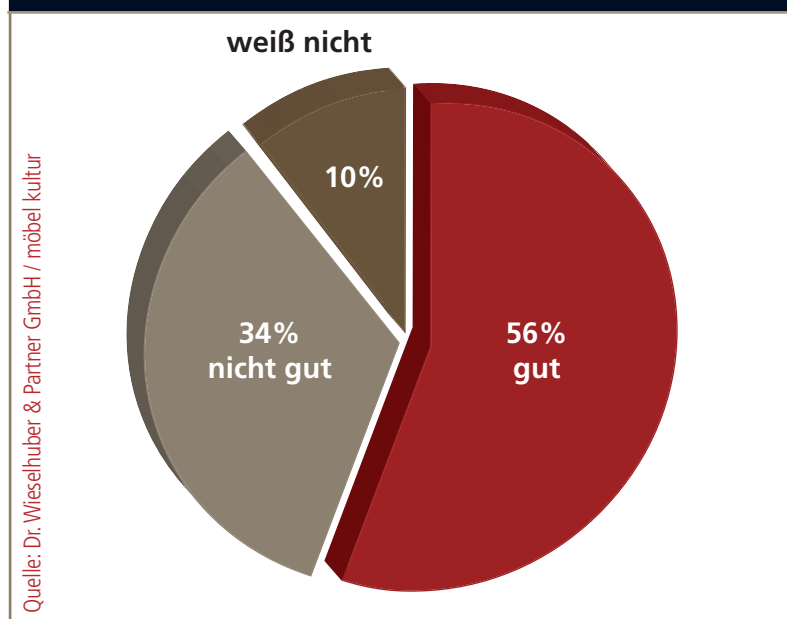


Future-Index Frühjahrsbefragung: Küchenanbieter weniger optimistisch

# Kein (Heu)Schreck-Gespenst

## PRIVATE EQUITY TUT GUT!



Wie bewertet die deutsche Möbel- und Zulieferindustrie ihr Standing im internationalen Wettbewerb? Aufschluss darüber gibt die aktuelle Frühjahrsbefragung zum „Future-Index“, den die „möbel kultur“ gemeinsam mit der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner bereits zum dritten Mal durchführte. Spannendes Ergebnis: 87 Prozent der Befragten glauben, dass die Bedeutung von „Private Equity“ steigt und 74 Prozent rechnen damit, dass daraus bessere Wachstumschancen entstehen können.

Erstaunliches Ergebnis: 56 Prozent aller Manager und Führungskräfte, die bei der Frühjahrsbefragung zum „Future-Index“ teilgenommen haben, finden es gut, dass sich Finanzinvestoren für die Möbelbranche interessieren. „Private Equity“ ist also für die Möbelbranche offenbar in erster Linie kein (Heu)Schreck-Gespenst. Im Gegenteil: Durch externes Eigenkapital hat ein Möbelhersteller bessere Wachstumsmöglichkeiten sagen 74 Prozent und 53 Prozent sind davon überzeugt, dass die Industrie damit bessere Überlebenschancen besitzt. Mehr als zwei Drittel der Befragten erwarten in den nächsten drei Jahren eine zunehmende Bedeutung von externem Eigenkapital. Das Thema, das im Übrigen im Mittelpunkt

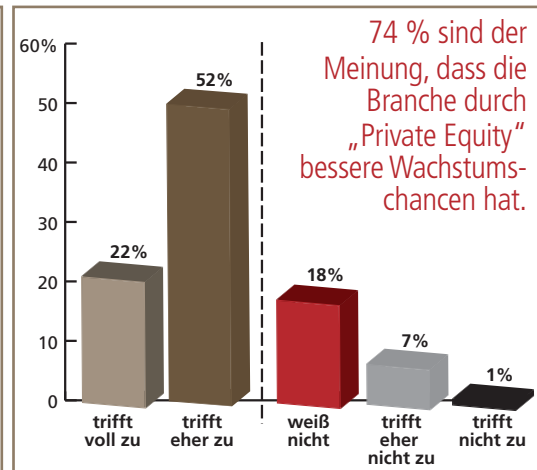
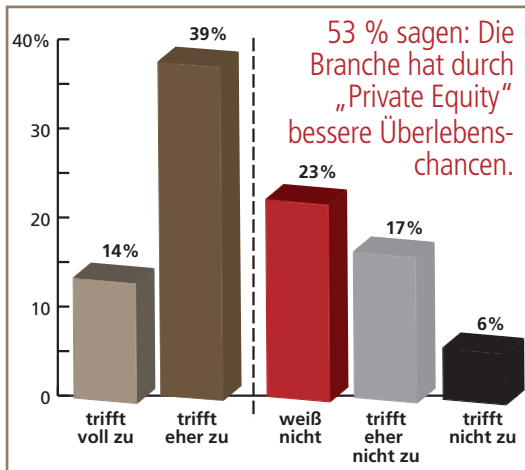
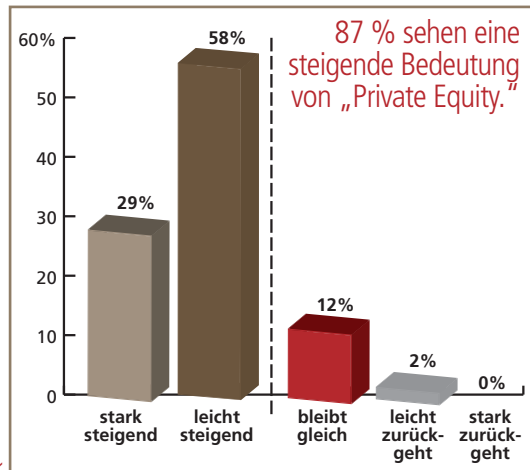
des zweiten Fachsymposiums steht, das Dr. Wieselhuber & Partner am 5. und 6. Juni gemeinsam mit der „möbel kultur“ in Frankfurt veranstalten (siehe auch S. 84), ist also hochaktuell.

