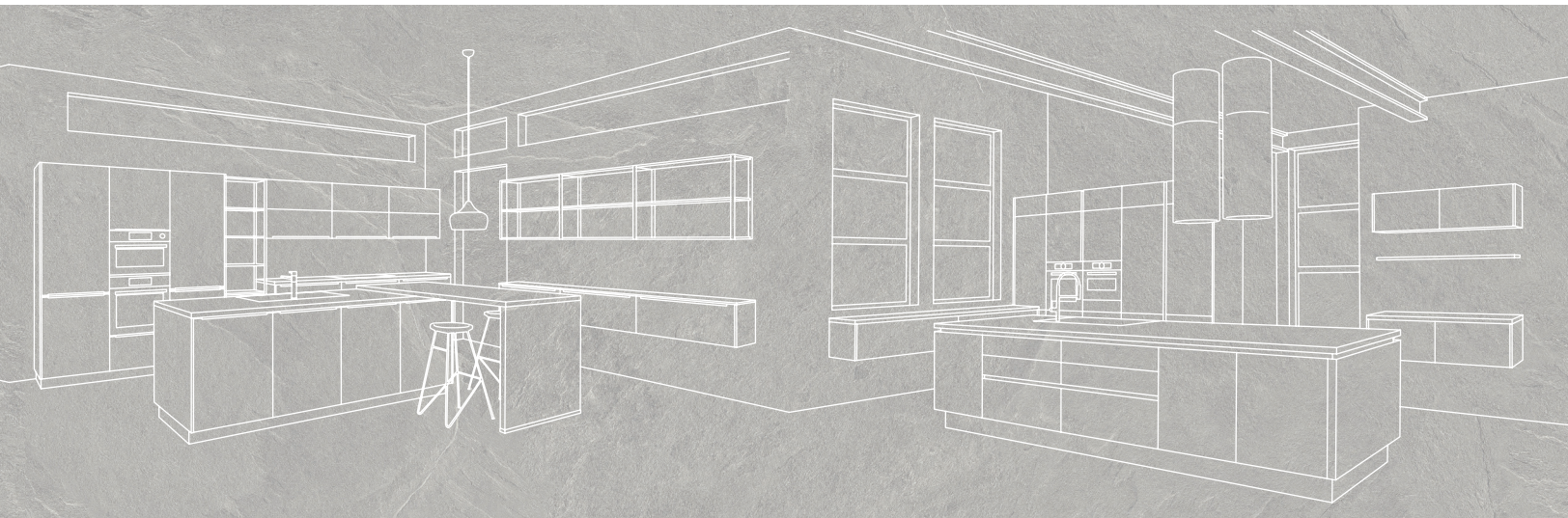
nobilia®

Bilanzpressekonferenz

Geschäftsjahr 2018



Verl, 22. Februar 2019

INHALT

Vorwort

Kurzporträt
Hersteller Highlights 2018

1. **Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2018**
2. **Geschäftsverlauf** Hersteller **2018**
3. **Unternehmensgruppe** Hersteller
4. **Hausmesse 2018 und Kollektion 2019**
5. **Produktion und Investitionen**
6. **Nachhaltigkeit**
7. **Mitarbeiter und Ausbildung**
8. **Gesamtwirtschaftlicher Ausblick und Prognose**

Daten und Fakten 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir blicken auf ein anspruchsvolles Jahr 2018 zurück, in dem wir trotz eines herausfordernden und instabilen Marktumfelds erneut wachsen und unseren Umsatz steigern konnten.

Das erste Halbjahr des letzten Jahres war noch durch Konsolidierungen im Markt auf Herstellerseite geprägt. Die daraus resultierenden Umverteilungen des Auftragsvolumens führten generell zu erhöhten Auftragseingängen und folglich zu steigenden Lieferzeiten. Durch zahlreiche Maßnahmen konnten Steigerungen der Produktionsmengen an den bestehenden Standorten erfolgreich umgesetzt werden und die Lieferzeiten wieder reduziert werden.

Auch wenn im zweiten Halbjahr die langanhaltende Schönwetterperiode in der gesamten Möbelbranche zu einer zurückhaltenden Konsumbereitschaft geführt hat, konnte Hersteller trotz der Nachfrageschwankungen im Handel im Jahr 2018 erneut ein weiteres Umsatzwachstum verzeichnen. Neben den Investitionen in die beiden Bestandswerke für die genannten Kapazitätserweiterungen wurde auch mit den Bauarbeiten zum Werk III am Hüttenbrink in Gütersloh begonnen. Die Planungen für das Werk V im Saarland wurden dabei parallel vorangetrieben.

Die erfolgreiche Hausmesse im September des letzten Jahres stellte unter dem Motto „more than kitchen“ neben vielfältigen Planungsmöglichkeiten im Bereich der Küche auch attraktive Ideen und Lösungen für ein ganzheitliches Wohndesign dar. Hierdurch, sowie insbesondere durch eine Steigerung der Marktanteile in den Exportmärkten, haben wir die Grundlage für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft gelegt. Unser Ziel ist es, Hersteller wachstumsstark, noch internationaler und damit weiter zukunftssicher aufzustellen.

Neben der langjährigen Treue unserer Kunden und Lieferanten ist das erfolgreiche Jahr 2018 von Hersteller insbesondere unseren rund 3.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken. Die Zahlen, die Ihnen mit diesem Bericht für 2018 vorgelegt werden, dokumentieren den gemeinsamen Erfolg und das große Engagement aller Herstellerner.

So aufgestellt, blicken wir optimistisch in die Zukunft und sind uns gemeinsam der Verantwortung bewusst, die positive Entwicklung von Hersteller fortzusetzen – auch im Sinne unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ihr



Lars M. Bopf

Kurzporträt

Hersteller wurde im Jahr 1945 von den Brüdern Johann und Willy gegründet und ist mittlerweile zum weltweiten Marktführer für Küchenmöbel mit Kunden in über 90 Ländern auf allen Kontinenten angewachsen. 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 70 Jahren stehen Hersteller Küchen für ein zeitgemäßes individuelles Design, hervorragende Markenqualität und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.













Das Unternehmen produziert ausschließlich am Standort Deutschland. Die beiden Werke im ostwestfälischen Verl zählen weltweit zu den modernsten und leistungsfähigsten Produktionsstandorten für Küchenmöbel. In beiden Werken zusammen werden täglich mehr als 3.300 Küchen produziert. Die Tatsache, dass Hersteller als Familienunternehmen gegründet wurde, hat die Unternehmenskultur von Anfang an geprägt. So beweist Hersteller seit mehr als 70 Jahren Stabilität und Verlässlichkeit und setzt auf eine langfristige und enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden und Geschäftspartnern.

Das Unternehmen bietet ein breites Produktspektrum – von modern und puristisch über klassisch-zeitlos bis zum modernen Landhausstil. Ein intelligent kreierter Produkt-Baukasten bietet individuelle Planungslösungen, maßgeschneidert für jeden Küchengrundriss und ein ganzheitliches Wohndesign. Dreizehn Elektrogerätemarken, darunter vier exklusive Eigenmarken, ergänzen das Sortiment für die Komplettvermarktung von Küchen inklusive Elektrogeräten und Zubehör aus einer Hand.









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.

Hersteller Highlights 2018

Januar
01



Vom 09. bis 11. Januar stellt Hersteller erstmalig auf der KBIS in den USA aus.

März
03





Am 02. März kauft Hersteller in Saarlouis ein Grundstück mit einer Fläche von 290.000 m² im Gewerbegebiet am Lisdorfer Berg. In direkter Nähe zur französischen Grenze soll zukünftig ein weiteres Montagewerk entstehen.

Am 10. März veranstaltet das Unternehmen einen werksübergreifenden Gesundheitstag. Vom Dienstrad über eine Fitness-Flatrate bis zur Hautkrebsvorsorge konnte sich die Belegschaft über ein vielfältiges Programm informieren.

Am 19. März wird das neue Ausbildungszentrum für Tischler und Holzmechaniker mit einer Grundfläche von 2.000 m² in Betrieb genommen.



Juni
06

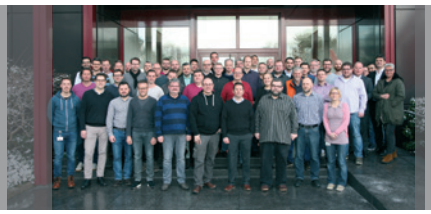
Im Juni findet die traditionelle Hersteller Rentnerfahrt statt. 140 ehemalige Herstellerner verbringen einen ereignisreichen Tag mit Eisenbahnromantik, traditionellen Schützenfest-Aktionen und tollen Erlebnissen in der Gruppe.

Juli
07



Am 09. Juli wird die innovative Xtra-Arbeitsplatte von Hersteller mit dem begehrten Red Dot Award ausgezeichnet.

Oktober
10



Anfang Oktober nimmt das neue Auftragszentrum (AZ) seinen Betrieb auf. Es bildet einen Knotenpunkt, von dem aus die Auftragssteuerung und -planung zentral und bereichsübergreifend erfolgt.

November
11



Am 30. November wird das Parkhaus am Werk II in Verl-Kaunitz mit mehr als 450 Parkplätzen fertiggestellt.



April
04

Im April präsentiert sich Hersteller mit beiden Marken – Hersteller und noblessa – auf 800 m² Standfläche während der EuroCucina in Mailand.





Mai
05



Am 26. Mai findet zum siebten Mal das Internationale Hersteller Fairplay Fußballturnier für Mitarbeiter statt. Erstmals wird parallel ein Hersteller Beachvolleyball-Turnier ausgetragen. 29 Fußballmannschaften mit 334 Teilnehmern und 7 Volleyballmannschaften mit 44 Teilnehmern gehen an den Start.

more than kitchen





September
09

Auf seiner Hausmesse präsentiert Hersteller unter dem Motto „more than kitchen“ eine Kollektion für ganzheitliches Wohndesign. Erstmalig ergänzen auch Badmöbel die Kollektion. Zudem stellt Hersteller seine exklusive Zusammenarbeit mit Bora vor.

