

KLÖBER

Ende eines Hoffnungsträgers

Seit über 75 Jahren versteht sich dieser Hersteller als ein Unternehmen, das von der Leidenschaft für gesundes Sitzen geprägt ist. Vor zwei Jahren sollte ein neuer Manager die klare Positionierung als Premium-Marke weiter verankern. „Mit seinen vielfältigen Vertriebserfahrungen vor allem in den mittelständisch geprägten Strukturen der Branche“, so teilte der süddeutsche Bürostühle-Anbieter seinerzeit mit, „qualifizieren ihn für die anspruchsvolle Aufgabe, die Marke ‚Klöber‘ für die Zukunft auszurichten.“ Indes: Mit dem Label und der Marktposition von ‚Klöber‘ ging es keineswegs aufwärts. Ganz im Gegenteil: Die Erosion beim Umsatz und Gewinn setzte sich sogar während der guten Branchenkonjunktur fort.

„Zum Ende dieses Monats verlässt Brian Boyd das Unternehmen auf eigenen Wunsch“, lautet die jüngste PR-Mitteilung der Klöber GmbH in Owingen. Das ist jetzt schon der zweite Abgang eines Geschäftsführers innerhalb von weniger als zwei Jahren. Am 17. April 2015 trennte sich Dr. Olaf Kreyenkamp, der bis dahin gemeinsam mit Brian Boyd die Geschäftsführung verantwortete, in gegenseitigem Einvernehmen vom Unternehmen. Er war seit 2012 als Geschäftsführer für den kaufmännischen und technischen Bereich des Herstellers von Bürositzmöbeln verantwortlich.

Über die Gründe seiner überraschenden Demission will sich Boyd über die ausgesprochen wortkarge PR-Erklärung hinaus nicht verbreiten. Die Gelegenheit zu einer entsprechenden Erklärung nahm er angesichts einer INFO-MARKT-Anfrage nicht wahr. Interessant in diesem Zusammenhang:

Bei seinem Amtsantritt holte er gerne viel weiter aus und autorisierte vor zwei Jahren seine Personalie mit einem großzügig ausgelegten und vollmundigen Kommentar zur eigenen Selbstdarstellung. „Er bereichert unsere Geschäftsführung um einen ausgewiesenen Profi. Seine Nähe zu den gegenwärtigen Veränderungen im Objektvertrieb sowie sein herausragendes Gespür für Menschen und für Marken bringt er künftig für die verstärkte Positionierung der Marke Klöber im Premium-Markt ein“, teilte das Unternehmen mit. Damit wurden zugleich die Ambitionen skizziert, die mit der Besetzung des neuen Hoffnungsträgers verbunden waren.

Der Geschäftsführer des bayrischen Unternehmens war seit Mai 2014 in dieser Position für Marketing und Vertrieb verantwortlich. Seit 1988 arbeitet der Ire im Vertrieb von Wohn- und Büromöbeln. Er blickt auf eine Tä-



Ex-Klöber-Geschäftsführer Brian Boyd: Die bisher zugänglichen Zahlen, die der Klöber-Chef während seiner gut zweijährigen Tätigkeit ablieferte, dürften bei den Anteilseignern alles andere als Freude auslösen.

tigkeit im Großkunden-Geschäft und bei der Zusammenarbeit mit Handelspartnern für verschiedene Unternehmen sowohl in den deutschsprachigen als auch in den internationalen Märkten zurück. Bei Haworth in Deutschland war er als Gesamtvertriebsleiter zuständig. Anschließend stand er als Geschäftsführer der deutschen Tochtergesellschaft der Scandinavian Business Seating AS (HÅG) auf der Payroll.

Für uns ist offensichtlich, dass er Erwartungen der Muttergesellschaft Sedus Stoll AG, die seit 1999 an Klöber mehrheitlich beteiligt ist, nicht erfüllte. Denn die bisher zugänglichen Zahlen, die der Klöber-Chef während seiner gut zweijährigen Tätigkeit ablieferte, dürften bei den Anteilseig-

nern alles andere als Freude auslösen.

So erzielte Klöver im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von knapp über 21,0 Millionen Euro und einen operativen Gewinn von 835.000 Euro. Ein Jahr zuvor fakturierte der Hersteller aus Owingen noch 22,2 Millionen Euro und ein vergleichbares Ergebnis von



Klöber-Vertriebsleitung Frank Hörmann (l.) und Peter Dreitz (r.): Mit der neu strukturierten Verkaufsorganisation ist Klöver seit Anfang 2015 gut aufgestellt und sie kann auch von Waldshut gut geleitet werden.

