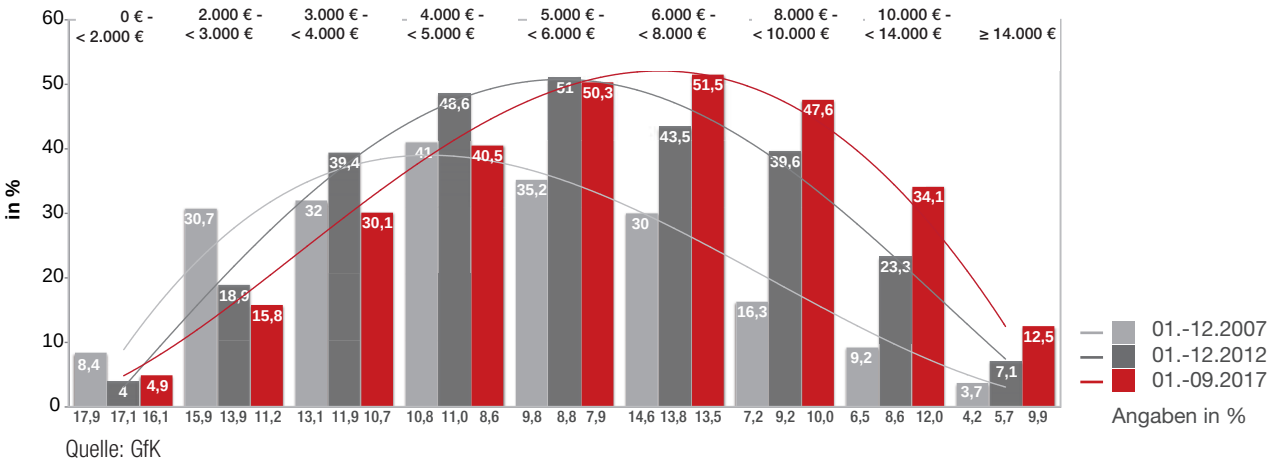
Im sogenannten Preiseinstieg, in dem Küchen zu Endverbraucherpreisen unter 2.000 Euro vertrieben werden, ist der Marktanteil von Hersteller mit nur 4,9 Prozent gering. Diese Preisgruppe wird überwiegend von sehr einfach ausgestatteter oder „zerlegter Ware“ bestimmt. Letztere wird von Hersteller bekannter Weise nicht angeboten.

Der Marktanteil von Hersteller steigt in dem Bereich von 2.000 bis 3.000 Euro auf 15,8 Prozent und liegt in der breiten Mitte des Marktes – also im Preisbereich zwischen 3.000 bis 14.000 Euro, in denen summarisch 62,7 Prozent der deutschen Küchen verkauft werden – nachhaltig über 30 Prozent.

In den Preisklassen von 5.000 bis 10.000 Euro hat Hersteller inzwischen sogar einen Marktanteil von etwa 50 Prozent. Nahezu jede zweite Küche, die in diesen Preissegmenten verkauft wird, kommt von Hersteller. Mit diesen Anteilen hat Hersteller seine führende Position und seine Dominanz in der Mitte des Marktes weiter ausgebaut.

Die langfristige Betrachtung der Marktanteile nach Preisgruppen von 2007 bis 2017 zeigt die kontinuierliche Entwicklung von Hersteller in die oberen Preisgruppen des Marktes. Der Vergleich der Trendlinien zeigt die deutliche Verschiebung nach rechts und somit in die höheren Preissegmente.

Marktanteile Hersteller nach Preisgruppen (Menge)
01.-12.2007 / 01.-12.2012 / 01.-09.2017

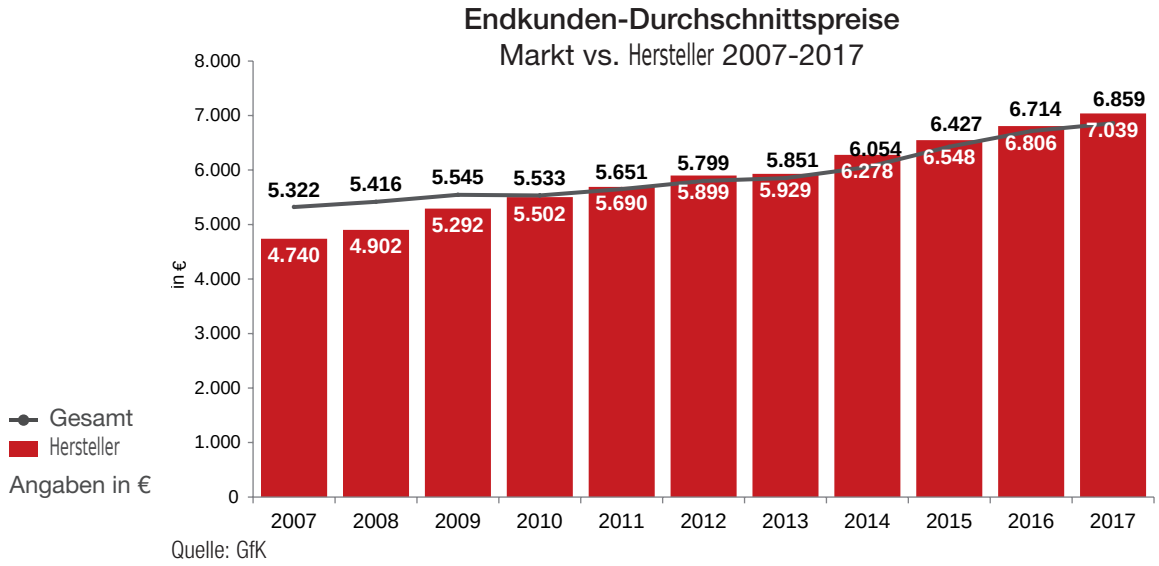


Quelle: GfK

Während Hersteller 2007 seinen höchsten Marktanteil mit 41 Prozent im Preissegment von 4.000 bis 5.000 Euro erreichte, erzielt Hersteller zehn Jahre später mit jeweils etwa 50 Prozent Marktanteil eine deutlich breitere und stärker dominierende Marktposition im Preisbereich von 5.000 bis 10.000 Euro.

