

Expertenrunde Textil: Warum sich die deutsche Polstermöbelindustrie neu aufstellen muss

# DIE POTENZIALE liegen in den Prozessen

Egal ob es um den Informationsaustausch mit anderen Branchen, neue Materialien oder Investitionen in der Produktion geht – die Polstermöbelbranche agiert langsam, wenig innovativ und kaum risikobereit. Warum das so ist, sollte der „Expertengipfel Textil“ klären, der auf Einladung der „Interzum“ und der „möbelfertigung“ in Köln stattfand. Dabei wurde deutlich, dass die Branche mit Problemen wie dem Preisverfall der Produkte, enormem Importdruck sowie einer explodierenden Variantenvielfalt kämpft. Auswege aus dieser Situation und Strategien für eine effiziente Produktion in Deutschland zeigen die Branchenkenner aus verschiedensten Bereichen entlang der Wertschöpfungskette auf.

# EXPERTENGIPFEL



# Was kann die Polstermöbelindustrie von anderen Branchen lernen?



Dirk-Walter Frommholz

**Bruno Lehmann:** Die Automobilindustrie beobachtet die Trends des Premium-Möbelbereichs. So gab es zum Beispiel das Ziernaht-Thema erst beim Möbel, dann im Auto. Um solche Strömungen aufzunehmen, sind die Fahrzeugproduzenten auch auf Messen wie in Mailand unterwegs. Funktionen hingegen übernimmt eher die Möbelindustrie von der Automobilindustrie. Aber insgesamt müssten die Kreativen noch stärker den Dialog miteinander suchen.

**Sebastian Bruder:** Ich finde, die Industrien befruchten sich viel zu wenig. Das erleben wir als Technologie- und Software-Anbieter regelmäßig. Wir sind Transmitter für diese Befruchtung und wollen stets den Informationsaustausch herstellen.

**Stefan Bornemann:** Ich schaue regelmäßig nach Farbthemen im Lackbereich oder, was sich im Lederbereich tut. Daraus ziehen wir uns gewisse Elemente und übertragen sie in unsere Produktentwicklung. Einen richtigen Austausch gibt es aber nicht.

**Alin Köhler:** In der Automobilindustrie lassen wir uns von vielen Bereichen inspirieren. Wobei das Segment Fashion trendmäßig zu schnell für die Autoindustrie ist. In dieser Geschwindigkeit lässt es sich

nicht oder nur bedingt umsetzen, zumal der Lebenszyklus der Produkte ein anderer ist. Bei der Autoentwicklung und bei Fashion wird höchstens das Muster „gemeinsam genutzt“, also eine Grundstruktur, die von Differenzierungsmerkmalen ergänzt wird. Eben, um Trends aufzunehmen.

Dieses Geschäft läuft dann eher über Accessoires wie Fußmatten. Wir blicken auch auf die Möbelindustrie, da sie uns ähnlicher als Fashion ist.

**Chris Nicolaes:** Neben traditionellen Möbelherstellern gibt es ja auch „Fast Interiors“. Beispielsweise die Ikeas dieser Welt. Hier ist ein Farbtrend oder ein Muster eine sehr viel schnelllebigere Sache als bei Traditionsherstellern. Und damit sind die auch viel näher an der Mode dran.

**Margarita Schäfer:** Trotzdem sind Polstermöbel und Fashion sehr unterschiedliche Bereiche. Für mich

bedeutet Fast Fashion wie von H&M und Zara jeden Monat eine neue Kollektion. So etwas ist in der Polstermöbelindustrie nicht umsetzbar. Oder wenn, dann nur in einem bestimmten Segment. H&M- und Zara-Kunden wollen modern aussehen, haben aber nicht viel im Portemonnaie.

Das Pendant dazu sind die Ikea-Häuser dieser Welt: moderne Massenware zum kleinen Preis. Da gibt es eventuell auch alle zwei Monate eine neue Couch im veränderten Look. Aber nicht im Hochwertbereich.

**Ulrike Roosen:** Vielleicht ist der beste Weg, um in den Segmenten Fashion und Polster voneinander zu lernen, der Vergleich im Hochwertbereich: Es gibt Designklassiker, die für viel Geld angeschafft werden und die einen nahezu ein Leben lang begleiten. Und die dann immer wieder mit günstigen anderen Stücken ergänzt werden.