1,2 Millionen Euro. Das entspricht einem Rückgang von 5,5 Prozent beim Umsatz und einem Minus von 30,7 Prozent beim Profit. Erwähnenswert in diesem Zusammenhang sind auch die Aufwendungen aus Gewinnabführung an die Muttergesellschaft in Höhe von knapp 760.000 Euro (2015) und 1,1 Millionen Euro (2014).

Da die Zahlen aus 2016 noch nicht vorliegen, ist anzunehmen, dass der Sedus Stoll-Mutter der Abgang von Boyd eigentlich nicht ungelegt kommen kann. Von einer Stärkung der Marke ‚Klöber‘ im Premium-Markt kann jedenfalls keine Rede sein.

Überhaupt: Die Marktposition des Unternehmens hat sich in den zurückliegenden Jahren völlig unabhängig von Boyd kontinuierlich verschlechtert. In 2000 erreichte das Unternehmen einen Umsatz von 35,7 Millionen Euro, in 2007 rutschten die Erlöse auf 27,8 Millionen Euro und in 2015 an die 20-Millionen-Euro-Grenze.

Das entspricht einem von Einbruch immerhin über 40 Prozent. Auch die Eigenkapitalquote rauschte in den Keller. In 2012 lag sie bei 35,82 Prozent und in 2015 bei nur noch 12,04 Prozent. Sicherlich war mit der Einstellung von Boyd seitens der Muttergesellschaft die Erwartung verbunden, dass er diesen Negativtrend, zumal in der Phase einer überaus guten Branchenkonjunktur, durchbricht und für eine signifikante Verbesserung der abgelieferten Zahlen sorgt.

Die Entwicklung bei Klöver korrespondiert mit der hohen Wettbewerbsintensität im deutschen Bürostühle-Geschäft und dem ruinösen Preisverfall, der das Shake-out unter den Anbietern forciert. Es ist offensichtlich, dass im Premium-Segment in den modernen Bürolandschaften das Programm aus Sesseln, Sofas und den „Klima-Stühlen“ angesichts der permanenten Schlechtwetterlage im Sitzmöbel-Bereich immer weniger auszurichten ist.

Die prekären Aussichten dürften nach unserer Ansicht nicht ohne Folgen bleiben. Zunächst muss sich das Management bei Sedus Stoll fragen, ob nach Boyd überhaupt einer neuer Häuptling in Owingen installiert werden

sollte. Denn mit der neu strukturierten Verkaufsorganisation ist Klöver mit Peter Dreitz und Frank Hörmann seit Anfang 2015 gut aufgestellt und sie kann auch von Waldshut gut geleitet werden. Dreitz führt den Vertrieb der Region Süd mit den Gebieten Baden-Württemberg, Saarland, Hessen, Bayern und Rheinland-Pfalz, und in der Region Nord verantwortet Hörmann die Vertriebsleitung mit den Gebieten Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Berlin, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen.

Damit nicht genug: Wie lange, so unsere Frage, wird es sich Sedus Stoll angesichts der angespannten Marktverhältnisse noch leisten können, mit zwei verschiedenen Unternehmen und der damit verbundenen Bindung an doppelte Ressourcen in Entwicklung, Produktion und Administration aufzutreten? Die Hoffnung, die sich abzeichnende Marktberingung zu überleben und nach dem Shake-Out wieder von geordneten Verhältnissen und stabileren Preisen zu profitieren, könnte sich allzu leicht als eine Fehlkalkulation erweisen. – Eine Stellungnahme von Sedus Stoll zu diesen Überlegungen und dem Abgang von Boyd konnten wir leider bis Redaktionsschluss nicht erhalten.