Pünktlich zum Hausmessestart wird zudem ein Parkhaus am Werk I in Verl-Sürenheide fertiggestellt. Die 500 zusätzlichen Parklätze entspannen die Parksituation für die Messebesucher sowie für die Belegschaft in Sürenheide.



Dezember
12



Am 10. Dezember läuft im Werk I der 7-millionste Schrank vom Band 111.

Die erste Baustufe für das neue Hersteller Werk III am Gütersloher Hüttenbrink beginnt.

1. Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2018

Die deutsche Möbelindustrie blickt auf ein schwieriges Jahr 2018 zurück. Nach drei durchwachsenen Quartalen, die sich unter anderem auf die lange Hitzeperiode in ganz Europa zurückführen lassen, liegt die deutsche Möbelindustrie per Ende November nur leicht im Plus. Laut Zahlen des VDM (Verband der Deutschen Möbelindustrie) stieg der Gesamtumsatz Möbel um 0,9 Prozent auf rund 16,7 Milliarden Euro.

Dabei entwickelte sich der Inlandsumsatz in den ersten elf Monaten 2018 mit einem geringfügigen nominalen Plus von nur 0,7 Prozent. Den Untersuchungen des VDM zufolge sei die schwache Nachfrageentwicklung im Inland vor allem darauf zurückzuführen, dass es der Möbelbranche insgesamt nicht gelungen sei, sich gegen andere Konsumgüter wie Reisen oder E-Bikes durchzusetzen. Insofern konnte die Möbelbranche bislang nur unzureichend von der niedrigen Arbeitslosigkeit, den steigenden Einkommen und der grundsätzlich hohen Konsumneigung der Bundesbürger profitieren.

Die Verbandsstatistik zeigt, dass die Umsatzentwicklung im Ausland per Ende November etwas stärker, und zwar um etwa 1,2 Prozent, zulegen konnte. Dadurch stieg die Exportquote der deutschen Möbelindustrie gegenüber dem Vorjahr geringfügig um 0,06 Prozent und erreicht nunmehr einen Branchenwert von 32,6 Prozent.

Gesamtumsatz Möbel
+ 0,9 Prozent
Gesamtumsatz Küche
+ 6,3 Prozent

Im Vergleich konnte sich die Küchenmöbelindustrie besser entwickeln als die Branche in Gänze. Laut VdDK-Statistik (Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie) verzeichnete die Küchenmöbelindustrie von Januar bis November einen Umsatzanstieg von 6,3 Prozent. Dieser Effekt ist vor allem auf eine sehr gute Auslandsnachfrage nach Küchenmöbeln „made in Germany“ zurückzuführen. Die Auslandumsätze der Küchenmöbelbranche erreichten per Ende November ein Plus von 8,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In der Folge stieg die Exportquote der Küchenmöbelindustrie auf 40,5 Prozent an.

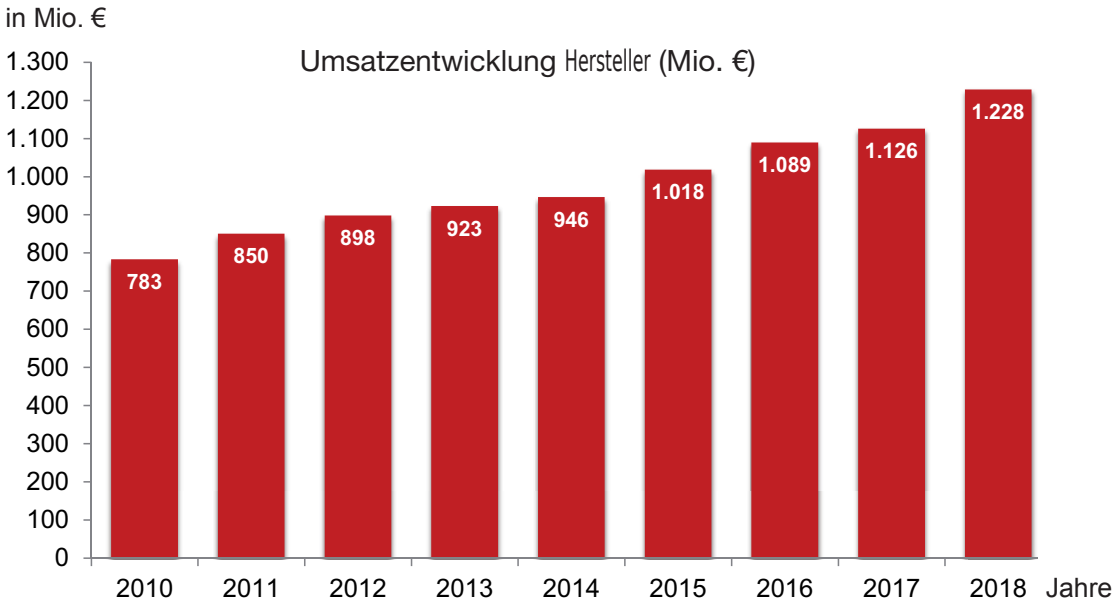


Mit einem Zuwachs von 5,1 Prozent konnte auch der Inlandsmarkt zum Branchenwachstum beitragen. Ein Teil dieses Wachstums ist dabei jedoch auf reine Umverteilungseffekte im Markt zurückzuführen. Diese sorgten zu Beginn des Jahres bei vielen Produzenten für einen hohen Auftragsüberhang aus dem Vorjahr sowie für einen guten Auftragseingang. Im weiteren Verlauf des Jahres verlor die inländische Küchenkonjunktur allerdings an Dynamik. Ursächlich dafür war unter anderem die ungewöhnlich langanhaltende Hitzeperiode, die auch im Küchenhandel zu einer geringen Frequenz führte. Zudem wurde die Inlandsnachfrage nach Küchenmöbeln in 2018 überwiegend vom Neubaugeschäft getragen. Das Bestandsgeschäft – also der Ersatz bestehender Küchen im Rahmen der Renovierung – stagnierte. Die Auseinandersetzung mit dem Dieselfahrverbot und daraus möglicherweise resultierenden Ersatzinvestitionen wirkten sich ebenfalls negativ auf die Konsumneigung aus.

2. Geschäftsverlauf Hersteller 2018

2.1 Umsatzentwicklung Hersteller gesamt

Hersteller blickt auf ein Jahr mit einem guten Geschäftsverlauf zurück. In einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld ist es uns gelungen, an den erfolgreichen Wachstumskurs der letzten Jahre auf hohem Niveau anzuknüpfen.
Der Gesamtumsatz stieg in 2018 um 102,0 Millionen Euro auf 1,228 Milliarden Euro. Dieser Wert entspricht einem Plus von 9,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresumsatz von 1,126 Milliarden Euro und liegt deutlich oberhalb der Branchenentwicklung.
Mit diesem Ergebnis konnte Hersteller im abgelaufenen Geschäftsjahr das größte absolute Wachstum in der Unternehmensgeschichte verzeichnen. Hersteller ist damit erneut aus eigener Kraft gewachsen und konnte seine herausragende Stellung als Marktführer bestätigen.



Quelle: Hersteller

Gesamtumsatz Hersteller	**1,228 Mrd. Euro**
	+ 9,1 %
Küchenkommissionen 2018	**727.000**



Analog zum Umsatzwachstum stieg auch das Produktionsvolumen von Hersteller. Mit etwa 727.000 produzierten Küchenkommissionen im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein neuer Spitzenwert erzielt. Pro Arbeitstag verließen mehr als 3.300 Kommissionen die beiden Werke in Verl.
Das Umsatzplus resultierte vor allem aus dem Geschäft mit Holzteilen. Dieses erreichte mit mehr als 7,27 Millionen Schränken und über 1,69 Millionen Arbeitsplatten neue Höchstwerte.

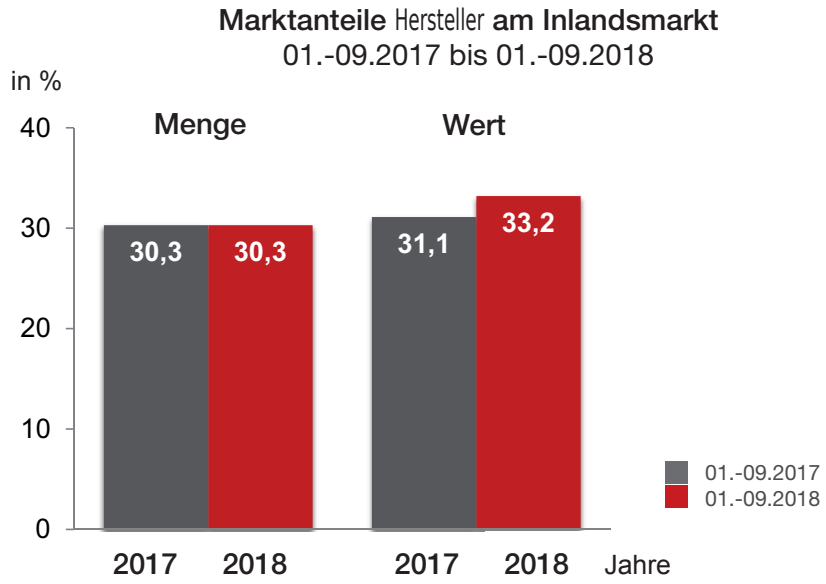
Komplettvermarktung

Hersteller bietet seinen Handelspartnern nicht nur Küchenmöbel, sondern im Rahmen des sogenannten Komplettvermarktungsgeschäfts vollständig ausgestattete Küchen inklusive Elektrogeräten und Zubehör an. In diesem Vermarktungssegment zählt Hersteller zu den führenden Anbietern. Knapp die Hälfte der produzierten Küchenkommissionen wird von Hersteller inklusive Elektrogeräten ausgeliefert. Die Komplettvermarktungsquote stieg gegenüber dem Vorjahr um rund ein Prozent an.
Das Sortiment umfasst dreizehn Elektrogeräte-Marken, darunter vier Exklusivmarken. Für die Vermarktung der Kollektion 2019 wurde eine exklusive Partnerschaft mit dem renommierten Hersteller von Kochfeldabzügen BORA eingegangen. Damit deckt Hersteller ein umfassendes Elektrogeräteangebot vom Preiseinstieg bis in das exklusive Top-Segment ab.
Dabei konnte speziell im Export die Komplettvermarktung von Küchen inklusive Einbaugeräten erneut ausgeweitet werden. Der konzeptionelle Ansatz der Komplettvermarktung kann im Exportgeschäft vor allem durch seine logistischen Vorteile punkten. Gerade im komplexen Distanzgeschäft erweist sich die einfache und schnelle Abwicklung aus einer Hand als wichtiger strategischer Erfolgsfaktor. Dennoch ist die Komplettvermarktung nicht für alle Exportmärkte gleichermaßen geeignet. Zum Teil weicht das Gerätesortiment in einzelnen Exportmärkten von lokalen technischen Normen ab. Zudem ist das Prinzip der Komplettvermarktung eine typisch deutsche Vermarktungsform und somit in vielen Ländern nicht bekannt. Die Vorteile dieser Vermarktung müssen daher zunächst intensiv kommuniziert und geschult werden. Deutliche Fortschritte konnten hier vor allem in den Märkten Frankreich, Belgien, Spanien und Großbritannien erzielt werden.
Im Inlandsmarkt war der Geräteabsatz hingegen leicht rückläufig. Dieser Effekt lässt sich im Wesentlichen darauf zurückführen, dass verschiedene große Händlergruppen im Inland selbst Elektrogeräte in Eigenregie vermarkten. Das beeinflusst vor allem den Absatz im mengenrelevanten Preiseinstiegsbereich.