Der Vergleich mit dem Jahr 2012 dokumentiert, dass Hersteller in den vergangenen fünf Jahren insbesondere in den Preisklassen von 6.000 Euro bis oberhalb von 14.000 Euro Marktanteile hinzugewinnen konnte. Selbst im Segment über 14.000 Euro erreicht Hersteller mittlerweile einen Marktanteil von 12,5 Prozent. Im Jahr 2007 lag der Marktanteil von Hersteller in diesem Preissegment noch bei etwa 4 Prozent.

Der langfristige Trend zu einem Trading-up, also einer Entwicklung in die höherwertigen Marktsegmente, zeichnet sich nicht nur bei Hersteller, sondern auch in der allgemeinen Marktentwicklung ab. Das belegt die nachfolgende Grafik zur Entwicklung der Durchschnittspreise für Endkunden in den letzten 10 Jahren.



Quelle: GfK

Am Markt sind die Durchschnittspreise in den letzten 10 Jahren von 5.322 Euro im Jahr 2007 auf 6.859 Euro im Jahr 2017 gestiegen. Das Durchschnittspreisniveau bei Hersteller hat sich in dieser Zeitspanne von 4.740 Euro auf nunmehr 7.039 Euro entwickelt und liegt damit im siebten Jahr in Folge über dem Marktniveau.

Auch diese Entwicklung dokumentiert, dass sich Hersteller parallel zum Markt entwickelt hat und die Marktpreisentwicklung letztlich bei einem eigenen Marktanteil von inzwischen über 30 Prozent entscheidend beeinflussen konnte.



Durchschnittspreis Küche Markt

6.859 Euro

Durchschnittspreis Küche Hersteller

7.039 Euro

2.3. Hersteller Export

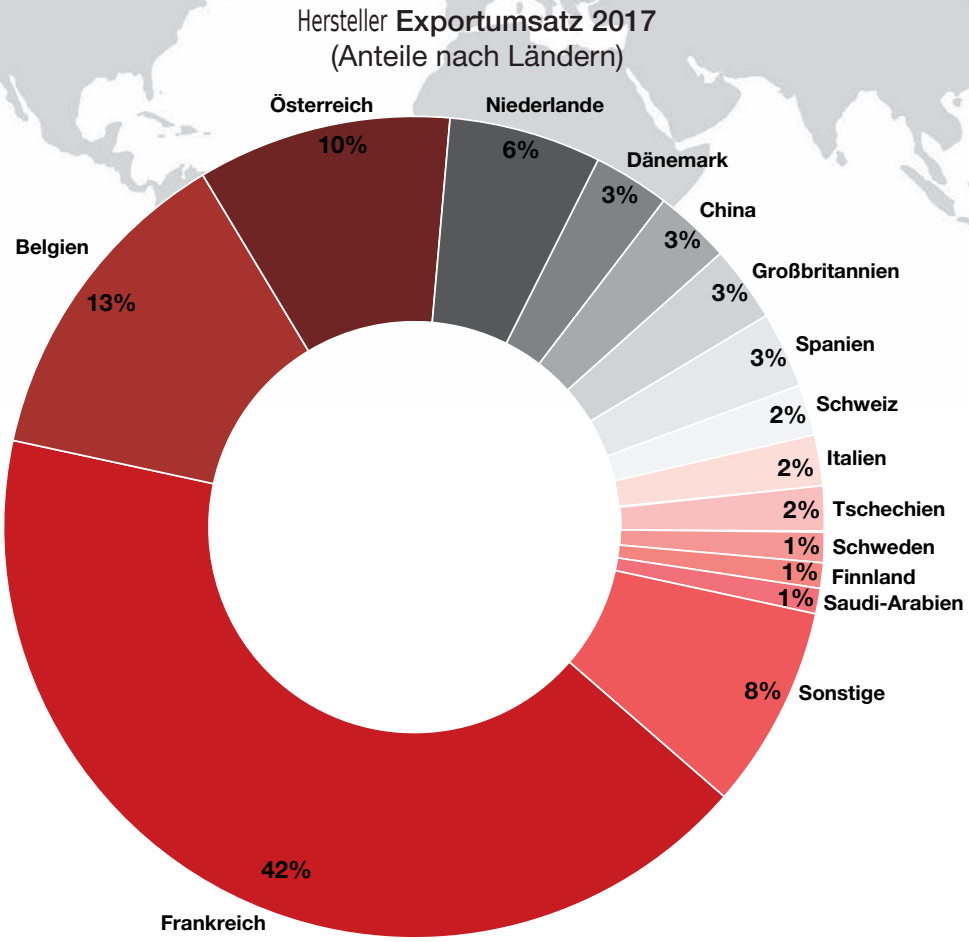
Mit einem Exportumsatz von 523,0 Millionen Euro im Jahr 2017 wurde das Vorjahr um 38,7 Millionen Euro übertroffen. Das entspricht einem Zuwachs von 8,0 Prozent.



Quelle: Hersteller

Damit erwiesen sich die Exportmärkte in 2017 erneut als Wachstumstreiber des Geschäfts. Die Exportquote 2017 beläuft sich auf 46,5 Prozent und liegt damit erneut über dem Vorjahreswert von 44,5 Prozent sowie über dem Branchenschnitt von 39,8 Prozent.
Hersteller beliefert inzwischen Handelspartner in weltweit über 90 Ländern.

Exportumsatz Hersteller	**523,0 Mio. Euro**
	+ 8,0 %
Exportquote Hersteller	**46,5 %**



Quelle: Hersteller

Die Aufteilung der Exportumsätze nach Ländern zeigt keine wesentlichen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Der Schwerpunkt der relevanten Exportumsätze liegt in den europäischen Nachbarländern. Mit einem Anteil von 42 Prozent dominiert weiterhin das Frankreichgeschäft, das auf hohem Niveau weiter ausgebaut werden konnte. Dem folgen die Märkte in Belgien mit 13 Prozent und Österreich mit 10 Prozent Anteil am Exportumsatz.