Angeblich wird Boyd in der Geschäftsführung der Thonet GmbH auftauchen und der Branche erhalten bleiben. In dem inhabergeführten Unternehmen wird nach unseren Informationen unter den Familienmitgliedern nach Kräften mit dem Säbel gerasselt und somit dem Betriebsklima eine individuelle Note verliehen. Man darf daher gespannt sein, wie lange der Ire den neuen Job durchhält. ■



ERFOLG LÄSST SICH EINRICHTEN

fm Büromöbel gehört zu den führenden Herstellern in Deutschland und bietet mit einem umfangreichen Büromöbelprogramm individuelle Lösungen für Büro- und Arbeitswelten. Unser Werk in Bösel arbeitet mit einer der modernsten Fertigungsanlage der Büromöbelhersteller. Dadurch garantieren wir ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis, höchste Qualität und kurze Lieferzeiten.



Büromöbel



Klicken und mehr erfahren ...

PAPERWORLD 2017

Sonderschau ‚Büro der Zukunft‘

Die Veranstalter dieser Messe, die vom 28. bis 31. Januar 2017 stattfindet, wollen ihrem Publikum einen Blick in das Büro der Zukunft gewähren. Die Fachbesucher sollen auf der Fachmesse für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren in Frankfurt am Main die Arbeitswelt von morgen erleben. Wie die vielfältigen Anforderungen an neue Formen der Zusammenarbeit und der zunehmenden Digitalisierung konkret aussehen und was bereits heute umsetzbar ist, zeigt die neue Sonderschau ‚Büro der Zukunft‘ mit konkreten Beispielen in der Halle 3.0 C51.

„Die neue Sonderschau richtet sich an alle Fachbesucher der Paperworld, die einen Blick in das Büro von morgen werfen möchten. Zusätzlich ist sie auch sehr interessant für Architekten, Innenarchitekten, Planer und Facility Manager, denn sie zeigt, wie in ein paar Jahren unser Arbeitsplatz konzipiert sein kann. PBS-Herstellern zeigt die Sonderschau, welche neuen Chancen sich in der Produktentwicklung durch die veränderte Arbeitswelt ergeben“, sagt Michael Reichhold, Leiter der Paperworld.

Die neuen Raumkonzepte mit neuen Produkten und die Aufteilung von Kommunikationszonen

für den spontanen Wissenstransfer und das interne Get-together mit Kollegen, die Konzentrationszone als Rückzugsort, die Meeting-Zone zum Informationsaustausch mit externen Gästen und die Inspirationszone zum Entspannen oder Anregen neuer Ideen sollen die Paperworld-Fachbesucher in der neuen Show konkret und aktiv erleben.

Eine große Relevanz erhalten die Faktoren Klima, Akustik, Ergonomie und Verpflegung. Der Fachbesucher erlebt die Zonen des ‚Büros der Zukunft‘ live und taucht ein in die Möglichkeiten und Bedürfnisse von morgen.

Er entdeckt innovative Produkte – von interaktiver Präsentationstechnik über ergonomische Büromöbel bis hin zu digitalen Schreibgeräten und individuell regelbarer Beleuchtung. Täglich stattfindende Führungen, Vorträge und Best Practice-Beispiele verdeutlichen zusätzlich die Möglichkeiten und Innovationen des Büros der Zukunft.

Die Planung und Gestaltung der Fläche übernimmt die Architektenplattform World-Architects gemeinsam mit dem Architekten



Paperworld-Leiter Michael Reichhold: „Die neue Sonderschau ist auch sehr interessant für Architekten, Innenarchitekten, Planer und Facility Manager.“

André Schmidt aus Berlin. Der Konzeption der Sonderschau ist eine Studie vorausgegangen, die sich mit der Frage beschäftigt, wie sich unser Arbeitsplatz verändert. Die Studie ‚Working Spaces 2025‘ wurde vom Pragma Institut im Auftrag der Messe Frankfurt für die Paperworld durchgeführt. Sie hat ergeben, dass sich das Büro der Zukunft stärker an die durch Digitalisierung und Globalisierung veränderten Arbeitsabläufe, Kommunikationsbedürfnisse und neuen Modelle der Zusammenarbeit anpassen wird.

61 Prozent der befragten deutschen Beschäftigten im Büro fordern bereits heute flexiblere Strukturen in der Büroumgebung. Umso wichtiger wird es für Unternehmen, ihren Mitarbeitern eine offene Bürolandschaft mit Rückzugs- sowie Meeting-Möglichkeiten



Paperworld-Einblick in die Arbeitswelt von morgen am Beispiel von Steelcase: Schlagwörter wie Industrie 4.0, Cloud Computing, Internet of Things und Big Data begleiten diese Veränderungen und führen zu einem Umdenken in der Arbeitswelt.