## Teilnehmer am Expertengipfel Textil:

**Sebastian Bruder**  
Geschäftsführung Expert Systemtechnik GmbH

**Alin Köhler**  
Designerin

**Dirk-Walter Frommholz**  
Vorsitzender des Verbandes der deutschen Polstermöbelindustrie, langjähriger Geschäftsführer Frommholz

**Peter Weinmann**  
Partner Lignum Consulting

**Chris Nicolaes**  
Geschäftsführung Lectra Deutschland GmbH

**Ulrike Roosen**  
Roosen's Marketing, Beraterin Interzum, Textile & Machinery

**Margarita Schäfer**  
Consulting Application Engineering, Dürkopp Adler AG

**Arne Petersen**  
Leiter Geschäftsbereich Messemanagement

**Marcus Langner**  
stellvertr. Vertriebsleiter Bullmer GmbH

**Matthias Pollmann**  
Projektmanager Interzum, Koelnmesse

**Ditmar Oettel**  
Gebietsverkaufsleiter Bullmer GmbH

**Tino Eggert**  
Objektleiter möbelfertigung, Ferdinand Holzmann Verlag

**Stefan Bornemann**  
Geschäftsführung Erpo Möbelwerk

**Doris Bauer**  
Redakteurin möbelfertigung, Ferdinand Holzmann Verlag

**Bruno Lehmann**  
Vice President Interior, Konrad Hornschuch AG

**Sebastian Hahn**  
Redakteur möbelfertigung, Ferdinand Holzmann Verlag

**Julia Zienert**  
Corporate Publishing, Ferdinand Holzmann Verlag



Alle Fotos: Guido Schiefer



Stefan Bornemann

## Wie wichtig ist „Made in Germany“?

**Stefan Bornemann:** In vielen Auslandsmärkten sehr wichtig. Der Name Erpo steht beispielsweise in Japan oder Korea – unseren wichtigsten Exportmärkten – für Polstermöbel aus Leder „made in Germany“. Ich bin eigentlich kein großer Fan davon, jedes Produkt in dieser Form zu labeln. Aber nach meinem ersten Japan-Besuch habe ich es auf alle unsere Displays setzen lassen. Wir haben eigens dafür ein ansprechendes Logo entwickelt. Die dortigen Kunden wollen einfach wissen, ob das Möbel aus Deutschland kommt und woher das Leder stammt.

Allerdings verliert man in Asien sehr schnell „sein Gesicht“. Jedes Mal, wenn asiatische Kunden in Deutschland sind, sehen sie sich unsere Produktion an und wollen wissen, was wann und wie hergestellt wird. Würden wir woanders produzieren, wäre es für diese Kunden eben nicht mehr „Made in Germany“ und sie würden auch nicht mehr bei uns kaufen.

**Bruno Lehmann:** Interessant ist, dass deutsches Design zunehmend geschätzt wird. Vor sechs bis zehn Jahren war die Exportquote unserer Möbelindustrie relativ gering. Die letzten Jahre gab es einen Schub, der vielleicht von der global gut aufgestellten deutschen Automobilindustrie getrieben wurde, die mit hoher Qualität assoziiert wird. Das kommt auch der Möbel-

industrie zugute. Italien – einst das Vorzeigeland für Design – verliert hingegen tendenziell.

**Dirk-Walter Frommholz:** Natürlich ist der Qualitätsanspruch entscheidend. Wobei es kaum noch Polstermöbelhersteller gibt, die zu 100 Prozent „made in Germany“ produzieren. Wer das tut, ist auf Dauer in seiner Existenz bedroht. Denn vieles lässt sich sinnvoll verlagern. Heute haben viele Unternehmen den Zuschnitt und die Konfektion an Billiglohnländer abgegeben. In diesem Zusammenhang sind viele Maschinen nach Polen und Tschechien gegangen – mehr als in Deutschland installiert wurden. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen. Auch in Zukunft wird verlagert werden. Allerdings bei gleichbleibender Produktqualität, die bei großen, namhaften Unternehmen immer sichergestellt wurde und wird.