Die weitestgehend unveränderten Anteile der jeweiligen Länder am Exportumsatz zeigen, dass Hersteller das Exportwachstum kontinuierlich in nahezu allen Exportmärkten realisieren konnte. Eine nachhaltige Entwicklung der Exportmärkte setzt sich dabei nicht nur in den europäischen Märkten weiter fort, sondern konnte auch in weiter entfernten Ländern realisiert werden. Dies zeigt, dass Hersteller zunehmend auch in den internationalen Märkten an Bedeutung gewinnt.

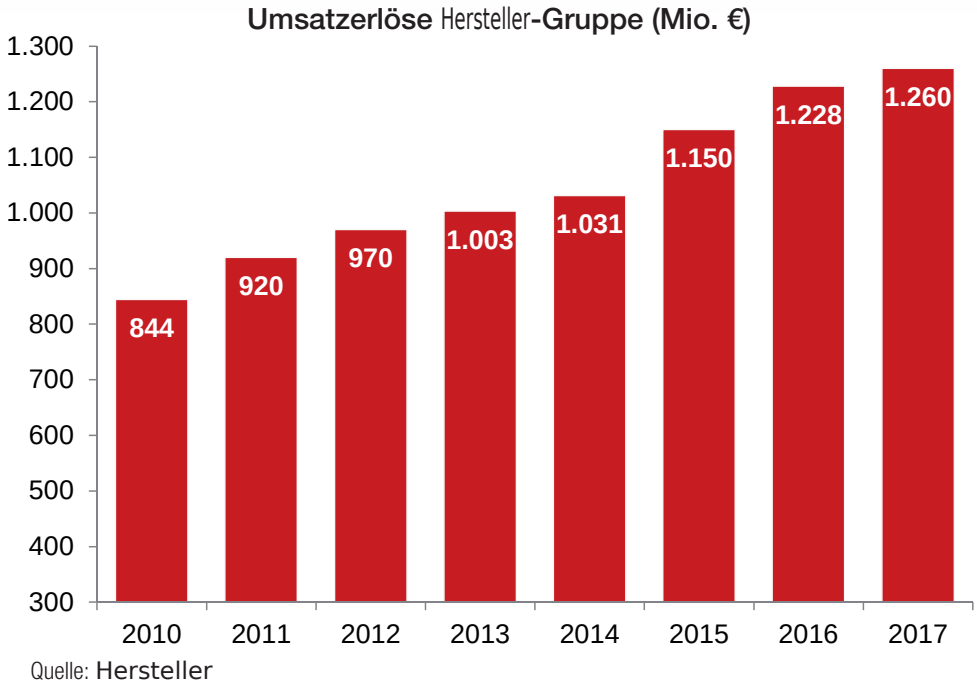
3. Unternehmensgruppe Hersteller

Das Kerngeschäft von Hersteller besteht in der Produktion von Küchen in Deutschland. Der Vertrieb dieser Küchen erfolgt an Handelspartner in mehr als 90 Ländern weltweit. In den letzten Jahren ist dieses Geschäft ausschließlich im Ausland durch verschiedene Formen eigener Retail-Aktivitäten ergänzt worden.

In Schweden und England betreibt Hersteller eigene Küchenstudios unter den Namen Noblessa Sverige und Kütchenhaus. Des Weiteren besteht eine Minderheitsbeteiligung an einer Handelskette in Belgien, die am Markt mit Studios der Vertriebslinie èggo operiert. Zudem ist Hersteller Mehrheitsgesellschafter einer Franchise-Organisation, die derzeit mit etwa 400 Studios der Vertriebsschienen Ixina, Cuisine Plus, Cuisines Références und Vanden Borre Kitchen aktiv ist. Die Franchise-Organisation ist mit ihren Studios schwerpunktmäßig in Frankreich und Belgien, aber zunehmend auch auf weltweiten Exportmärkten vertreten.

Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Außenumsatz der Unternehmensgruppe Hersteller auf 1,260 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 31,8 Millionen Euro oder 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 1,228 Milliarden Euro.

Gruppenumsatz Hersteller	**1,260 Mrd. Euro**
	+ 2,6 %



Quelle: Hersteller

Für die Ermittlung des Gruppenumsatzes wurden zum einen die Innenumsätze eliminiert (konsolidiert) und zum anderen die Beteiligungsverhältnisse berücksichtigt (quotisiert). Ferner sind bei der Franchise-Organisation nur die Franchisegebühren und nicht die Verkaufserlöse in die Ermittlung eingeflossen.

4. Hausmesse 2017 und Kollektion 2018

Unter dem Motto „Hersteller X – Expanding the limits“ präsentierte Hersteller zur Hausmesse im September 2017 eine neue Kollektion der Extraklasse und setzte Maßstäbe in Sachen Design, Stauraum, Komfort und Funktionalität. Mit rund 12.800 Fachbesuchern aus 60 Ländern war die Hausmesse an allen Messetagen außerordentlich gut besucht.

Die neu gestaltete Ausstellung bot den Fachbesuchern auf 4.000 m² Fläche ausführliche Möglichkeiten, sich über die Innovationen und Neuheiten der Hersteller Kollektion 2018 zu informieren. 75 Küchen lieferten Inspirationen und Lösungen für ganz unterschiedliche Lebenswelten und Ansprüche. Das Spektrum reichte von 4- bis 55-Quadratmeter-Planungen. Der Schwerpunkt lag dabei auf der Präsentation von Planungen für realistische Raumdimensionen.

XL. Stauraum neu definiert.

Der Star der neuen Hersteller Kollektion 2018 heißt XL. Mit der neuen XL-Höhe im Unterschrank- und Hochschrankbereich hat Hersteller das Thema Stauraum neu definiert.

Die Menschen werden heutzutage immer größer. Gleichzeitig wird bezahlbarer Wohnraum – gerade im urbanen Umfeld – immer knapper. Daher sind vielen Küchenkäufern die Themen effizienter Stauraum und Ergonomie bei der Planung ihrer neuen Küche besonders wichtig.

XL bietet mit einer Korpushöhe von 792 mm im Unterschrankbereich rund 10 Prozent mehr Stauraum. Zudem kommt die XL-Höhe ihrem Nutzer ein gutes Stück entgegen und bildet so eine perfekte Synthese zwischen Ergonomie- und Stauraumanforderungen.

