



## Bei den Möbelhändlern knirscht es im Gebälk

Wien - Dem Möbelhändler Kika/Leiner stehen harte Zeiten ins Haus. Österreich-Chef Gunnar George will jeden Stein dreimal umdrehen. Jeden der 50 österreichischen Standorte mit rund 5400 Mitarbeitern will er unter die Lupe nehmen. Prüfen, ob das Konzept noch zeitgemäß ist - und das möglichst rasch. In sechs bis acht Wochen soll klar sein, wie es mit dem Filialnetz weitergeht. Potenziellen Renovierungsbedarf ortet George eher im ländlichen Raum. Wobei Schließen die schlechteste aller Alternative sei, so George bei einer Pressekonferenz in Wien. Diese hatte vor allem einen Zweck: die Kunden zu beruhigen.

Die Unsicherheit angesichts der Finanzknappheit infolge der Turbulenzen bei der Mutter Steinhoff sei hoch gewesen, sagt George: „Die Umsätze bei teuren Küchen sind deutlich zurückgegangen.“ Kunden richtet er aus, dass sie „ihre Möbel bekommen, die Anzahlungen liegen weiter auf einem Treuhandkonto“. Jetzt will George vor allem wieder eines: in ruhigeres Fahrwasser kommen, um sich für die Zukunft aufzustellen.

Da gibt es einiges zu tun. Die erst im Vorjahr gestartete Diskont-Linie Lipo wird möglicherweise wieder eingestampft. Auch die Zahl der Lieferanten, die schon 2017 von 1700 auf 1100 gesunken ist, soll weiter reduziert werden. Große wie Ada, Team 7 oder Dan müssten sich keine Sorgen machen. Man wolle keine Preisreduktion verhandeln, sondern „die Komplexität“ reduzieren und sich von meist asiatischen Lieferanten günstiger Ware trennen.

Gleichzeitig will die Möbelkette investieren. 50 bis 60 Millionen sollen in eine effizientere Logistik, in die Modernisierung mancher Filialen, aber auch in eine zeitgemäße EDV fließen. Ob die Zukunft eine unter dem Dach von Steinhoff sein wird, sagt George nicht zu beantworten. Wollte sich Steinhoff wieder von Kika und Leiner trennen, wäre das nach seiner Ansicht „im Moment keine so gute Idee“. Wiewohl Kika/Leiner grundsätzlich „gesund“ sei: „Aber

Der Möbelhändler Kika/Leiner will die Krise als Chance sehen und sich fit machen. Leicht wird das nicht, denn neue wendige Player treiben die trägen Traditionshäuser vor sich her.

Regina Bruckner



Neben Küchen und Schlafzimmern verkaufen die Möbelhändler auch Lifestyle. Nicht selten billige Produkte aus Asien. Die Gewinnspannen sind hier hoch. Zum Überleben reicht das allerdings nicht.

Fotos: AP

wir verdienen nicht so viel, um unser nachhaltiges Wachstum zu finanzieren.“ So habe man im vergangenen Jahr 150 Millionen Euro investiert, die sich nicht aus dem Mittelzufluss (Cashflow) stemmen ließen. Operativ habe Kika/Leiner eine schwarze Null geschrieben. Grundsätzlich ste-

hen die Chancen für Kika/Leiner gut, sagt Peter Schnedlitz, Handelsexperte der Wirtschaftsuniversität Wien. Was er aber auch anmerkt: „Gewinn und Verlust liegen bei einer Umsatzrendite von zwei bis drei Prozent nahe beiein-

ander.“ Wer die Zügel nur ein bisschen schleifen lässt, ist rasch auf der Verliererseite. Denn der Markt ist heiß umkämpft und hoch konzentriert. Zwei Drittel der Gesamtumsätze von rund 4,5 Milliarden Euro erwirtschaften die drei Großen: die heimische XXXLutz-Gruppe, Kika/Leiner und Ikea.

Wobei XXXLutz und Kika/Leiner vor Jahren gleichauf waren, mittlerweile ist die Lutz-Gruppe mit ihren 100 Filialen davongezogen und durch Zukäufe neben Ikea zu einem der größten Player Europas herangewachsen. Das Möbelhaus aus Schweden treibt die Branche vor sich her. Auch wenn Ikea hierzulande keine zehn Filialen hat, ist der Konzern hochproduktiv: 3000 Euro je Quadratmeter im Jahr erwirtschaften laut Schnedlitz die Traditionshäuser, bei Ikea sind es bis zu dreimal so viel. Alleine Ikea Vösendorf macht 300.000 Euro Umsatz im Jahr, Kika/Leiner kam im Vorjahr mit all seinen Filialen auf 800.000.

Und es drängen neue Player auf den Markt und nehmen die Eingesessenen, die in den vergangenen Jahrzehnten zu unbeweglichen Schlachtschiffen mit großen Flächen herangewachsen sind, in die Zange. Die sitzen auf viel stationärem Ballast - dank heftiger Expansion vor vielen Jahren, als man schnell vor der strenger werdenden Raumordnung Standorte eröffnete. Mit 2,7 Millionen Quadratmetern ist die Dichte an Verkaufsfläche europaweit im Spitzenfeld. Die Neuen kommen frisch und frei daher. Kleine wendige Online-Spezialisten wie Home 24 oder Westwing teilen ihr Interesse mit Anbietern wie dem spanischen Bekleidungsriesen Inditex, der mit Zara Home ebenso mitnischen will wie die deutsche Einrichtungskette Butlers. Daneben mischen mit einem Marktanteil von rund 20 Prozent familiengeführte Unternehmen vor allem in Zusammenschlüssen wie Garant oder Wohnunion mit.