+
= 100 %

2.2 Umsatzentwicklung Hersteller Inland

Im Geschäftsjahr 2018 stieg der Inlandsumsatz nominal um 6,6 Prozent und erreichte damit einen Wert von 642,0 Millionen Euro. Mit diesem Ergebnis wurde der Vorjahresumsatz in Höhe von 602,5 Millionen Euro um 39,5 Millionen Euro übertroffen. Damit konnte Hersteller im Jahr 2018 auch im Inland stärker wachsen als der Markt.

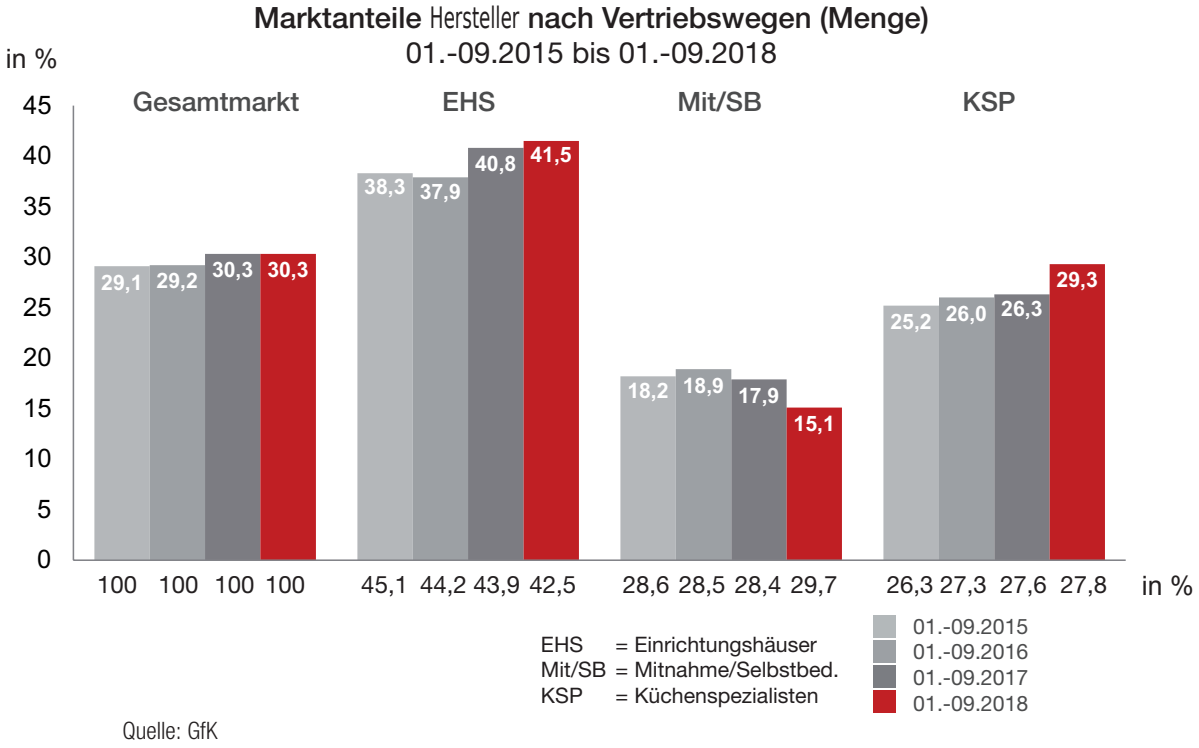


Quelle: GfK

Dabei erreichte Hersteller in der Mengenbetrachtung erneut einen Marktanteil von 30,3 Prozent. In der wertmäßigen Betrachtung konnte Hersteller seine Marktanteile weiter ausbauen. Der Marktanteil stieg per Ende September auf 33,2 Prozent. Damit hat Hersteller seine Position als Marktführer in Deutschland auch im vergangenen Jahr erneut weiterentwickelt.

Entwicklung in den Vertriebswegen

Der Vertrieb von Küchen erfolgt in Deutschland im Wesentlichen über drei Vertriebswege: Einrichtungshäuser (EHS), Mitnahme/SB und Küchenspezialisten (KSP). Dabei realisieren Einrichtungshäuser derzeit etwa 42,5 Prozent der Küchenverkäufe. Rund 30 Prozent der Verkäufe erfolgen im Vertriebskanal Mitnahme/SB. Die Küchenspezialisten kommen auf rund 28 Prozent.



Quelle: GfK

Der Vertriebsweg der Einrichtungshäuser ist nach wie vor der wichtigste Absatzkanal für Hersteller. Das Unternehmen erreicht hier in den ersten neun Monaten einen Marktanteil von 41,5 Prozent in der Menge. Die längerfristige Betrachtung der vergangenen vier Jahre zeigt, dass Hersteller in den letzten Jahren seine Marktanteile auf hohem Niveau ausbauen und festigen konnte.

Derselbe Zeitraum dokumentiert eine rückläufige Entwicklung von Hersteller im Vertriebsweg Mitnahme/SB. Der Vermarktungsfokus in diesem Vertriebskanal liegt auf dem Angebot von sehr einfach ausgestatteten Küchen mit einem hohen Anteil von sogenannter „zerlegter Ware“. Diese wird von Hersteller bekanntlich nicht angeboten. Hersteller deckt mit seinem Sortiment im Mitnahmebereich

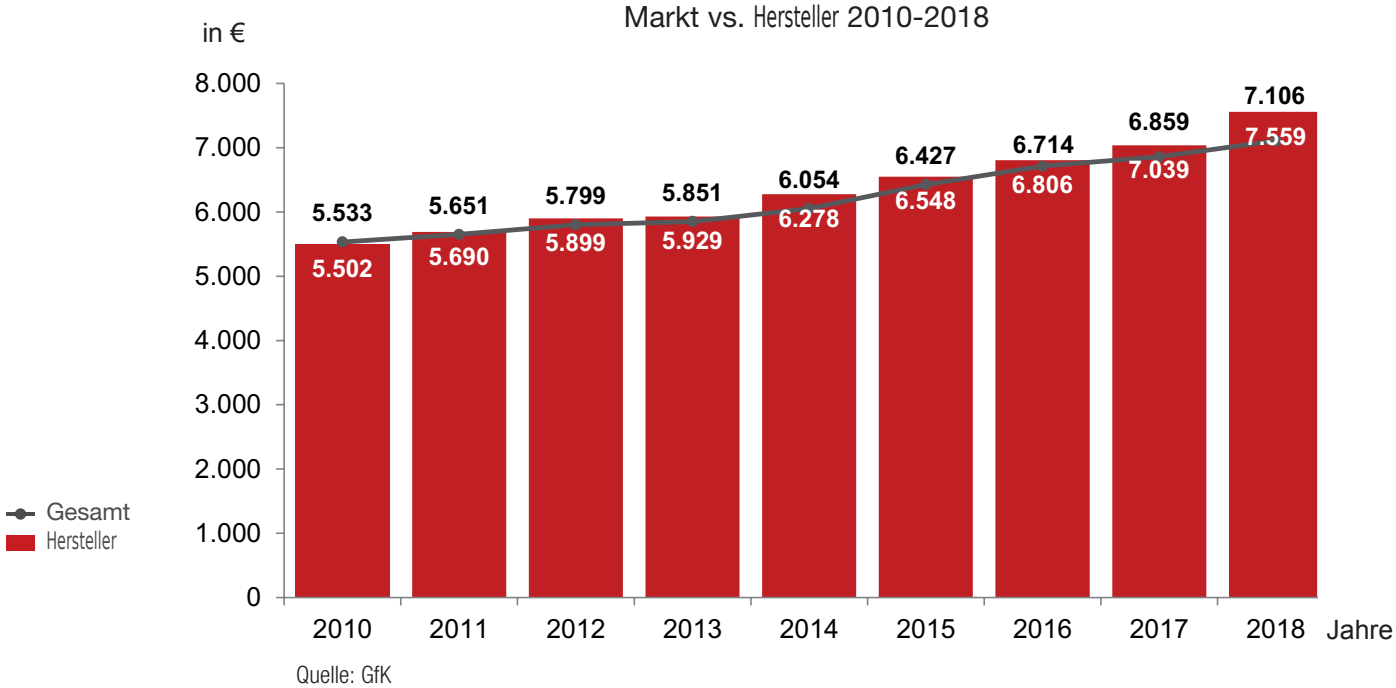
primär das mengenmäßig kleine, gehobene Segment ab. Daher erreicht Hersteller in der Menge hier lediglich einen Marktanteil von 15,1 Prozent.