Passende XL-Highboards und -Hochschränke ermöglichen eine stimmige Gesamtoptik. Insgesamt stehen mehr als 500 zusätzliche Schränke für stauraumorientierte Planungen im neuen XL-Format zur Verfügung.

EXPANDING THE LIMITS!

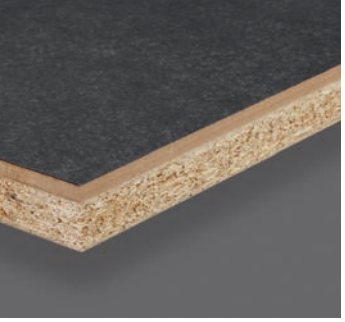















XTRA. Die neue Generation Arbeitsplatte.

Der flächenbündige Einbau von Spüle und Kochfeld ist ein Zeichen von besonderer Wertigkeit einer Küchen-Arbeitsplatte. Bislang war diese Einbauvariante hauptsächlich Arbeitsplatten aus Naturstein vorbehalten und für viele Kunden daher unerschwinglich. In Zusammenarbeit mit einem Lieferanten hat Hersteller nun eine Arbeitsplatte auf Basis von Holzwerkstoffen entwickelt, die die Qualität von Arbeitsplatten auf ein neues Niveau hebt.

Xtra-Arbeitsplatten bestechen durch eine besonders ausgeprägte 3D-Oberflächenstruktur und erzeugen so eine authentisch wirkende Natursteinoptik. Passende Wangen und Nischenverkleidungen ergänzen die Möglichkeiten der Umfeldgestaltung im Naturstein-Look. Zusätzlich begeistert die Xtra-Arbeitsplatte mit Funktion.

Die Xtra-Platte ist mehrschichtig aufgebaut. Ein extrastarker Schichtstoff bietet in Kombination mit einer innovativen Funktionsschicht viele Vorteile: Die Platte ist deutlich robuster, schlagfester und unempfindlicher gegen eindringendes Wasser und Aufquellen als eine herkömmliche Platte. Diese Eigenschaften ermöglichen sogar den flächenbündigen Einbau von Spülen und Kochfeldern, da der Einbau innerhalb der Funktionsschicht erfolgt.



Die Xtra-Platte ist patentrechtlich geschützt und wurde am 10. Februar 2018 im Rahmen der Konsumgütermesse „Ambiente“ in Frankfurt als „Küchen-Innovation des Jahres® 2018“ ausgezeichnet.

Trends in Lack, Metall- und Steinoptik

Coole Steindekore und glamouröse Metall-Optiken liegen weiterhin voll im Trend und finden daher vielfältige Entsprechungen in der neuen Hersteller Kollektion.

Neben Keramik- und Beton-Nachbildungen ergänzt mit dem neuen Programm StoneArt eine Front in Grauschiefer Nachbildung den Trend zu großformatigen Steindekoren. Das Dekor Grauschiefer macht StoneArt dank seiner besonderen dreidimensionalen Oberfläche zu einer Front mit besonderer Ästhetik und natürlicher Anmutung. Passend zu diesem Dekor sind auch Wangen und Arbeitsplatten in der neuen Xtra-Ausführung lieferbar. Der Trend zu Metall-

und Steinoptiken findet sich ebenfalls im Color Concept wieder: Mit Rusty Plates, Caledonia und Oriental lassen sich betont moderne Materialakzente setzen.

Das neue Metal Concept verleiht Küchen einen coolen Profi-Look. Das Dekor „Scratched Steel“ steuert die dafür stilprägende Edelstahloptik bei. Der Used Look bringt einen Hauch von Werkstatt-Charakter und Industrial Charme in die Küche. Das Dekor ist vielseitig einsetzbar und lässt sich zu allen Unitönen, Stein- und Betondekoren, aber auch zu Holzdekoren bestens kombinieren.

Der Trend zu matten Oberflächen in Lack ist nach wie vor ungebrochen. Daher ergänzen insgesamt gleich vier Fronten das Segment der Echtlackfronten, sowohl bei modernen geraden Geometrien als auch im Landhausbereich.

Zudem wurde der Echtholzbereich mit York in Magnolia um eine weitere Front ergänzt.

Trend zur Wohnlichkeit

Neben den umfangreichen Typenergänzungen für die stauraumorientierte XL-Höhe bietet die Hersteller Kollektion eine große Bandbreite neuer Lösungen für betont wohnliche Inszenierungen. Hierzu zählen neue LED-Beleuchtungslösungen für Wangen, ein Wandschranksystem mit Schiebetüren, Wandschränke mit Barklappe, Panorama-Auszüge und offene Tablarauszüge im Unterschrankbereich. Die neue Glas-Gestaltungsfront Frame und die neuen matten Glasausführungen bei Gap orientieren sich an der Formensprache zeitgemäßer Architektur und schaffen so zusätzliche moderne Gestaltungsmöglichkeiten.

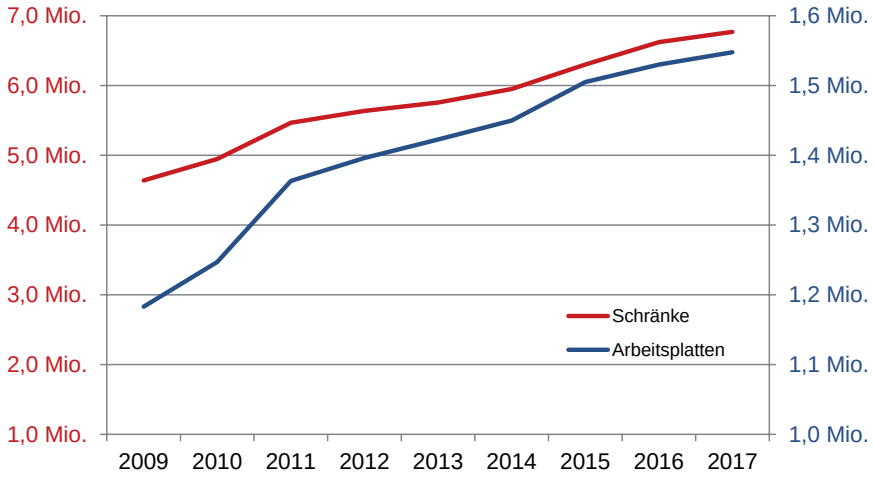
Im Bereich der Elektrogeräte und Spülen kommen Varianten für den flächenbündigen Einbau in unsere Xtra-Arbeitsplatten hinzu. Zusammen mit unseren werkseitig gefrästen Ausschnitten für den flächenbündigen Einbau wird daraus für den Handel wieder eine komplette Lösung aus einer Hand.