Gleichwohl sehen die Teilnehmer der Onlinebefragung auch durchaus die Problemfelder, die mit externem Kapital verbunden sind. So ist die Hälfte der Meinung, dass „Private Equity“ die Führungskräfte in einem Unternehmen verunsichert. „Grund genug für Investoren, sensibel mit Leistungsträgern umzugehen und diese frühzeitig in die Prozesse zu integrieren“, erläutert Dr. Timo Renz von der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner. „Denn letztendlich müssen die unternehmerischen Engpassfaktoren im Einklang miteinander ste-

Wie bewerten Sie generell die Tatsache, dass Finanzinvestoren sich für die klassisch inhabergeführte Möbelbranche interessieren bzw. in die Branche investieren?

Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung in Bezug auf „externes Eigenkapital in der Möbelbranche“ ein?

Quelle: Dr. Wieselhuber & Partner GmbH / möbel kultur

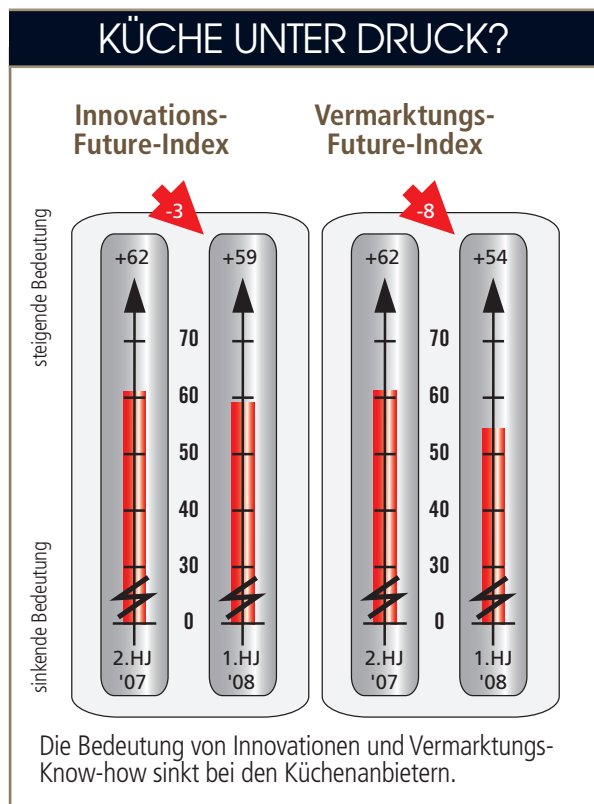


Bedeutung externes Eigenkapital in der Möbelbranche in den nächsten drei Jahren?

Durch externes Eigenkapital hat ein Möbelhersteller bessere Überlebenschancen?

Durch externes Eigenkapital hat ein Möbelhersteller bessere Chancen zu wachsen?





Während die Produzenten von Küchen beim Export-, Wertschöpfungs- und Organisations-Future-Index von einer steigenden Bedeutung ausgehen, bewerten sie den Innovations- und Vermarktungs-Index in den nächsten 12 Monaten als weniger wichtig.

und rangiert jetzt somit bei 61 Punkten. Und sind auch in Sachen Wachstumstreiber positiv gestimmt.

## INDUSTRIE IST POSITIV GESTIMMT

Doch wie sind die Erwartungen insgesamt in Bezug auf die nächsten 12 Monate? Darüber gibt der aktuelle Gesamt-Future-Index Auskunft (siehe S. 81 oben), der sich nach einem Rückgang von drei Punkten diesmal wieder leicht um einen Punkt auf 51 erhöhte. Wenngleich die Segmente Wohnen und Polstermöbel um drei bzw zwei Punkte nachgaben. Insgesamt also nach wie vor sehr stabile, positive Erwartungen der deutschen Möbel- und Zulieferindustrie, die zweifelsohne von den Ausfuhrphantasien genährt werden. Der Export-Future-Index legte denn auch um neun auf 40 Punkte zu. Wobei alle Bereiche

bis auf Wohnen deutliche Sprünge nach oben machten – sich also optimistisch bezüglich der Erschließung neuer Absatzmärkte zeigen. „Insbesondere Osteuropa ist zurzeit ein starkes Thema bei den Unternehmen“, interpretiert Dr. Timo Renz. Parallel dazu scheinen Asien und Nordamerika als Exportmärkte momentan an Bedeutung zu verlieren.

