

Ergebnisse: 1. Schnittstellengipfel der Möbelbranche

Beim 1. Schnittstellengipfel der Möbelbranche in Hamburg diskutierten Experten von namhaften Unternehmen der Branche in verschiedenen Thesen über Prozessoptimierung in der Möbel- und Einrichtungsbranche.

1. Der Möbelhandel ist Service-resistent. Versteht der Möbelhandel Service als Pflicht oder Kür? Wie offen steht der Möbelhandel neuen Dienstleistungen gegenüber? An welchen Punkten in der Prozesskette besteht der größte Innovationsstau? **Dietmar Weber, IWO furn:** „Im Handel herrscht eine Beratungsresistenz beim Aufbau von neuen Services. Beispiel Dropshipping: Es gibt eine Menge Offlinehändler, die nun auch online verkaufen. Die Bestellungen im Online-Shop werden per Dropshipping abgewickelt – für die auf der stationären Fläche initiierten Bestellungen gilt das hingegen nicht. Das macht aus meiner Sicht keinen Sinn. Es ist aber leider so, dass viele Händler sich nur ungern beraten und ihre Prozesse von Dienstleistern analysieren lassen wollen. Denn die Prozesse sind ja „schon immer so gewesen“.“
2. Minenfeld Prozess-Management. Wie managt man Prozesse effizient? Welche Infrastruktur ist nötig, um Prozesse zu optimieren? Wer ist für das Prozessmanagement verantwortlich? **Dietmar Weber, IWO furn:** „Wir haben zuletzt ein spannendes Projekt zum Thema Auftragsklärung umgesetzt. So haben wir herausgefunden, dass viele Hersteller gar nicht verstehen, was der Händler bei ihnen bestellt. Denn noch immer werden Bestellungen handschriftlich per Fax übermittelt. Die Onlinehändler arbeiten in dieser Hinsicht professioneller, da sie vordefinierte, digitale Bestellformulare verwenden und somit keine Missverständnisse entstehen können. Wir haben also einen Polstermöbelhersteller gefragt, bei wie vielen Bestellungen Nachfragen aufkommen. Das war bei 30 Prozent aller Aufträge der Fall. Bis zur Klärung eines Sachverhalts dauert es dann sieben bis zehn Tage. Es vergeht also eine gute Woche, bevor der Auftrag überhaupt erst in die Produktion gehen kann. Und auch für die Klärung des Sachverhalts gibt es keine standardisierte Lösung. Heißt: Auch in der zweiten Runde ist die Informationsübermittlung höchst fehleranfällig.
Bei jeder elektronischen Rechnung kann ein Händler zwischen 3 und 10 Euro sparen. Ein großer Filialist spart so leicht über 50.000 Euro pro Monat, das haben wir in vielen Projekten nachgewiesen. Leider unterhalten sich Geschäftsführer aber lieber über Themen wie E-Commerce oder Marketing, die vermeintlich attraktiver sind als Kostensenkung durch Prozessoptimierung.“
3. Tempo als Erfolgsfaktor. Ist der Kunde ungeduldiger als früher? Sind Lieferzeiten von zwölf Wochen heute noch zeitgemäß? Wie lässt sich die Branche auf Trab bringen? **Dietmar Weber, IWO furn:** „Verfügbarkeit und

Lieferzeiten wurden vom stationären Handel über viele Jahre hinweg als gottgegeben angesehen – acht Wochen war das Zeitmaß aller Dinge. Niemand hatte einen Anlass gesehen, sich einmal genauer damit zu befassen, ob diese Dauer überhaupt gerechtfertigt war und ob sich diese Zeitspanne eventuell reduzieren ließe. Und jetzt haben wir die Situation, dass ein Onlineshop simple Produkte innerhalb von zwei Tagen liefern kann und der Wettbewerbsnachteil mit einem Mal manifest ist. Viele stationäre Händler reagieren auf diesen neuen Wettbewerb, indem sie selbst einen Onlineshop eröffnen. Dabei geht es doch vielmehr darum, erst die Infrastruktur dafür einzurichten. Zunächst sollte die Langsamkeit bekämpft werden. Dann kann man über weitere Schritte nachdenken.“

4. Insourcing vs. Outsourcing. Hat die Tendenz zum Insourcing zugenommen? Wie macht sich ein Dienstleister unentbehrlich? Wie stark ist der Wettbewerb unter Dienstleistern? **Dietmar Weber, IWOfurn:** „Ich glaube, es ist ganz typisch für weite Teile des Möbelhandels, dass er uns Dienstleister wie Lieferanten betrachtet. Genauso wie ein Händler seine Hersteller wechselt, ist er prinzipiell auch dazu bereit, seine Dienstleister auszutauschen. Solche Schüsse gehen allerdings oft nach hinten los. Auf Industrieseite sehe ich viel eher die Bereitschaft, ein partnerschaftliches Verhältnis zu pflegen. Das Gute an der Branche ist, dass alle immer genau schauen, was die anderen machen. Wenn ein Pilotprojekt oder eine neue Dienstleistung sich bewährt, folgen auch weitere diesem Beispiel.“
5. Die digitale Durchdringung. Wie digital ist der Möbelhandel im Branchenvergleich? Welche Schritte in Richtung Web sind für Industrie und Möbelfachhandel sinnvoll? **Dietmar Weber, IWOfurn:** „Wir haben dem Möbelhandel im Rahmen eines Seminars mal das Angebot gemacht, die iBeacon-Technologie in Form eines Pilotprojekts zu testen – kostenfrei, versteht sich. Daraufhin hat sich niemand gemeldet, obwohl dort alles vertreten war, was Rang und Namen hatte.“

Fazit eines gelungenen Events: Tempo, Beharrungsvermögen und Expertise sind die grundlegenden Eigenschaften, die an den Schnittstellen vonnöten sind, um die Möbelbranche voranzutreiben.

www.iwofurn.com



Fotos: Christoph Niemann, Ferdinand Holzmann Verlag GmbH

Bei Fragen steht zur Verfügung:

Hannes Becker
IWOfurn Service GmbH
Marketing Manager
hannes.becker@IWOfurn.com

Max-Eyth-Str. 38 - 71088 Holzgerlingen
Telefon: +49 (0)7031 46 17 450
www.iwofurn.com