Im Bereich der Küchenspezialisten konnte Hersteller in den letzten Jahren ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen. Auch im Jahr 2018 ist Hersteller in diesem Kanal erneut gewachsen und erreicht per Ende September einen Marktanteil von 29,3 Prozent. Im Jahr 2015 betrug dieser Wert erst 25,2 Prozent.
Laut den Ergebnissen der GfK nimmt Hersteller in allen drei Vertriebswegen auch 2018 erneut die Position des Marktführers ein. Kein anderer Küchenmöbelhersteller konnte in einem der drei betrachteten Vertriebswege höhere Marktanteile erzielen.

Entwicklung nach Preissegmenten

Auch im Jahr 2018 konnten sämtliche Vertriebswege höhere Durchschnittspreise für Küchen erzielen. Der anhaltende Trend zu einem Trading up setzte sich kontinuierlich fort. Demzufolge stieg der durchschnittliche Endverbraucherpreis für eine Küche inklusive Elektrogeräten auf 7.106 Euro. Mit einem Wert von 7.559 Euro erreichte Hersteller zum achten Mal in Folge einen Durchschnittspreis oberhalb des Marktniveaus.

Endkunden-Durchschnittspreise
Markt vs. Hersteller 2010-2018



Quelle: GfK



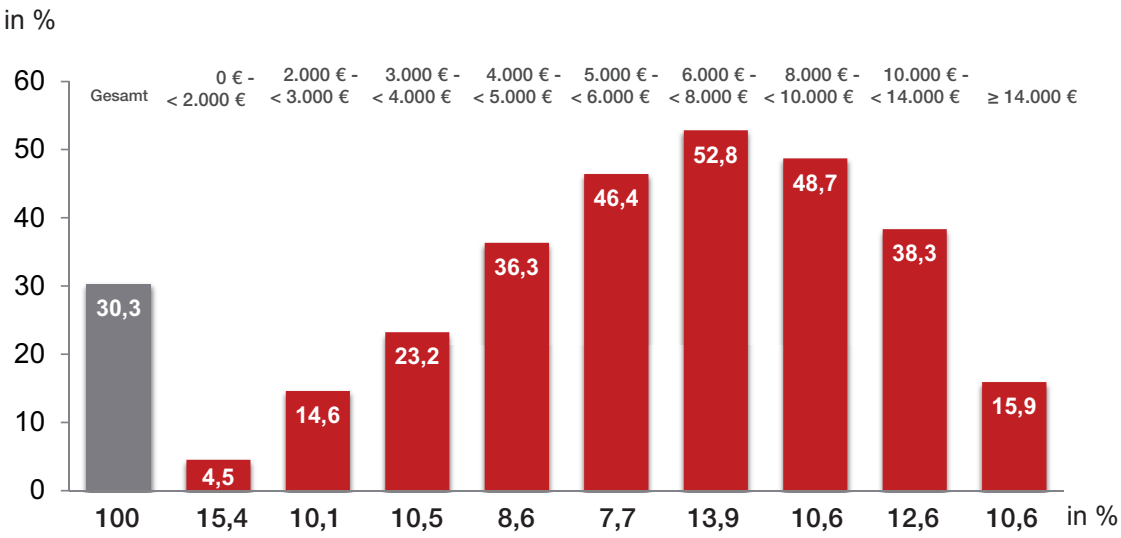
Durchschnittspreis Küche Markt
7.106 Euro

Durchschnittspreis Küche Hersteller
7.559 Euro

Der Entwicklung des Marktpreises sowie der Entwicklung in den Vertriebskanälen folgend, konnte Hersteller seine Marktanteile im Wesentlichen in den höheren Preissegmenten oberhalb von 6.000 Euro ausweiten.

Dabei ist Hersteller weiterhin in der sogenannten „breiten Mitte des Marktes“, im Preisbereich zwischen 3.000 bis 14.000 Euro, zu Hause. Rund 64 Prozent der in Deutschland verkauften Küchen liegen in genau diesem Preisbereich.

Marktanteile Hersteller **nach Preisgruppen (Menge)**
01.-09.2018



Quelle: GfK

Die detaillierte Betrachtung dieser Preissegmente durch die GfK zeigt, dass sich Hersteller in dieser Spanne erneut als Marktführer behauptet hat, mit Marktanteilen zwischen 23 und 53 Prozent. Im Preisbereich von 5.000 bis 10.000 Euro ist nahezu jede zweite in Deutschland verkaufte Küche eine Hersteller Küche. Die Anteile in den einzelnen Preisfeldern erreichen jeweils in etwa 50 Prozent.



2.3 Umsatzentwicklung Hersteller Export

Auch 2018 blieben die Exportmärkte mit einem organischen Umsatzwachstum von 12,0 Prozent ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Hersteller. Der Exportumsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 62,5 Millionen auf 585,5 Millionen Euro.
Die Exportquote erreicht in 2018 damit einen neuen Spitzenwert von 47,7 Prozent und liegt weiterhin deutlich über dem Branchenschnitt von 40,5 Prozent. Mit dieser Entwicklung hat Hersteller seine führende Marktposition auch im Exportgeschäft weiter ausgebaut.



Quelle: Hersteller

Besondere Wachstumsraten wurden dabei vor allem erneut in Frankreich, den Niederlanden, Spanien, Italien und China realisiert. Da Hersteller auch 2018 in nahezu allen Exportmärkten wachsen konnte, zeigt die Betrachtung der Umsatzverteilung nach Ländern allerdings keine wesentlichen Veränderungen.

Exportumsatz Hersteller	**585,5 Mio. Euro**
	+ 12,0 %
Exportquote Hersteller	**47,7 %**

Hersteller **Exportumsatz 2018**
(Anteile nach Ländern)



Quelle: Hersteller

Der Schwerpunkt der relevanten Exportumsätze liegt weiterhin in den europäischen Nachbarländern, dominiert durch ein Frankreichgeschäft auf hohem Niveau. Dem folgen die Märkte in Belgien, Österreich und den Niederlanden.

In der Summe konnte auch der Bereich „Sonstige“ erneut ein Wachstum verzeichnen. Das belegt, dass die außereuropäischen Märkte für Hersteller zunehmend an Bedeutung gewinnen und das Exportgeschäft des Unternehmens auf einem breiten Fundament basiert.

Aktuell beliefert Hersteller Handelspartner in weltweit über 90 Ländern.

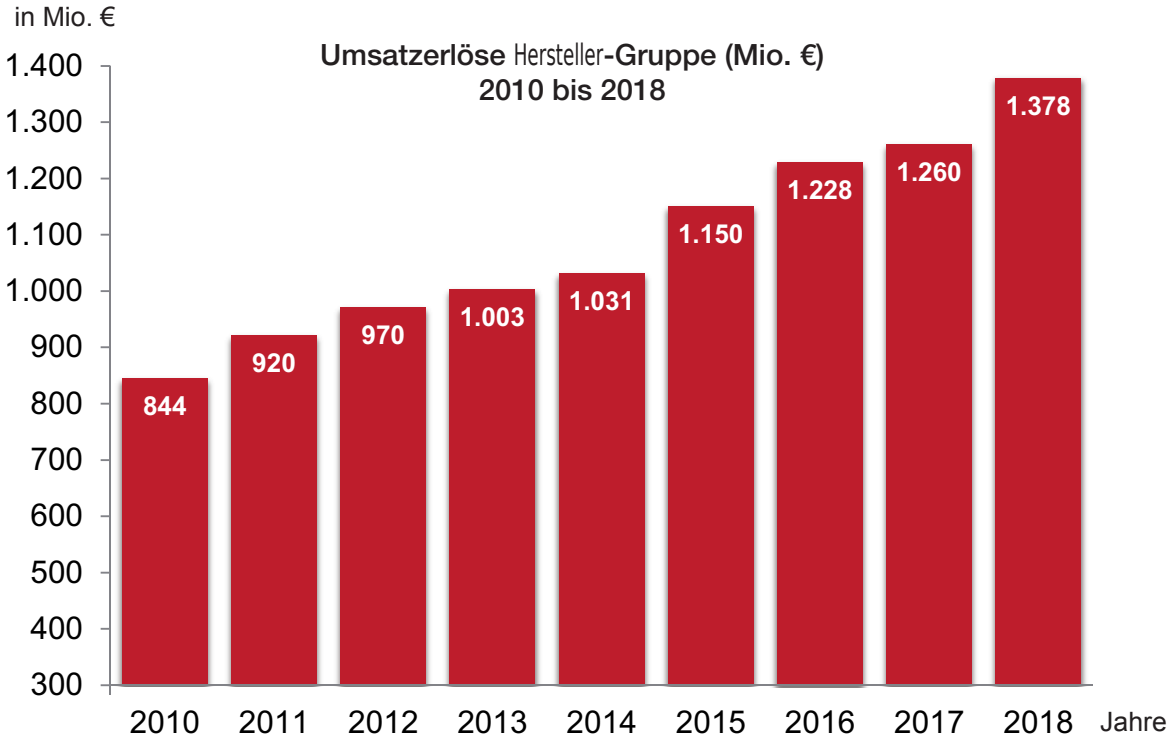
3. Unternehmensgruppe Hersteller

Hersteller ist in allererster Linie ein Hersteller von qualitativ hochwertigen Küchenmöbeln. Demzufolge besteht das Kerngeschäft von Hersteller in der Entwicklung und Produktion von Küchen und dem weltweiten Vertrieb dieser Küchen an Handelspartner.
Darüber hinaus ist Hersteller, ausschließlich im Ausland, bereits seit einigen Jahren auch mit verschiedenen Formen eigener Retail-Aktivitäten aktiv.

