

Zum Gipfel des Erfolgs

Vom kleinen Vollsortimenter zum Möbelhandel 4.0: Gewaltige Verwerfungen durchschüttelten die Branche in den letzten 20 Jahren. Daraus resultieren neue Herausforderungen für die Industrie, die sich parallel dazu auf die unterschiedlichen Bedingungen immer wieder neu einstellen musste. Dr. Wieselhuber & Partner und die „möbel kultur“ stellen die Erfolgsfaktoren im Vertrieb für die Zukunft heraus, mit denen die Hersteller den Rendite-Gipfel erreichen können.

SAVE THE DATE
Nächste
Branchenwerkstatt
9. November
im Hettich Forum in
Kirchlengern



So sah die Handelslandschaft vor 2000 aus: Viele Vollsortimenter mit kleinen und mittelgroßen Flächen standen im regional überschaubaren Wettbewerb. Damals zählte noch der persönliche Kontakt zwischen den Möbelhausinhabern und den Herstellern. Man traf sich auf den Messen, stellte Sortimente zusammen – und die Welt war in Ordnung. Doch die Zeiten haben sich gravierend verändert. Allein der jüngste Zusammenschluss von Union und dem Einrichtungspartnerring VME zeigt, wie sehr sich der Konzentrationsprozess zuspitzt. Der E-Commerce sowie die Filialisierung der Großen verschärft die Situation zusätzlich. Doch wohin geht die Route? Von Step-by-Step wie bei einer gemütlichen Klettertour kann kaum die Rede sein. „Wir gehen davon aus, dass die Flächenexpansion in Zukunft deutlich abnehmen wird, auch wegen der rückläufigen Frequenzen“, schätzt Philipp Prechtel, Senior Manager bei Dr. Wieselhuber & Partner, das Szenario ein. „Der Onlinemöbelhandel wird zunehmend profitabler werden und Cross-Channel heißt das Erfolgsmodell.“ Auch der Direktvertrieb der Industrie werde zunehmen. Für die Möbelproduzenten bedeutet das ganz klar, neu in Kundensegmenten zu denken. Big Data lautet das Stichwort, das die enge und detaillierte Orientierung auf die spezielle Klientel skizziert. Such- und Empfehlungsmarketing und ein perfekter After-Sales-Service werden das Sahnehäubchen des Erfolgs künftig ausmachen.

RITA BREER



Das Dossier mit allen Beiträgen zur Branchenwerkstatt in den letzten Jahren gibt es per QR-Code.