Der Handel hat die Kollektionsneuheiten mit einer durchweg positiven Resonanz aufgenommen. Der hohe Auftragseingang für Ausstellungsküchen im Anschluss an die Hausmesse ist ein verlässlicher Indikator dafür, dass die Kollektion 2018 vom Markt sehr gut angenommen worden ist.

5. Produktion und Investitionen

Durch den Zugewinn von Marktanteilen im Export und das gute organische Wachstum stieg das Produktionsvolumen in unseren beiden Werken in Verl erneut deutlich an. Mit etwa 675.000 Küchenkommissionen, ca. 6,75 Millionen Schränken und über 1,55 Millionen Arbeitsplatten sind im Jahr 2017 neue Höchstwerte bei den Produktionsmengen erzielt worden.

Produktionsmengen 2009-2017



Quelle: Hersteller

Mit einem Produktionsvolumen von etwa 31.200 Schränken pro Arbeitstag hat Hersteller neue Spitzenwerte in der Produktion von Holzteilen erreicht. Im Werk in Verl-Sürenheide werden aktuell pro Arbeitstag etwa 16.200 Schränke und im Werk in Verl-Kaunitz 15.000 Schränke in jeweils zwei Schichten produziert.

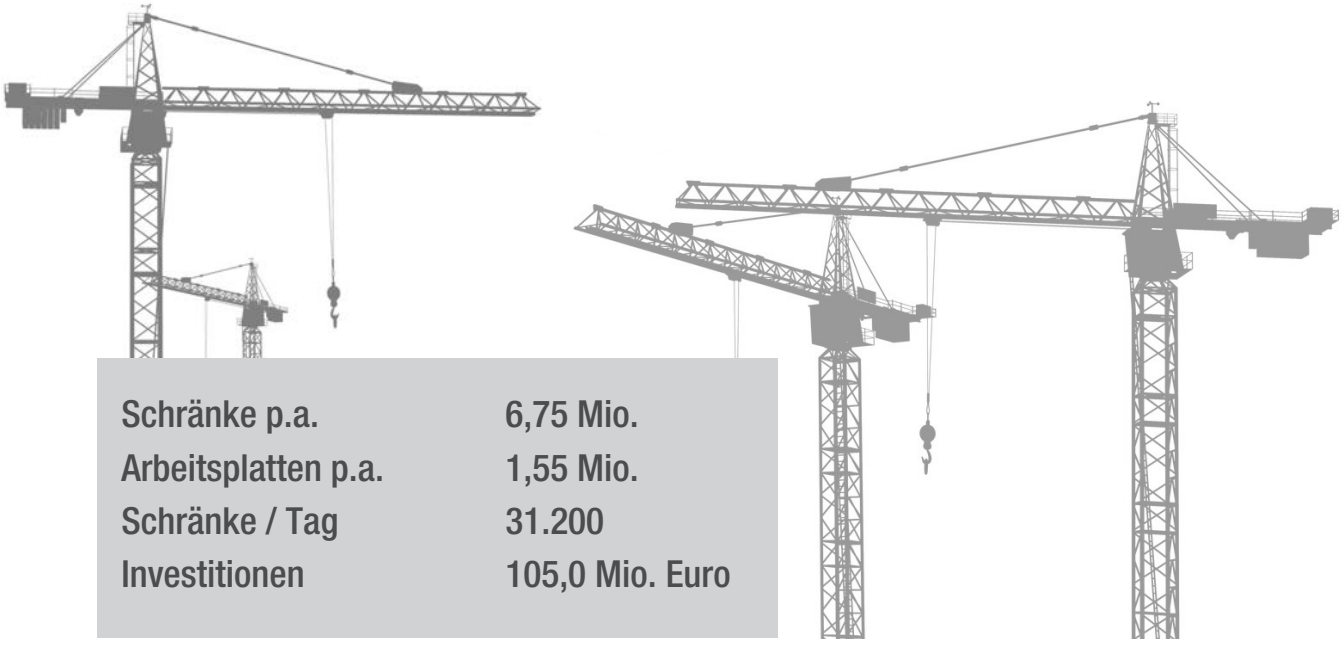
Mit den genannten 16.200 Schränken ist das Werk in Sürenheide bereits seit einigen Jahren an der Grenze seiner Kapazität angelangt. Dementsprechend konnte das Mengenwachstum in 2017 – wie auch in den Jahren zuvor – nur noch in dem Werk in Kaunitz realisiert werden.

Im Geschäftsjahr 2017 sind über 105,0 Millionen Euro investiert worden. Neben den Investitionen für die Produktion der neuen XL-Höhe sowie der neuen Xtra-Arbeitsplatten in beiden Werken standen vor allem Maßnahmen zur Steigerung der Ausbringungsmenge im Mittelpunkt der Investitionen. In diesem Zusammenhang wurde die Teilefertigung im Werk II weiter ausgebaut. Zudem wurde ein neues, hoch automatisiertes Logistikzentrum für Zubehörmaterialien am Standort in Kaunitz erfolgreich in Betrieb genommen.

Schwerpunkt der Investitionen im Werk Sürenheide war die Erneuerung veralteter Aggregate sowie die Optimierung vorhandener Fertigungsabläufe und der damit verbundenen Prozesse. Hierzu zählt auch ein Anbau zur Erweiterung der Teilefertigung mit einer Grundfläche von beinahe 13.000 m², der voraussichtlich im zweiten Quartal 2018 fertiggestellt sein wird. Parallel dazu wird die Hersteller-eigene Lehrwerkstatt erweitert.