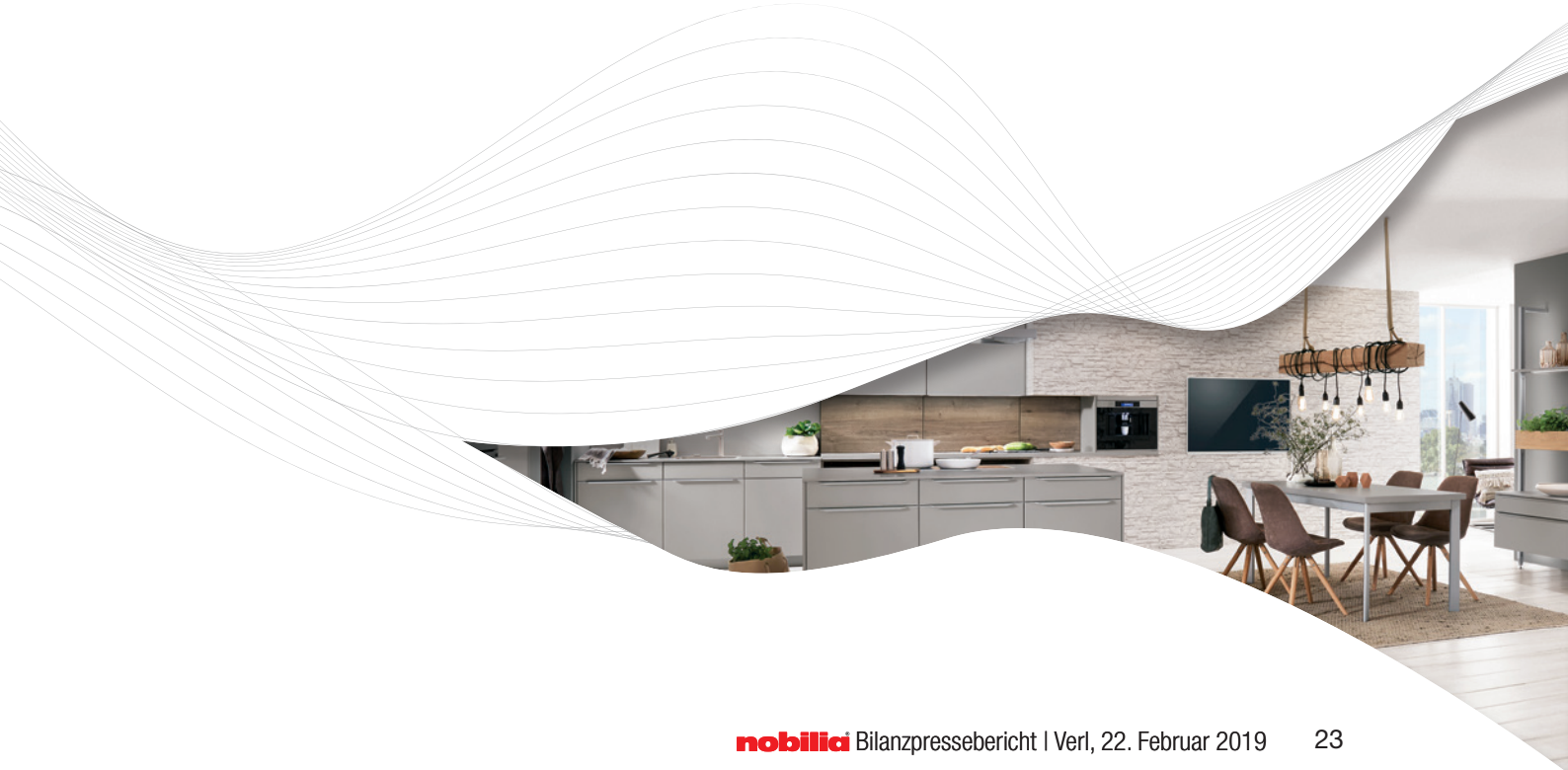
In Schweden und England betreibt Hersteller eigene Küchenstudios unter den Namen Noblessa Sverige und Kütchenhaus. Zudem besteht eine Minderheitsbeteiligung an der belgischen Handelskette MENATAM SA, deren Studios unter dem Namen èggo vertreten sind. Des Weiteren ist Hersteller Mehrheitsgesellschafter der französischen Franchise-Organisation FBD, die derzeit mit mehr als 400 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 weltweite Internationalisierung der Gruppe wird jedoch seit einigen Jahren erfolgreich vorangetrieben.

Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Außenumsatz der Unternehmensgruppe Hersteller nominal um 9,4 Prozent und erreichte 1,378 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 118 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,260 Milliarden Euro. Für die Ermittlung des Gruppenumsatzes wurden die Innenumsätze eliminiert (konsolidiert) und die Beteiligungsverhältnisse berücksichtigt (quotisiert). Bei der Franchise-Organisation sind nur die Franchisegebühren und nicht die Verkaufserlöse in die Ermittlung eingeflossen.

Gruppenumsatz Hersteller	**1,378 Mrd. Euro**
	+ 9,4 %



Quelle: Hersteller



4. Hausmesse 2018 und Kollektion 2019

Im September 2018 fand traditionsgemäß die Hersteller Hausmesse im Rahmen der Küchenmeile statt. Mit über 13.000 Besuchern aus rund 60 Ländern war die Hausmesse an allen Messetagen außerordentlich gut besucht. Zur Messe wurde die neue Kollektion 2019 unter dem Motto „more than kitchen“ vorgestellt. Auf 4.000 m² Ausstellungsfläche bot sich dem Fachhandel ein vielfältiges Angebot mit 92 Planungsvorschlägen: Neben Küche, Ess- und Wohnzimmer präsentierte Hersteller auch attraktive Lösungen für Hauswirtschaftsraum, Garderobe und Bad. Damit bietet das Programm neue interessante Möglichkeiten für ein ganzheitliches Wohndesign.



more than kitchen

Der Trend zur Urbanisierung ist ungebrochen. Infolgedessen wird Wohnraum in den Städten immer knapper. Gefragt sind daher Konzepte, die komfortables Wohnen auch auf kleinem Raum ermöglichen. Vielfach gehen die Bereiche Kochen, Essen, Wohnen und Arbeiten fließend ineinander über. Dabei wird die Küche immer mehr zum Herzstück der Wohnung. Ihr Design lässt sich mit der neuen Hersteller Kollektion problemlos auf alle Wohnbereiche übertragen. Die schönen und praktischen Lösungen begeistern selbst im Eingangsbereich und im Bad. In der Ausstellung widmet Hersteller dem Motto „more than kitchen“ einen eigenen Bereich. Er gliedert sich in die Themen Bad, Hauswirtschaftsraum und Wohnwandplanungen. Zudem wurde ein komplettes „house of Hersteller“ in die Ausstellung integriert. Dort

können Besucher hautnah erleben, wie das Hersteller Sortiment alle Wohn- und Funktionsräume miteinander verbindet. Der Handel hat diesen ganzheitlichen Ansatz sehr positiv aufgenommen. In Analogie zum „house of Hersteller“ wurden seit der Hausmesse bereits viele Platzierungen im Fachhandel erzielt.

Digitale Geschäftsprozesse und mehr

Das Messemotto „more than kitchen“ bringt auch im übertragenen Sinn die Hersteller Philosophie hinsichtlich Service und Kundenbeziehung perfekt zum Ausdruck. Zu unserem Selbstverständnis gehört es, unsere Handelspartner mit ganzheitlichen Lösungen im Wettbewerb zu stärken. Neben einer innovativen Kollektion profitieren die Händler von einem umfassenden und bewährten Serviceangebot rund um die Themen Planung, Vermarktung, Verkauf und Abwicklung. Auf der Hausmesse vermittelte eine eigenständige Service-Area einen Einblick in dieses Portfolio.







Die Besucher konnten sich dort über hochmoderne Planungssysteme für den Handel informieren, die mit neuen Technologien wie bspw. mit Virtual Reality punkten. Die Hersteller Akademie stellte ihr umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm für Küchenverkäufer, -planer und -monteure vor. Das Spektrum reicht von der Verkäufer-Grundausbildung über vielfältige Präsenzseminare bei Hersteller bis zu einem neuen dreisprachigen E-Learning-Angebot. Damit offeriert Hersteller auch in dieser Hinsicht einen einzigartigen Service.

Außerdem präsentierte das Unternehmen RMTsoft, wie sich die Prozessqualität im Küchenhandel vom Point of Sale (PoS) bis zur Endmontage nachhaltig verbessern lässt. Von der vollautomatischen Auftragskontrolle (ATAK) bis zum elektronischen Abnahmeprotokoll für die Küchenmontage begleiten diese Tools alle relevanten Prozessschritte im Handel und sorgen für eine durchgängige Abwicklung.

Neue Fronten und Farben

Mit den neuen Fronten, Color-Concept-Farben und Arbeitsplattendekoren lassen sich die aktuellen Einrichtungstrends attraktiv in Szene setzen. Vom coolen Industrial Style über puristische Eleganz bis zum gemütlichen Landhausstil ist alles möglich.

Das neue Programm zeigt sich inspiriert von einem weit verbreiteten Lebensgefühl, bei dem sich der Wunsch nach urbanem Lifestyle mit der Sehnsucht nach Natürlichkeit verbindet. Das spiegelt sich in den neuen Oberflächen wider. Neben Beton-, Schiefer- und Eichedekoren bereichern Stahl- und Marmoroptiken die Auswahl.

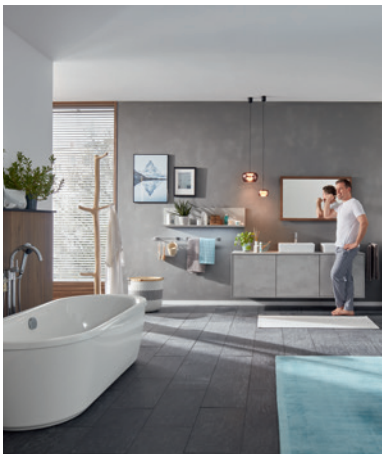
Zweifach Auszeichnung für XTRA

Neun neue Arbeitsplattendekore sorgen für Aktualität im Sortiment. Davon erweitern zwei Neuheiten das Spektrum der exklusiven Xtra-Arbeitsplatte. Ein extrastarker Schichtstoff sorgt bei Xtra für eine besonders authentische Optik und Haptik. Dank einer innovativen Funktionsschicht überzeugt dieses Produkt zudem mit hoher Schlagfestigkeit und besonderer Quellunempfindlichkeit. Dies ermöglicht sogar einen flächenbündigen Einbau von Kochfeldern und Spülen. Xtra hat sich im Markt erfolgreich etabliert und wurde im vergangenen Jahr bereits als „KüchenInnovation des Jahres 2018“ und mit dem begehrten Red Dot Award ausgezeichnet.