We KNOW HOW to #MakeYourSpace



Folgen Sie uns



www.NowyStylGroup.de

Nowy Styl GmbH

Jubatus-Allee 1

D-92263 Ebermannsdorf

T +49 9438 949-0

E info@nowystylgroup.de

ten zu schaffen. Die Büroarbeit wird flexibler, multilokal, individueller und nachhaltig. Schlagwörter wie Industrie 4.0, Cloud Computing, Internet of Things und Big Data begleiten diese Veränderungen und führen zu einem Umdenken in der Arbeitswelt.

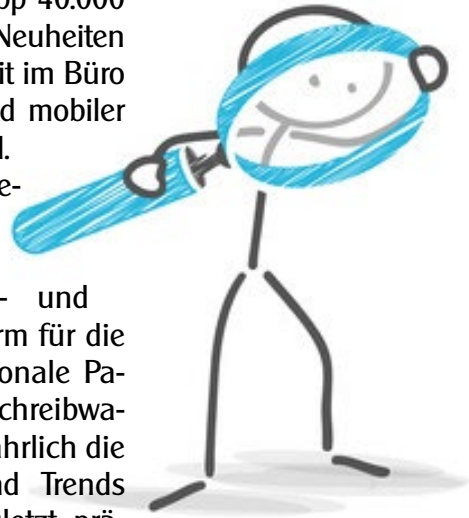
Zusammenarbeit und Selbstorganisation werden zu entscheidenden Erfolgsfaktoren im komplexen und digitalen Arbeitsumfeld. Auch die Wirtschaftlichkeit im Sinne von Flächeneffizienz spielt im Büro der Zukunft eine entscheidende Rolle. Weiche Faktoren wie Betriebsklima, flexible Arbeitsmodelle und Work-Life-Balance gewinnen an Bedeutung. „Wir haben uns auf die Studienergebnisse, aktuelle Entwicklungen und Zukunftsmodelle gestützt, um die Sonderschau auf der Paperworld 2017 zu realisieren. In rund zehn Jahren wird sich zeigen, wie gut wir das ‚Büro der Zukunft‘ umgesetzt haben. Aber ich bin optimistisch und glaube, dass wir bereits jetzt einen sehr guten Eindruck der Arbeitswelt von morgen abbilden können“, sagt Kooperationspartner und Architekt der Sonderschau André Schmidt.

Die ausstellenden Hersteller von Bürobedarf, Accessoires und Einrichtung versprechen auch mit ihren innovativen Produkten und Neuheiten einen ersten Ausblick auf den Arbeitsplatz von morgen. In den Hallen 3.0, 4.0 und 6.0 finden die Besucher Bürogeräte, Büroeinrichtung und -ausstattung, Organisations- und Präsentationsmittel, Büropapiere, Schreib- und Zeichengeräte, EDV- und Druckerzubehör sowie wiederaufbereitete Druckermaterialien. Diese Produktvielfalt bildet alle Segmente des ‚visionary office‘ ab und ist in dieser Tiefe und Breite

nur in Frankfurt am Main zu finden. „Die Fachbesucher sehen auf der Paperworld auf knapp 40.000 Bruttoquadratmetern Neuheiten und Trends, die die Arbeit im Büro effizienter, gesünder und mobiler machen“, sagt Reichhold.

Die Veranstalter bezeichnen die Paperworld als „die weltweit wichtigste Informations- und Kommunikationsplattform für die nationale und internationale Papier-, Bürobedarf- und Schreibwarenbranche“. Sie zeigt jährlich die neuesten Produkte und Trends der PBS-Industrie – zuletzt präsentierten sich 1.608 Aussteller aus 59 Ländern. Die Paperworld liefert innovative Business-Ideen für den Groß-, Einzel- und Fachhandel, für Buchhändler, Internet- und Versandhandel sowie für gewerbliche Endverbraucher. Mit 36.733 Einkäufern und Fachbesuchern aus 139 Ländern (69 Prozent kommen von außerhalb Deutschlands) ist die Paperworld die internationalste Messe ihrer Branche. Die Paperworld wartet mit einer Produktbreite und -tiefe von Büro- und Schulbedarf über Geschenkartikel, Verpackungen und Druckerzubehör bis hin zu exklusiven Papeterieprodukten