Weitere Investitionen flossen 2017 in den Bau eines zusätzlichen Verwaltungsgebäudes auf dem Werksgelände in Verl-Sürenheide. Das jetzige Gebäude der kaufmännischen Verwaltung mit 10.245 m² wurde um einen neuen Komplex mit insgesamt 5.700 m² auf fünf Etagen erweitert und bietet Raum für etwa 300 Mitarbeiter.

Die übrigen Investitionen betreffen die IT und den Fuhrpark, für den 36 neue Zugmaschinen und 65 neue Auflieger angeschafft worden sind.



Schränke p.a.	6,75 Mio.
Arbeitsplatten p.a.	1,55 Mio.
Schränke / Tag	31.200
Investitionen	105,0 Mio. Euro

6. Umwelt und Nachhaltigkeit

Das Ziel, unsere Rolle in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit stetig auszubauen, ist ein grundlegender Bestandteil in unserer Unternehmensphilosophie. Daher engagiert sich Hersteller für ökonomische, ökologische und soziale Belange gleichermaßen. Wachstum und Wandel sind bei Hersteller insofern untrennbar mit Nachhaltigkeit und Kontinuität verbunden.

Wir wollen mehr Wert schaffen. Mehr Wert für unsere Kunden, für den Endgebraucher und für unsere Mitarbeiter. Zudem sehen wir uns in einer hohen Verantwortung für unsere Produkte und Produktionsverfahren. Die Qualität von Produkten und Dienstleistungen ist dabei unser vorrangiges Ziel. In diesem Zusammenhang nutzt Hersteller sein „Integriertes Managementsystem für Qualität und Umwelt“ als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung aller Leistungen und Prozesse. Die Qualität von Produkten und Produktionsprozessen sowie eine Ausrichtung auf den Kundennutzen zählen zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren des Unternehmens. Daher lässt Hersteller seit vielen Jahren seine Managementsysteme durch neutrale Stellen bewerten. Die externe Zertifizierung gemäß den internationalen Standards für Qualität, Umweltschutz und Energiemanagement wurde in 2017 erfolgreich erneuert.



Im Rahmen des Energiemanagements konnten auch im Jahr 2017 Einsparpotenziale im Energieverbrauch weiter angehoben werden. Diese Einsparung wurde durch verschiedene Maßnahmen wie beispielsweise den weiteren Ausbau der LED-Beleuchtung in der Produktion erzielt. So wurde in der Teilefertigung im Werk II Verl-Kaunitz eine 32.000 m^2 große Fläche auf LED-Technik umgestellt. Allein durch diese Maßnahme wurde der Energieverbrauch in diesem Bereich um ca. 40 Prozent gesenkt. Konkret werden nun in der Teilefertigung im Werk II Verl-Kaunitz pro Woche ca. 5.000 KWH eingespart. Das entspricht in etwa dem Jahres-verbrauch eines durchschnittlichen 4-Personen-Haushalts in Deutschland.

Bei Neubauten kommt konsequenter Weise ausschließlich LED-Technik zum Einsatz. Zudem wurden in beiden Werken weitere Anlagen und Absaugvorrichtungen auf energieeffizientere Techniken umgestellt.

Vor dem Hintergrund eines verantwortungsvollen Ressourceneinsatzes zählt die Optimierung der Wertstoffkreisläufe zu den weiteren Bestandteilen der nachhaltig geprägten Unternehmensstrategie. Die erfolgreiche Weiterentwicklung des Hersteller Entsorgungskonzepts hat im Jahr 2017 zu einer weiteren Reduzierung der Restmüllmengen um 8 Prozent je gefertigter Type gegenüber dem Vorjahr geführt. Diese Einsparung von etwa 30 Tonnen Restmüll konnte durch zahlreiche Einzelmaßnahmen realisiert werden, wobei an dieser Stelle vorrangig der stärkere Einsatz von Mehrwegverpackungen sowie die bessere Trennung der einzelnen Müllfraktionen durch gezielte Mitarbeitertrainings genannt sei. Das Hersteller Entsorgungskonzept von Werkstoffen und Verpackungen sieht eine konsequente Trennung der unterschiedlichen Wertstofffraktionen vor, damit die Rohstoffe einer gezielten Weiterverarbeitung bzw. Wiederverwertung zugeführt werden können.

Hersteller produziert täglich mehr als 3.100 Küchen und hat daher einen entsprechend hohen Ressourcenverbrauch an Holzwerkstoffen. Ein nachhaltiger und vorausschauender Umgang mit diesen natürlichen Ressourcen ist daher zwingend geboten. Sein hohes Engagement belegt Hersteller mit seinem nach ISO-Norm zertifizierten Umweltmanagementsystem sowie der PEFC-Zertifizierung für die Verwendung von Holzwerkstoffen aus nachhaltiger Waldwirtschaft.

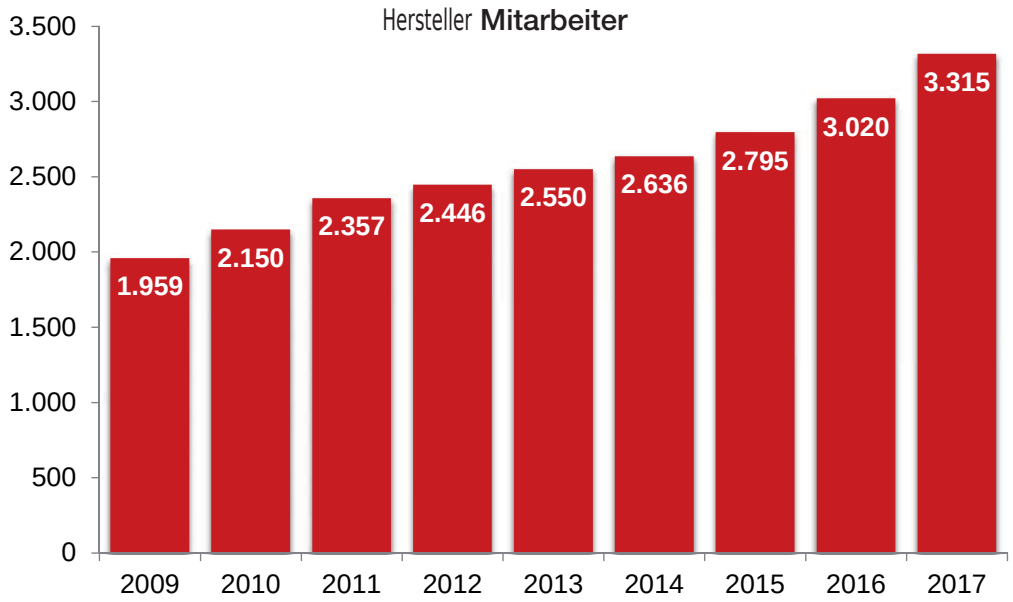
Hersteller erfüllt bereits seit vielen Jahren die strengen Anforderungen der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel e. V. (DGM). Diese liegen weit über den nationalen und internationalen Normen und zeichnen Produkte mit einer überdurchschnittlichen Qualität aus. Gütegeprüfte Möbel müssen stabil, sicher, haltbar und gut verarbeitet sein.