Regale mit System

Regale haben sich zu einem Top-Thema für moderne Interior-Konzepte entwickelt. Mit der neuen Hersteller Kollektion lässt sich dieser Trend ganz einfach realisieren. Besonders vielseitig präsentiert sich Backlight, ein anspruchsvolles System für ganzheitliches, modernes Wohndesign. Backlight ermöglicht flexibles Planen und lässt Grenzen zwischen Wohnbereichen verschwinden. Dank innovativer Lösungen, elegantem Design und vielen praktischen Details ist es neben Küche und Wohnraum auch zum Einrichten von Garderoben, Ankleidezimmern oder Bädern bestens geeignet.



Wohnliche Lösungen fürs Bad

Bäder werden immer mehr zu Wellnessoasen mit wohnlichem Charakter. Eine durchdachte, moderne Möblierung mit optimalem Stauraum wird daher auch im Bad immer wichtiger. Diese Anforderungen an Design und Funktionalität erfüllen die Produkte von Hersteller perfekt. Der Schritt ins Badsegment ist

daher eine logische Weiterentwicklung: Mit der Kollektion 2019 ergänzt ein eigenständiges Sortiment für Bad- und Waschtischschränke sowie Waschtische und Armaturen das Angebot. Der Handel erhält von Hersteller somit wieder eine komplette Lösung aus einer Hand.
Die Unterschränke für Badplanungen wurden vom TÜV Rheinland erfolgreich geprüft und erfüllen folglich alle gültigen Anforderungen für den Bereich Bad.

Clever geplante Hauswirtschaftsräume

Die Küche gewinnt in modernen Wohnkonzepten mehr und mehr an Bedeutung. Neben der Funktionalität spielt ein wohnliches Ambiente dabei eine zentrale Rolle. Die Transparenz und Leichtigkeit dieser Planungen lässt sich oft nicht mit Waschmaschinen oder Putzschränken vereinbaren. Zudem werden viele Neubauten oft nicht mehr unterkellert. Das führt zu einem Revival des Hauswirtschaftsraums.
Mit einem erweiterten Angebot für Hauswirtschaftsraum-Planungen bietet die Kollektion 2019 alle Voraussetzungen für eine optimale und ergonomische Gestaltung dieses Raumes. Ein umfangreiches Typenspektrum und viele praktische Zubehörartikel erlauben clevere Planungen auf kleiner Fläche, zum Beispiel für die Wäschepflege. Die Hersteller Schranklösungen für hochgebaute Waschmaschinen sind als einzige in der Branche TÜV-geprüft und mit dem GS-Gütesiegel für geprüfte Sicherheit ausgezeichnet.

Exklusive Partnerschaft mit BORA

Für die Komplettvermarktung setzt Hersteller 2019 auch auf die Zusammenarbeit mit BORA. Durch diese neue Zusammenarbeit bietet Hersteller seinen Handelspartnern im Rahmen des „One stop shopping“-Ansatzes ein weiteres attraktives Angebot für die gemeinsame Vermarktung von Möbeln und Geräten aus einer Hand.

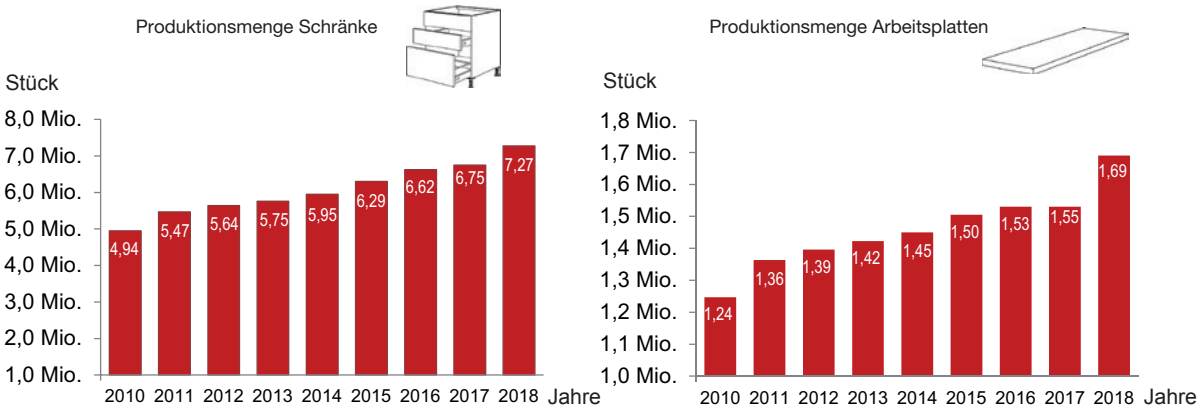




5. Produktion und Investitionen

Im Zuge des Wachstums stieg das Produktionsvolumen von Hersteller gegenüber dem Vorjahr um rund 520.000 Schränke an. Mit etwa 727.000 Küchenkommissionen, ca. 7,27 Millionen Schränken und über 1,69 Millionen Arbeitsplatten sind im Jahr 2018 neue Höchstwerte in beiden Produktionsstätten erzielt worden.
Die tägliche Produktionsleistung wurde auf 33.300 Holzteile pro Arbeitstag ausgebaut.

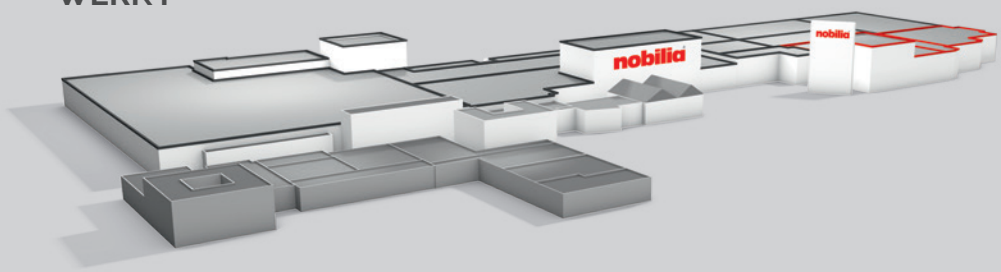
Produktionsmengen 2010-2018



Quelle: Hersteller

Durch Investitionen in zusätzliche Aggregate und Fertigungsoptimierungen konnte die Kapazität im Werk I in Verl-Sürenheide erneut gesteigert werden. Damit stieg die Ausbringungsmenge auf etwa 16.800 Schränke pro Arbeitstag. Zusätzlich wurde die Kapazität im Werk II in Verl-Kaunitz durch gezielte

WERK I



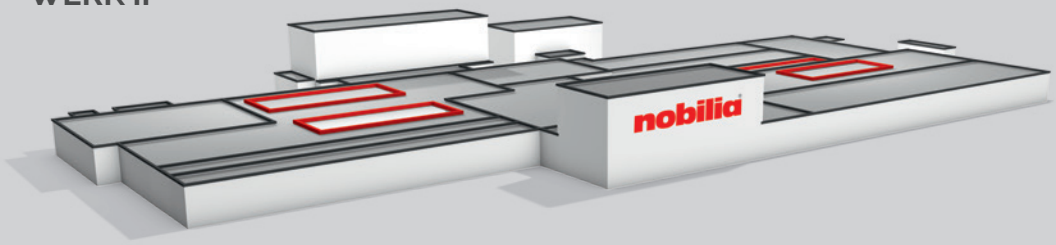
Erweiterungsinvestitionen gesteigert. Per Ende Dezember erreichte Werk II eine Leistung von 16.500 Schränken pro Arbeitstag.
Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind mehr als 128 Millionen Euro investiert worden. In beiden Werken standen vor allem Maßnahmen zur Steigerung der Ausbringungsmenge im Mittelpunkt der Investitionen. Ein hoher Auftragsbestand sowie ein guter Auftragseingang zum Jahresbeginn hatten zu einer Verlängerung der traditionell kurzen Lieferzeiten von Hersteller geführt. Eine schnelle Ausweitung der Kapazitäten durch Investitionen und Mehrarbeit ermöglichte eine zügige und stabile Rückkehr zu den gewohnten und vom Markt geforderten Lieferzeiten.

Zu den wichtigsten Investitionen zählt auch ein Anbau zur Erweiterung der Teilefertigung im Werk I mit einer Grundfläche von beinahe 14.000 m², der im zweiten Quartal 2018 fertiggestellt wurde. Parallel dazu wurde die Hersteller eigene Lehrwerkstatt erweitert. Des Weiteren wurde an beiden Standorten jeweils ein Parkhaus errichtet, um der wachsenden Anzahl an Beschäftigten ausreichenden Parkraum zur Verfügung zu stellen.

Im letzten Quartal 2018 wurde zudem mit der ersten Baustufe für das neue Werk III am Gütersloher Hüttenbrink begonnen. Diese wird in etwa eine Fläche von 35.000 m² umfassen. Zukünftig sollen die Sonderbereiche, die nicht zwingend in den Produktionsfluss von Werk I verplant werden müssen, in diese zusätzliche Produktionsstätte ausgelagert werden. Diese Maßnahme dient vorrangig der Komplexitätsreduktion und der Optimierung des Produktionsflusses im Werk I.

Weitere Investitionen flossen in die EDV/IT und den Fuhrpark, für den erneut 40 neue Zugmaschinen und 75 neue Auflieger angeschafft worden sind. Der eigene Fuhrpark umfasst somit derzeit 200 Zugmaschinen und mehr als 700 Auflieger.

WERK II





6. Nachhaltigkeit

Wirtschaftlicher Erfolg, ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und die Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung bilden die Grundlage für ein kontinuierliches Wachstum von Hersteller. Als unabhängiges und langfristig orientiertes Unternehmen ist sich Hersteller seiner Verantwortung bewusst, daher ist das Prinzip der Nachhaltigkeit fest in unseren Unternehmenswerten verankert.