Verblüffend: die Einzelbetrachtung der Küchenanbieter, die zwar auch beim Export eine gute Weiterentwicklung vermuten, jedoch eine abnehmende Relevanz in puncto Innovationen und Vermarktungs-Know-how. Und das, obwohl gerade der letztgenannte Aspekt bei allen anderen Segmenten als steigend eingeschätzt wird.

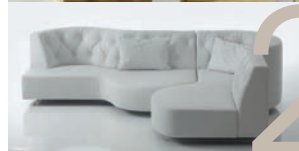
Die nächste Onlinebefragung zum Future-Index findet wieder im November statt. Wollen Sie mitmachen? Eine kurze Mail an [rta.breer@holzmann.de](mailto:rta.breer@holzmann.de) genügt.

Rita Breer

## 5 THESEN VON möbelkultur & Dr. Wieselhuber & Partner GmbH Unternehmensberatung



**1** ÜBERRASCHEND: DIE WACHSTUMSVERWÖHNTEN KÜCHENHERSTELLER ZEIGEN SICH 2008 WENIGER OPTIMISTISCH. DA DIE SCHÜBE IN DEN VERGANGENEN JAHREN AUS DEM EXPORT RESULTIERTEN, WERDEN DIE CHANCEN BEI DEN AUSFUHREN AKTUELL OFFENBAR SCHLECHTER BEWERTET.



**2** UNVERÄNDERT ZUM VORJAHR BLICKEN DIE POLSTERMÖBELHERSTELLER IN IHRE ZUKUNFT. WÄHREND BEI DEN EXPORTEN POTENZIAL GESEHEN WIRD, SIND DIE ANBIETER SKEPTISCH IN PUNCTO INNOVATIONEN UND VERMARKTUNG.



**3** KONSTANT IM VERGLEICH ZUM VORJAHR, DAFÜR ABER DEUTLICH ZUVERSICHTLICHER ALS IM 2. HALBJAHR 2007 SCHÄTZEN DIE ZULIEFERER IHR STANDING EIN. DIE EXTREM HOHE INTERNATIONALITÄT HEIZT DIE WACHSTUMSFANTASIEN WEITER AN.



**4** AUSSERGEWÖHNLICH GUT SEHEN DIE HERSTELLER IM SEGMENT SCHLAFEN IHRE AUSSICHTEN FÜR DIE NÄCHSTEN 12 MONATE. WAS FAKTISCH NICHT NACHVOLLZIEHBAR IST. MÖGLICHER GRUND: ANDERE, DIESMAL OPTIMISTISCHERE TEILNEHMER BEI DER BEFRAGUNG.



**5** DAS SEGMENT WOHNEN BLEIBT WEITER SCHWIERIG WIE DER JÜNGSTE VERKAUF VON BRINKMANN EINDRUCKSVOLL BELEGT. DIE NEGATIVTENDENZ DES FUTURE-INDEX SETZT SICH WEITER FORT. VOM ERSTEN HALBJAHR 2007 BIS AKTUELL VERLIERT DIESER 6 PUNKTE UND LIEGT JETZT BEI +46.

## FACTS & FIGURES

■ **Komplette Dokumentation:** Alle Ergebnisse der aktuellen Frühjahrsbefragung sowie der Befragungen 2007 zum Future-Index sowie die Systematik der Index-Werte finden Sie unter: [www.holzmann.de/future\\_index](http://www.holzmann.de/future_index)

■ **Zielsetzung des Future-Index:** Halbjährliche Erhebung eines Benchmarks für die Möbelhersteller und die Zulieferindustrie. Zu diesem Zweck werden im März und Anfang November jeweils Onlinebefragungen bei den Top-Entscheidern und Führungskräften der Branche durchgeführt.

■ **Pläne:** Auch 2009 soll der Future-Index mittels Onlinebefragung wieder im März und November erhoben werden.

■ **Vorgeschichte:** Die renommierte Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner aus München ermittelte gemeinsam mit der „möbel kultur“ erstmals 2006 im Rahmen der größten Top-Entscheider-Studie in Deutschland und Österreich den Future-Index der Möbelindustrie. Dazu veranstalteten die beiden Kooperationspartner im September 2006 ein Fachsymposium in Düsseldorf (siehe auch möbel kultur 10/2006).

④ Mehr Infos: [www.wieselhuber.de](http://www.wieselhuber.de)