Sorgfältige Tests und strenge Kontrollen sorgen dafür, dass Möbel mit dem RAL-Gütezeichen „Goldenes M“ die umfangreichen Anforderungen einhalten. Das „Goldene M“ gilt national und international als eines der bedeutendsten und nach strengsten Kriterien erteilten Qualitätszertifikate. Es bietet Verbrauchern die Sicherheit eines qualitativ erstklassigen und umwelt-verträglich hergestellten Produktes. Hersteller Küchen sind bereits seit 2007 mit dem „Goldenen M“ ausgezeichnet. In diesem Zusammenhang hat Hersteller bereits in der Vergangenheit freiwillig besondere reduzierte Formaldehydgrenzwerte eingehalten. Mit diesen wird der in Deutschland geltende gesetzliche Grenzwert E1 schon heute um die Hälfte unterschritten.

7. Mitarbeiter und Ausbildung

Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 arbeiteten 3.315 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Hersteller. Dies bedeutet einen Zuwachs von 295 Mitarbeitern oder ein Plus von 9,8 Prozent gegenüber dem Jahr 2016. Mehr als 540 Personen wurden neu eingestellt, um diese Aufstockung der Mitarbeiterzahl unter Berücksichtigung der normalen Fluktuation realisieren zu können.

Der Schwerpunkt der letztjährigen Neueinstellungen lag in einer kapazitätsbedingten Personalaufstockung der Belegschaft in Werk II in Verl-Kaunitz. Weitere Schwerpunkte für Neueinstellungen waren die Bereiche Vertrieb und Fuhrpark.



Quelle: Hersteller

Aktuell erlernen rund 120 junge Menschen einen von zehn kaufmännischen oder technischen Berufen im Unternehmen. 13 Studierende absolvieren derzeit einen von drei dualen Studiengängen. Gemeint ist eine Kombination aus einer betrieblichen Ausbildung im Unternehmen mit einem Bachelor-Studium in den Fächern Betriebswirtschaft, Holztechnik oder Wirtschaftsingenieurwesen.



Im Rahmen unserer Ausbildung legen wir besonderen Wert auf eine ausgewogene Kombination aus Theorie, Praxis und Training. Fremdsprachenunterricht und die Möglichkeit im Rahmen der Ausbildung einen Auslandsaufenthalt zu absolvieren, runden das Ausbildungsangebot ab. Auch durch den zusätzlichen innerbetrieblichen Unterricht konnten unsere Auszubildenden und dualen Studenten im kaufmännischen wie auch im technischen Bereich wiederum erfolgreiche Berufsabschlussprüfungen erreichen. Im Anschluss an die erfolgreichen Abschlussprüfungen wurde auch im Jahr 2017 allen Auszubildenden ein Arbeitsplatz im Unternehmen angeboten.

Erstmalig in der Unternehmensgeschichte hat Hersteller zwei eigenständige Büros zur Unterstützung der Auftragserfassung und Kundenbetreuung außerhalb von Verl eröffnet. Die Entscheidung für die neuen Standorte „Saarbrücken“ und „Pfullendorf“ ist im Zusammenhang mit der zunehmend schwieriger werdenden Fachkräftesituation zu sehen. In Saarbrücken beispielsweise konnten wir viele neue Mitarbeiter mit französischen Fremdsprachenkenntnissen einstellen. Diese betreuen speziell unsere französischen Kunden.

Als neues Format für die Mitarbeitergewinnung haben wir im Jahr 2017 Bewerbertage durchgeführt. Interessierte Bewerber konnten sich vor Ort durch Gespräche und durch Unternehmensführungen über Hersteller informieren und verschiedene Arbeitsplätze kennenlernen. Einen großen Teil der neu eingestellten Mitarbeiter konnten wir auf diesem Weg von uns überzeugen.

Besonderen Wert haben wir 2017 auf Maßnahmen gelegt, die die Flexibilität der Mitarbeiter erhöhen und diese weiter qualifizieren. Dazu zählen umfangreiche Sprachtrainings, die sowohl im Hause als auch webbasiert durchgeführt



werden können. Zudem haben wir weitere Trainer in den Produktionsbereichen und im Vertrieb eingesetzt, um die hohe Zahl neuer Mitarbeiter zu qualifizieren und die Qualifikation langjähriger Mitarbeiter auch in benachbarten Fachbereichen zu erweitern. Neben den Qualifikationen am Arbeitsplatz wurden auch zahlreiche Veranstaltungen für neue Mitarbeiter oder interkulturelle Trainings durchgeführt. Im Vordergrund standen insbesondere der Umgang mit unseren Kunden, der Umgang miteinander und die Vermittlung der Hersteller Unternehmenskultur.

Unter dem Stichwort der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurde die Anzahl der Home-Office-Arbeitsplätze und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse weiter ausgebaut.

Im Bereich des Gesundheitsmanagements wurden viele gemeinsame sportliche Veranstaltungen durchgeführt. Sie reichten von Lauftreffs und Firmenläufen über das Angebot einer Rückenschule bis hin zu gemeinsamen Kochveranstaltungen. Vor diesem Hintergrund haben wir auch das Verpflegungsangebot in den Kantinen ausgebaut und dabei viel Wert auf eine gesunde Ernährung und die Vielfalt der angebotenen Speisen gelegt.