Wir wollen nachhaltig Werte schaffen, für unsere Kunden, Verbraucher und für unser Unternehmen. Dabei wollen wir Produktleistung und Qualität mit der Verantwortung für unsere Umwelt in Einklang bringen. In diesem Zusammenhang nutzt Hersteller sein „Integriertes Managementsystem für Qualität und Umwelt“ als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung aller Leistungen und Prozesse und lässt seine Managementsysteme seit vielen Jahren durch neutrale Stellen bewerten. Die externe Zertifizierung gemäß den internationalen Standards für Qualität, Umweltschutz und Energiemanagement wurde in 2018 erfolgreich erneuert.

Mit seinen Qualitätsmaßstäben erfüllt Hersteller 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. Hersteller Küchen sind bereits seit 2007 mit dem „Goldenen M“ ausgezeichnet.

Nachhaltigkeitskriterien spielen auch bei der Auswahl und Bewertung von Zulieferern und Materialien eine wesentliche Rolle. In 2018 wurde die gesamte Produktpalette von Hersteller auf TSCA kompatibles Material umgestellt. Damit erfüllen alle Holzwerkstoffe die hohen Anforderungen des amerikanischen CARB2-Standards an besonders geringe Emissionswerte.

Vor dem Hintergrund eines verantwortungsvollen Ressourceneinsatzes zählt die Optimierung der Wertstoffkreisläufe zu den weiteren Bestandteilen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Das Hersteller Entsorgungskonzept von Werkstoffen und Verpackungen sieht dabei eine konsequente Trennung der unterschiedlichen Wertstofffraktionen vor, damit die Rohstoffe einer gezielten Weiterverarbeitung zugeführt werden können. Die erfolgreiche Weiterentwicklung dieses Konzepts hat im Jahr 2018 zu einer weiteren Reduzierung der Restmüllmengen je gefertigtem Schrank geführt. Diese Einsparung konnte durch verschiedene Einzelmaßnahmen wie die Verbesserung der Abfalltrennung sowie die Verbesserung der Recyclingquoten bei verschiedenen Materialgruppen erreicht werden.

Im Jahr 2018 wurden im Rahmen des Hersteller Energiemanagements neue Techniken zur Energiemessung eingeführt. Mit dieser neuen Messtechnik können noch detailliertere Kennzahlen zum Energieverbrauch ermittelt werden. Das schafft eine verbesserte Datenbasis für die dauerhafte Optimierung des Energieverbrauchs, da getroffene Maßnahmen künftig effizienter und besser bewertet werden.

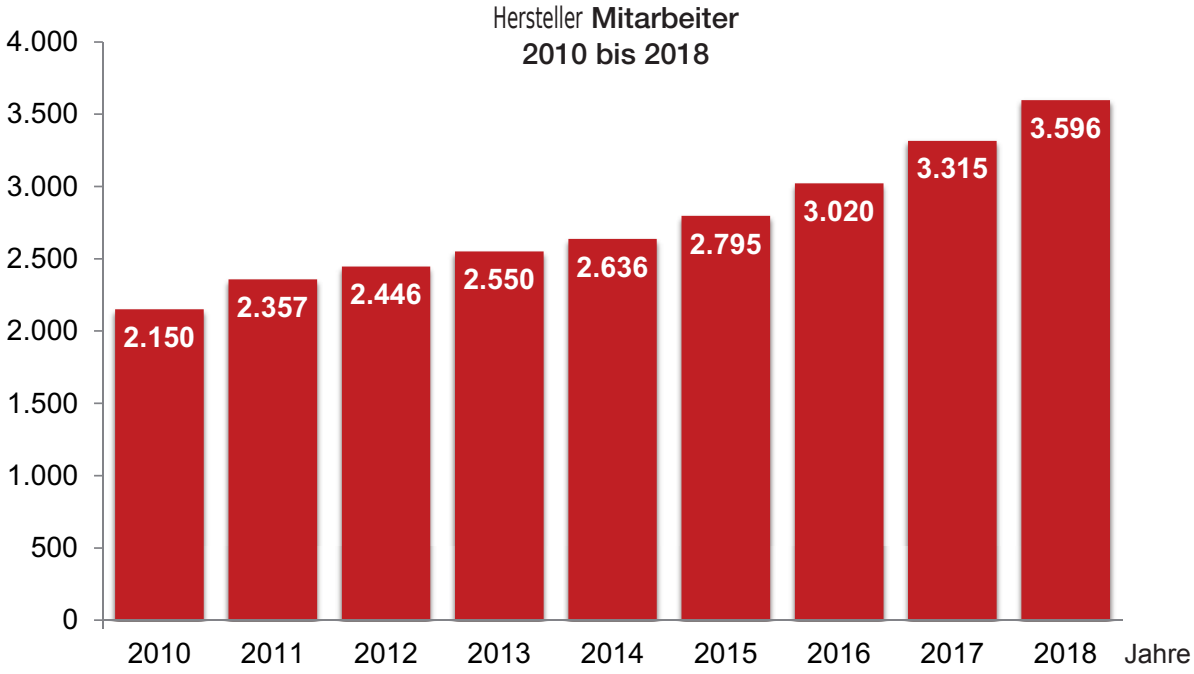
Im Bereich des Brandschutzes wurde die Kooperation mit der regionalen Feuerwehr intensiviert und ausgebaut. Bei Hersteller beschäftigte Mitglieder der Feuerwehr werden bei ihrer Tätigkeit in umliegenden Feuerwehren unterstützt. Die Kollegen gehen eine Doppelmitgliedschaft bei der ortsansässigen Feuerwehr ein und werden vom Unternehmen für Einsätze und Übungen freigestellt. Des Weiteren unterstützen die Mitarbeiter bei internen Notfällen und sind in die Hersteller Notfallplanung eingebunden.



7. Mitarbeiter und Ausbildung

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

Mit 3.596 Mitarbeitern zum Jahresende 2018 liegt die Zahl der Beschäftigten um 281 Mitarbeiter über dem Vorjahr. Im Zusammenhang mit dem Ausbau der Fertigungskapazitäten lag der Fokus der Neueinstellungen in einer Personalaufstockung in beiden Werken. Weitere Schwerpunkte für Neueinstellungen waren die Bereiche Vertrieb und Fuhrpark.



Quelle: Hersteller



Um die hohe Zahl der Neueinstellungen trotz der strukturellen Herausforderungen am Arbeitsmarkt realisieren zu können, wurden 2018 vielfältige, teils neue Wege in der Bewerberansprache verfolgt. Klassische Recruiting-Maßnahmen wurden durch die Ansprache über professionelle Netzwerke, die Teilnahme an Jobmessen und die Durchführung von Bewerbertagen im Hause Hersteller ergänzt. Medial wurden diese Maßnahmen durch Radio-Spots und Videos zu Jobprofilen flankiert.
Wir legen viel Wert auf eine ausgeglichene Altersstruktur. Um diese zu erhalten und um der demografischen Veränderung Rechnung zu tragen, bemühen wir uns, alle Generationen bei Hersteller gleichermaßen zu fördern und unterschiedliche Lebensphasen zu berücksichtigen. Hierzu zählen zum einen verschiedene Altersteilzeitangebote, aber auch der Ausbau von Home-Office-Arbeitsplätzen und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen, um eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu gewährleisten.

Aus- und Weiterbildung

Die interne Ausbildung und die berufliche Weiterbildung sind uns wichtig. Hierbei berücksichtigen wir unterschiedliche Ausbildungswege. Aktuell erlernen 124 junge Menschen einen von zehn kaufmännischen oder technischen Berufen im Unternehmen. In 2018 haben 51 neue Auszubildende und Studierende ihre berufliche Qualifikation bei Hersteller begonnen. Zum Ausbildungsportfolio zählen auch drei duale Studiengänge in den Fächern Betriebswirtschaft, Holztechnik und Wirtschaftsingenieurwesen. In diesem Ausbildungsweg wird eine betriebliche Ausbildung bei Hersteller mit einem Bachelor-Studium kombiniert. Derzeit absolvieren 15 Studierende ein solches praxisorientiertes Studium bei Hersteller.
Die Pflege internationaler Geschäftsbeziehungen gehört in vielen Berufsfeldern bei Hersteller mittlerweile zum Tagesgeschäft. Daher runden Fremdsprachenunterricht und die Möglichkeit, im Rahmen der Ausbildung einen Auslandsaufenthalt zu absolvieren, das Ausbildungsangebot bei Hersteller ab. Im Anschluss an die erfolgreichen Abschlussprüfungen wurde auch im

Jahr 2018 allen Auszubildenden ein Arbeitsplatz im Unternehmen angeboten. In unseren Weiterbildungsprogrammen haben wir 2018 Wert auf Maßnahmen gelegt, die die Flexibilität unserer Mitarbeiter erhöhen und diese weiter qualifizieren. Dazu zählen umfangreiche Sprachtrainings, die sowohl im Hause als auch webbasiert durchgeführt werden können. Rund 100 Mitarbeiter nutzen derzeit diese Möglichkeit. Weitere Schwerpunkte waren Weiterbildungsmaßnahmen zur Vermittlung von Projektmanagement-fähigkeiten sowie der Ausbau von spezifischen Softwarekenntnissen.







Aufgrund der hohen Neueinstellungsquote im vergangenen Jahr und in Vorbereitung auf die Qualifikation neuer Mitarbeiter an unseren zusätzlichen Produktionsstandorten haben wir unsere Einarbeitungsprogramme für neue Mitarbeiter unternehmensweit optimiert und standardisiert. Im Vordergrund stehen hierbei vor allem unser Anspruch an Produkt- und Prozessqualität, der Umgang mit unseren Kunden, der Umgang miteinander und die Vermittlung der Hersteller Unternehmenskultur.

Hersteller **Gesundheitsmanagement**

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber möchten wir zur Förderung und zum Erhalt der Gesundheit unserer Mitarbeiter beitragen. Deshalb haben wir mit unserem Gesundheitsmanagement den Fokus auf die Entwicklung von entsprechenden Präventionsmaßnahmen gelegt. In 2018 wurden erstmalig bei Hersteller Gesundheitstage mit einem vielfältigen Angebot durchgeführt.