Der Kampf um die Kunden wird erbittert gefochten. Denn der Kuchen wird nicht größer, der Markt stagniert, sagt Wolfgang Richter vom Standortberater RegioPlan: „Dass der Druck in der Branche hoch ist, sieht man schon daran, dass die Werbeausgaben im Fernsehen ganz extrem hoch sind.“

## „Mit Büromöbeln allein ist heutzutage kein Staat mehr zu machen“

Markus Wiesner über den Wandel des Möbel-Generalisten Wiesner-Hager zum Bürospezialisten und künftige Herausforderungen

Günther Strobl

Altheim/Wien - Es gibt zwei Brauereien, eine Mühle und mehrere Gewerbebetriebe in Altheim. Auch das Holzbauunternehmen Wiehag und der Möbelhersteller Wiesner-Hager haben ihren Sitz in der 5000 Einwohner zählenden Stadtgemeinde im Bezirk Braunau. Nicht zufällig sind beide Nachbarn. Wiesner-Hager und Wiehag waren bis 1991 ein Betrieb.

Nach langem Streit ging man getrennte Wege. „Alles aufzudröseln war schwer genug. Wir haben das letztlich gut hinbekommen“, sagt Markus Wiesner, der die Möbelsparte übernommen hat, dem STANDARD. Sein Cousin Erich hat den Bereich Holzkonstruktionen weitergeführt - Wiehag Holzbau.

Markus Wiesner, ein gelernter Maschinenbauer, hat sich 1997 auf die Ausstattung von Büros spezialisiert. Das Unternehmen ist Österreichs Marktführer bei Bürodrehstühlen und Objekteinrichtungen. Der Name geht auf

Rudolf Wiesner und Sebastian Hager zurück, zwei Halbbrüder.

„Als Generalist hatten wir keine Chance mehr angesichts der beginnenden Globalisierung und des Aufbrechens der Märkte“, sagt Wiesner. Der Preisdruck, der von Lieferanten insbesondere aus Osteuropa bei Sitzgruppen ausgelöst wurde, sei zu groß geworden.

Das Geschäft mit der Gastronomie, einer der Haupteinnahmequellen bis dorthin, ließ man sausen; auch entledigte man sich des restlichen Bauchladens (etwa Stühle für die Gastronomie) und konzentrierte sich auf Büroausstattung. „Dort hatten wir Kompetenz, dort glaubten wir uns am besten vor Konkurrenz schützen zu können. Das hat einige Zeit sehr gut funktioniert. Das geschrumpfte Marktvolumen in Österreich machten wir durch Exporte wett“, sagt Wiesner.

Die Niederlassungen in Deutschland, Niederlande, Frankreich und Großbritannien sind heute noch ein wichtiges Rückgrat

des in fünfter Generation geführten Familienunternehmens. 1995 wurde ein zweiter Produktionsstandort im tschechischen Humpolec, auf halbem Weg zwischen Brünn und Prag gelegen, eröffnet. Dort sind rund 50 der insgesamt 314 Mitarbeiter von Wiesner-

### UNTERNEHMEN

Hager mit dem Herstellen von Polsterteilen und Vormontagen beschäftigt. Humpolec dient auch als Zentrale für Aktivitäten in Osteuropa, die nach dem herben Einbruch im Gefolge der Finanzkrise wieder kräftig angesprungen sind.

Von Ausruhen könne aber keine Rede sein, der Preisdruck sei auch bei Büromöbeln stark gestiegen, insbesondere bei Standardware. Wiesner: „Mit Büromöbeln allein ist heutzutage kein Staat mehr zu machen. Wir müssen uns mehr in Richtung Software, Beratung, entwickeln.“ Nukleus dafür ist die 1998 gegründete Tochter

Roomware Consulting GmbH. Neun Mitarbeiter sind dort beschäftigt - ein Mix aus Innenarchitekten, Betriebswirten, Planungsfachleuten. Deren Aufgabe ist es laut Wiesner, Kunden zu helfen, in den sich rasch verändernden Arbeitswelten das jeweils passende Konzept zu finden.

„Wir leben von Weiterempfehlungen“, sagt Wiesner. Roomware sei in Österreich, Deutschland und mit Abstrichen auch in Tschechien stark gefragt; andere Märkte seien noch nicht so weit bzw. folgten anderen Gesetzmäßigkeiten. Ein Trend sei jedenfalls unverkennbar im Bürobereich:

Der Stauraum gehe massiv zurück, Elektronik verdränge Papier.

In Altheim im Innviertel produziert Wiesner-Hager zum Teil in drei Schichten. Das ist nicht zuletzt dem Mangel an Facharbeitern in der Region geschuldet. Die Auftragsbücher seien voll, der Auftragseingang liege um 16,8 Prozent über jenem des Vorjahres.

Für das laufende Geschäftsjahr 2017/18 (Ende Februar) wird ein Umsatzplus von acht Prozent auf 40 Millionen Euro prognostiziert - bei einer Exportquote von 56 Prozent. Der Gewinn (EGT) wird bei zwei Millionen Euro nach 1,7 Millionen im Jahr davor erwartet.

### Firma Hartmann kauft:

- Hochwertige Pelzbekleidung
- Markentaschen von Hermes, Louis Vuitton, Dior, Chanel
- Kleinkunst, Bilder
- Porzellan, Bleikristall, Silberbesteck
- Gold- und Silberschmuck sowie Markenschmuck
- mechanische Armband- und Taschenuhren
- Münzen, auch ganze Münzsammlungen

**Kontakt:**  
Ronny-Hartmann.at oder  
telefonisch: 0650/584 92 33  
Seriose Abwicklung  
Abholung vor Ort  
Barzahlung.