Ende 2017 hat jeder Mitarbeiter neben dem Urlaubs- und Weihnachtsgeld eine Sonderzahlung als Dank für das besondere Engagement und die hohe Flexibilität im vergangenen Geschäftsjahr in Höhe von 1.550 Euro brutto erhalten. Der Aufwand für das Unternehmen belief sich auf insgesamt rund 5 Millionen Euro.

Mitarbeiter	3.315
	+ 9,8 %



8. Erwartungen und Planungen 2018

Hersteller ist es in 2017 zum 17. Mal in Folge gelungen, den Umsatz im Sinne eines organischen Wachstums und aus eigenen Kräften zu steigern. Ziel des Jahres 2018 ist, den Weg des kontinuierlichen Wachstums fortzusetzen.

Trotz einer feststellbaren Sättigung im Inlandsmarkt verbleibt der Küchenmöbelmarkt in Deutschland auf einem hohen Niveau, der deutsche Binnenmarkt bleibt der größte europäische Einzelmarkt. Insofern rechnen wir in 2018 mit einer insgesamt stabilen Nachfrage im Inlandsmarkt.

Mit unserem Marktanteil im Inland von mehr als 30 Prozent haben wir heute bereits ein hohes Niveau erreicht. Insofern sind die Möglichkeiten für ein weiteres Wachstum in Deutschland bekanntlich nicht grenzenlos. Schon in den letzten Jahren zählte das Exportgeschäft zu den wesentlichen Wachstumstreibern bei Hersteller. Dieser Trend wird sich voraussichtlich auch in der Zukunft so fortsetzen.

Das Exportgeschäft im Allgemeinen wird von der derzeit kräftigen Weltkonjunktur, insbesondere vom sich fortsetzenden Aufschwung im Euroraum, beeinflusst.

Die konjunkturellen Rahmenbedingungen im Euroraum zeichnen dabei ein dynamisches Bild. Kräftigere Zuwachsraten des Bruttoinlandsproduktes zeugen von einer beschleunigten konjunkturellen Grundtendenz. Zudem verzeichneten alle Länder des Euroraums zuletzt einen rückläufigen Trend bei den Arbeitslosenzahlen. Dennoch bergen beispielsweise die bevorstehenden EU-Austrittsverhandlungen mit Großbritannien gewisse Risiken. Erste Anzeichen einer Konsumzurückhaltung der Verbraucher in Großbritannien sind bereits in Anfängen erkennbar. Auch die Entwicklung der Währungsparitäten bleibt eine Unbekannte für die Zukunft.



In einem so differenzierten wirtschaftlichen Umfeld bleibt die Unabhängigkeit von einzelnen Ländern und Märkten für Hersteller von entscheidender Bedeutung. Mit unserem breit aufgestellten Exportgeschäft sehen wir uns auch vor diesem Hintergrund für ein weiteres Wachstum im Export gut gerüstet.

Zusammenfassend blicken wir vorsichtig optimistisch auf das nächste Jahr und planen daher auch in 2018 zu wachsen.

DATEN UND FAKTEN 2017

Umsatz:	1.126 Millionen Euro
Exportquote:	46,5 %
Handelskunden:	in über 90 Ländern weltweit
Marktanteil Inlandsmarkt:	Menge: 30,3 % / Wert: 31,1 %
Mitarbeiter:	3.315
Produktionsstätten:	2 in Verl, Ostwestfalen
Produktionsfläche:	245.000 m², davon: 105.000 m² in Werk I, Verl-Sürenheide 140.000 m² in Werk II, Verl-Kaunitz
Produktionszahlen:	675.000 Küchen / Jahr 6,75 Millionen Schränke / Jahr 1,55 Millionen Arbeitsplatten / Jahr ca. 3.100 Küchen / Tag ca. 31.200 Schränke / Tag
Investitionen:	105,0 Millionen Euro
Eigener Fuhrpark:	156 LKW und 610 Auflieger 330 qualifiziert geschulte Fahrer
Frachtvolumen:	2.500.000 m³ / Jahr
Fahrtstrecke Lkws:	18,1 Mio. Kilometer / Jahr

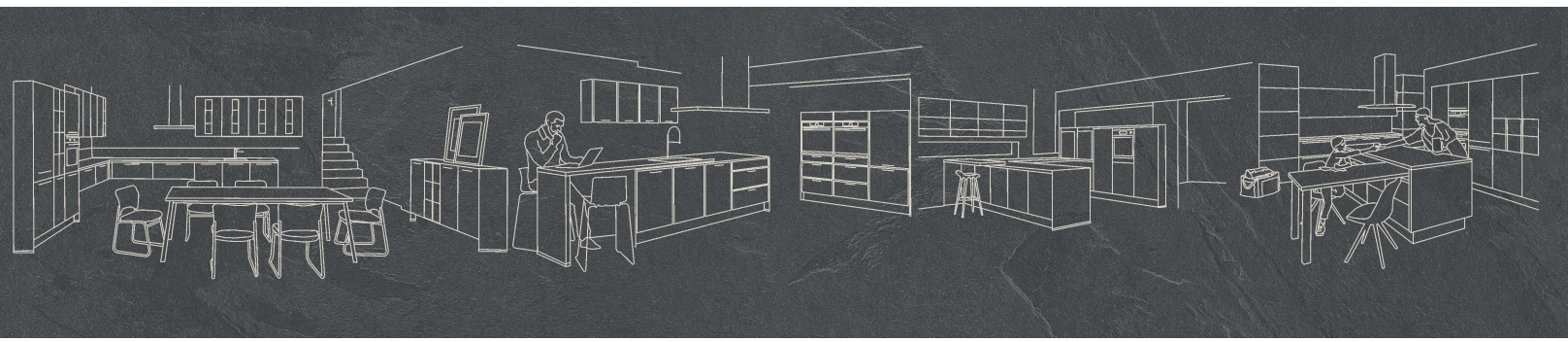


Pressekontakt:

SONJA DIERMANN

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

Fon: + 49 (0) 52 46 | 508 - 0
Fax: + 49 (0) 52 46 | 508 - 130
Mail: info@vistaprofesyonel.com



nobilia®