INFO@MARKT NEU



**LIEFERANTEN-
LEXIKON
in den INFO-MARKT
Produkt-Datenbanken**

www.infomarkt.de

sowie Schreib- und Zeichengeräten für den privaten und gewerblichen Bedarf auf. Zusätzlich bietet sie mit ihrem vielseitigen Event- und Kongressprogramm abwechslungsreiche Inspirationen und Branchen-Know-how. ■

KINNARPS

Personelle Verstärkung

Isabell Hertlein ist seit Jahresbeginn 2017 bei dem Büromöbel-Hersteller aus Worms neue Verkaufsleiterin für die Region Süd. Die Diplom-Betriebswirtin bringt elf Jahre Erfahrung in der Büromöbel-Branche und der Händlerkooperation mit.

Damit soll sie im Süden das Team um Vertriebsleiter Robert Hahn bei der Intensivierung der Beziehung zum Fachhandel stärken. Die neue Verkaufsmanage-

rin übernimmt diese Aufgabe von dem bisherigen Verkaufsleiter Süd Jürgen Bott. Der wird sich künftig als Dealer Development Manager deutschlandweit auf

©2016 Steelcase Inc. Alle Rechte vorbehalten. Die hier verwendeten Marken sind Eigentum der Steelcase Inc. oder ihrer jeweiligen Besitzer.



FrameFour®
Fokussieren. Im Team arbeiten. Zusammenarbeiten. Treffen.

Unser Büroalltag ist geprägt vom ständigen Wechsel zwischen Einzel- und Gruppenarbeit, gemeinsamen Aktivitäten und Rückzug. FrameFour ermöglicht fließende Übergänge – mithilfe eines sorgfältig abgestimmten Ökosystems aus Schreibtischen, Benches, Team- und Besprechungsbereichen für das ganze Büro.

steelcase.de

Steelcase®



Wer sich um den Nachwuchs kümmert, erntet die Zukunft.

**Stellen@Markt
www.infomarkt.de**

Besuchen Sie unser Stellen@Markt Portal

**Account Manager (m/w)
Office Technol**

KLICKEN SIE HIER,
um die vollständige Anzeige im INFO-MARKT Stellen@Markt-Portal zu sehen

Key Account Manager (w/m)

KLICKEN SIE HIER,
um die vollständige Anzeige im INFO-MARKT Stellen@Markt-Portal zu sehen

Surepress Engineer (m/w)

KLICKEN SIE HIER,
um die vollständige Anzeige im INFO-MARKT Stellen@Markt-Portal zu sehen

die strategische Entwicklung des Fachhandels konzentrieren.

Hertlein begann ihre Berufslaufbahn nach dem BWL-Studium an der Fachhochschule Heilbronn und einem Abschluss als MBA in North Carolina/USA bei dem Objektseinrichter VS Vereinigte Spezi-

almöbelfabriken. Nach drei Jahren als Gebietsverkaufsleiterin für Süd- und Westeuropa übernahm sie 2008 die Niederlassungsleitung von Mobilier VS in Paris. 2012 kehrte sie für die Position der International Key Account Managerin nach Deutschland zurück. ■

IMPRESSUM INFO-MARKT GmbH Fischerstraße 49 D-40477 Düsseldorf Tel.-Nr. 0211/687855-0 Fax 0211/687855-25 redaktion@infomarkt.de
 INFO-MARKT ist eine wirtschaftlich unabhängige Publikation, die aktuell über den Büromöbelmarkt berichtet ■ Sie ist urheberrechtlich geschützt ■ Nachdruck, Vervielfältigung und E-Mail-Versendung sind gemäß unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom 15. Juli 2015 nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet ■ Zuwiderhandlungen werden von uns zivil- und strafrechtlich verfolgt ■ Gerichtsstand ist Düsseldorf ■ Alle Nachrichten erfolgen nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr ■ Herausgeber und Chefredakteur: Diplom-Volkswirt Hans-Joachim Schneider ■ Redaktion: Carola Merten, Irina Müller ■ Layout+Grafik: Daniela Imlau ■ Preise: Jahresabonnement 180 Euro zzgl. gesetzl. MwSt., Einzelartikel über unseren Online-Shop unter www.infomarkt.de für 9,80 Euro zzgl. gesetzl. MwSt. ■ Kündigung des Abonnements sechs Wochen vor Vertragsende