Dieses reichte von der Hautkrebsvorsorge über Arbeitsplatzbrillen und Grippeschutzimpfungen bis zum Cardio Scan. Zudem wurde bei Hersteller das „Sportnavi“ eingeführt. Über dieses Programm haben Hersteller Mitarbeiter Zugriff auf ein breit gefächertes Angebot aus den Bereichen Sport, Fitness und Wellness. Mehr als 500 Mitarbeiter nutzen bisher dieses Programm. Zudem wurde 2018 die Möglichkeit eingeführt, über Hersteller ein Dienstrad zu leasen. Bereits 400 Mitarbeiter haben dieses Angebot im vergangenen Jahr in Anspruch genommen.







Engagement

Wesentlich für den anhaltenden Erfolg von Hersteller und ein Beispiel für die hohe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen sind das persönliche Engagement und die Ideen der Mitarbeiter. Über das Hersteller Ideenmanagement – die „Ideenküche“ – wurden 2018 mehr als 1.000 Ideen eingereicht; rund 800 wurden noch im selben Jahr zur Umsetzung gebracht.
Ende 2018 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 1.700 Euro brutto erhalten. Der Aufwand für das Unternehmen belief sich insgesamt auf mehr als 6 Millionen Euro.



8. Gesamtwirtschaftlicher Ausblick und Prognose

In 2018, einem Küchenjahr dessen Verlauf sich als durchaus herausfordernd und hybrid charakterisieren lässt, hat sich Hersteller erneut gut entwickelt. Insofern konnte das Unternehmen seinen langjährigen und eigenständigen Wachstumskurs im Inland sowie im Ausland konsequent fortsetzen.

Auch wenn der Sachverständigenrat seine Prognosen zum Jahreswechsel noch einmal nach unten korrigiert hat, rechnen wir für das Inlandsgeschäft in unserer Branche mit einer stabilen Nachfragesituation in 2019. Steigende Netto-Einkommen, eine niedrige Arbeitslosenquote, eine starke Baukonjunktur sowie eine leicht positive Konsumneigung schaffen dafür keine schlechte Basis.

Nach einem kräftigen Wachstum in 2017 hat sich die konjunkturelle Dynamik in vielen Volkswirtschaften wieder etwas abgeschwächt. Der Aufschwung der Weltwirtschaft hält jedoch bislang an. Unabhängig davon hat der Gegenwind aus dem außenwirtschaftlichen Umfeld merklich zugenommen. Handelskonflikte, Währungsturbulenzen und ein zunehmender Protektionismus belasten die Weltwirtschaft und haben die allgemeine Unsicherheit über die wirtschaftliche Entwicklung erhöht. In Europa besteht weiterhin Unklarheit bezüglich des Brexits. Im Euro-Raum bergen nicht zuletzt die hohe Verschuldung und die politische Unsicherheit in Italien Risiken für die Stabilität der Währungsunion. Aus den Vereinigten Staaten kommen Signale für einen weniger dynamischen Verlauf. Insofern gehen die internationalen Organisationen in ihren Konjunkturprognosen von einer im Vergleich zu den Vorjahren abgeschwächten, aber weiterhin aufwärtsgerichteten Entwicklung der Weltwirtschaft aus.

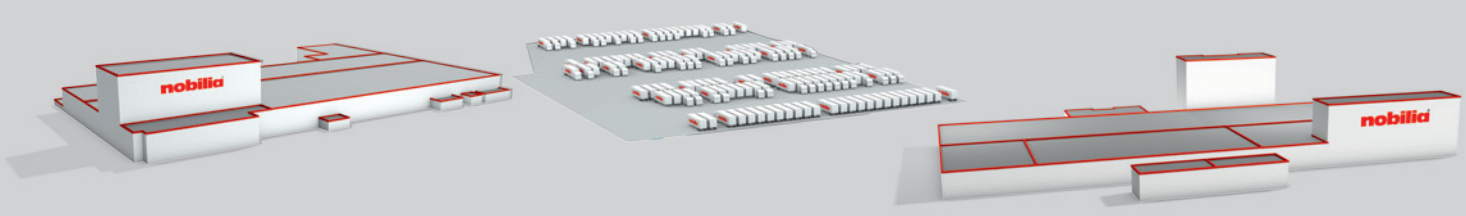
In einem so heterogenen wirtschaftlichen Umfeld bleibt die Unabhängigkeit von einzelnen Ländern und Märkten für Hersteller von entscheidender Bedeutung. Hersteller hat sich mit seinem weltweiten Exportgeschäft in rund 90 Ländern der Erde gezielt breit aufgestellt. Mit unserem vielseitigen Produktspektrum und unseren hohen Ansprüchen an Produkt- und Servicequalität sind wir für



die individuellen und komplexen Anforderungen im Exportgeschäft sehr gut vorbereitet. Die deutsche Einbauküche genießt weltweit einen ausgezeichneten Ruf. Insofern bietet das Auslandgeschäft aus unserer Sicht nach wie vor ein vielfältiges Wachstumspotenzial für Hersteller.

In einem zunehmend komplexer werdenden Geschäftsumfeld blicken wir vorsichtig optimistisch auf das aktuelle Jahr. Unsere langfristige Strategie zur Fortsetzung eines profitablen organischen Wachstums wollen wir weiter fortsetzen.

WERK III **STANDORT IV** **WERK V**



Daten und Fakten 2018

Umsatz:	1.228 Millionen Euro
Exportquote:	47,7 %
Handelskunden:	in über 90 Ländern weltweit
Marktanteil Inlandsmarkt:	Menge: 30,3 % / Wert: 33,2 %
Mitarbeiter:	3.596
Produktionsstätten:	2 in Verl, Ostwestfalen
Produktionsfläche:	250.000 m², davon: 110.000 m² in Werk I, Verl-Sürenheide 140.000 m² in Werk II, Verl-Kaunitz
Produktionszahlen:	727.000 Küchen / Jahr 7,27 Millionen Schränke / Jahr 1,69 Millionen Arbeitsplatten / Jahr ca. 3.300 Küchen / Tag ca. 33.300 Schränke / Tag
Investitionen:	128 Millionen Euro
Eigener Fuhrpark:	200 LKW und 700 Auflieger 360 qualifiziert geschulte Fahrer
Frachtvolumen:	2.700.000 m³ / Jahr
Fahrtstrecke Lkws:	19,8 Mio. Kilometer / Jahr
Geschäftsführung:	Dr. Lars Bopf (Vors.) Michael Klein Frank Kramer Dr. Oliver Streit

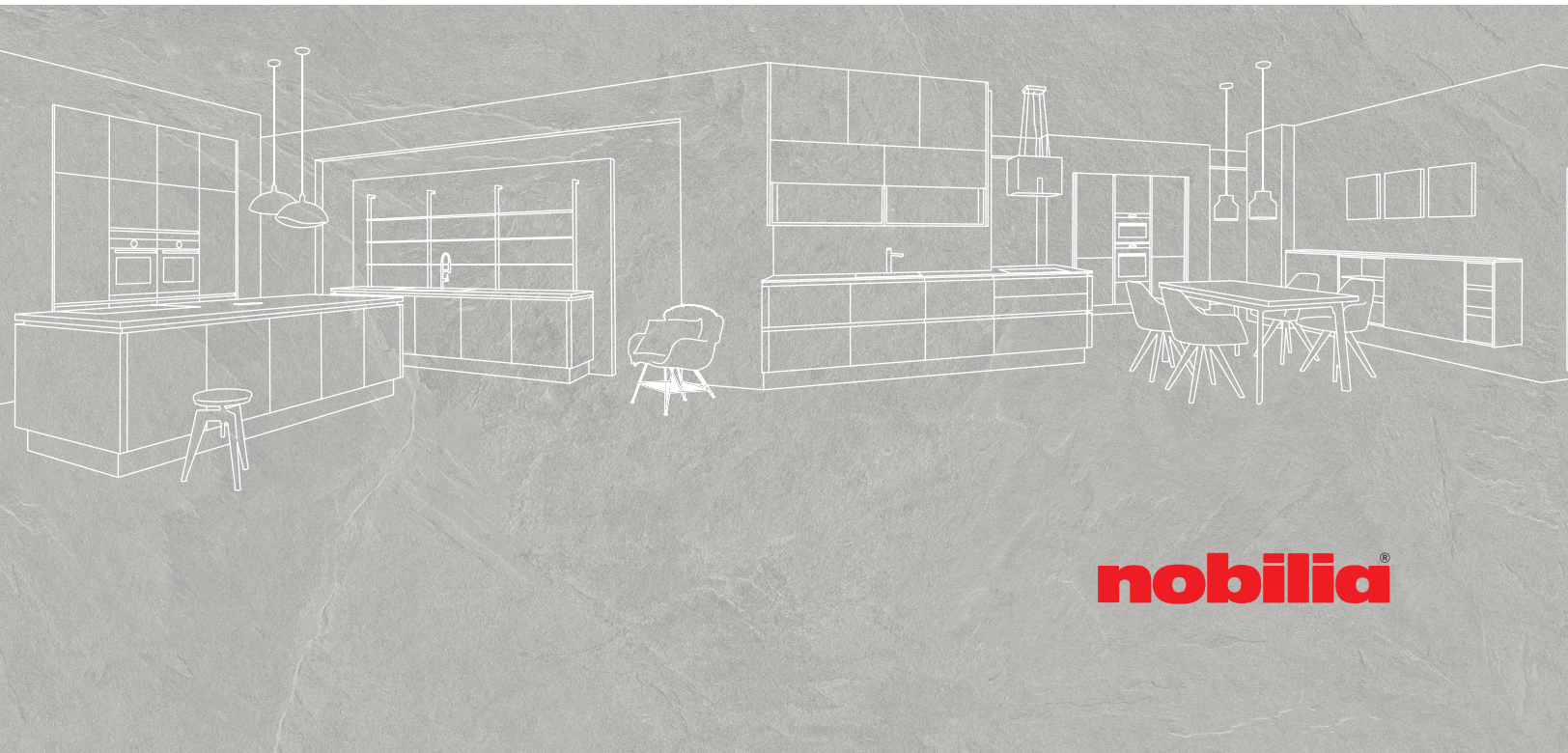


Pressekontakt:

Sonja Diermann

Hersteller
Hersteller
Seçkin Sk. No: 2-4A / 5853-57
34406 İstanbul

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



nobilia®