Die deutsche Polstermöbelindustrie macht in Zukunft die Modellentwicklung, produziert Kleinserien und Sonderanfertigungen. Aber das Gros wird den Weg der Auslagerung gehen müssen.

**Chris Nicolaes:** Wir arbeiten viel mit Kunden aus dem Fashionbereich. Die haben der Polstermöbelindustrie zumindest im gehobenen Segment einiges voraus: Louis Vuitton, Hermès und Co. haben ihre Marke so stark gemacht, dass sie für Exklusivität steht. So

können sie in ihren eigenen Ländern mit Gewinn produzieren. Das ließe sich auch auf Deutschland übertragen, wenn die Polstermöbelindustrie die Markenbildung intensivieren würde.

Im unteren Fashion-Preissegment verbleibt hingegen nur die Designkompetenz am Standort Deutschland, während die Fertigungskompetenz in andere Länder abwandert – zum Teil über gut strukturierte und angebundene Zulieferer. Die Markenkompetenz muss aber zwingend in Deutschland bleiben. Die Automobilindustrie macht es ebenfalls vor: Sie nutzt das starke Markenimage sowie „Made in Germany“, produziert aber nicht nur hier. Zum Beispiel wird das Interieur wie bei vielen Polstermöblern im Osten geschnitten.

**Sebastian Bruder:** Ich denke, dass die Geschichte hinter einem Möbelstück zählt. Sie steht für eine bestimmte Qualität und rechtfertigt so auch lange Lieferzeiten und einen hohen Preis.

Wir haben einen Kunden in Dänemark, der zeigt dem Kunden den Baum, den er für einen Holzstuhl verarbeiten wird. Dieser wird überhaupt erst gefällt, wenn der Kunde bestellt. Wenn ich das kommuniziere, dann kauft der Kunde auch bei mir statt beim Billiganbieter. Dies würde auch eine wirtschaftliche Produktion in Deutschland ermöglichen.



Ulrike Roosen



Arne Petersen



Sebastian Bruder

## Funktionelle Polstermöbel sind erklärungsbedürftig – Nadelöhr Point of Sale?



Marcus Langner



Alin Köhler

**Peter Weinmann:** Die Frage ist, wer am Point of Sale verkauft? Die wenigsten haben wirklich Ahnung vom Möbel und dessen Hintergrund. Aber: Je höher das Preissegment, desto erklärungsbedürftiger wird es, besonders, wenn wir über Funktionen sprechen. Das funktioniert nur, wenn der Vertrieb gut geschult wird und die nötigen Informationen an die Händler vermitteln kann.

Sonst läuft es folgendermaßen: Wenn es eine billige und eine Hochwert-Couch gibt, dann verkauft der Verkäufer die billige. Weil er den hohen Preis nicht erklären kann. Wobei im Fachhandel sicherlich mehr Verkaufskompetenz als in der Großfläche steckt. In der Fläche geht es hingegen um den schnellen Verkauf der oft billigen Möbel: also quick and dirty.

**Stefan Bornemann:** Das darf aber nicht so laufen, denn der Einkäufer ist der Erste, der mein Produkt kauft und es in den Laden stellt. Er gibt mir also die Chance, dass ein Endkunde mein Produkt überhaupt sieht. Also ist es als Hersteller meine Aufgabe, die Verkäufer für meine Produkte zu begeistern, damit sie sie in Folge optimal vermarkten.

Wir hatten früher drei Mitarbeiter im Vertrieb in Deutschland und haben seit fünf Jahren fünf Gebietsverkaufsleiter, die rund 40 Prozent ihrer Zeit damit verbringen, Verkäufer auf unsere Ware zu schulen.

**Peter Weinmann:** Haarsträubend sind die Stornofristen, die Verbände dem Handel gegenüber gewährleisten müssen. Das geht normalerweise bei fünf Tagen los und reicht bis zu zehn Tagen. Das heißt, der Handel kann die Bestellung bis zu zehn Tage nach Eingang noch verändern.

**Stefan Bornemann:** Wir haben bei hochwertigen Polstermöbeln eine besondere Situation: Im Schnitt wird alle 13,8 Jahre eine Ledergarnitur ausgetauscht. Ich muss also prinzipiell solange investieren, um eine neue Garnitur zu verkaufen, muss jedes Mal auch in Publikumsmagazinen vertreten sein, damit nach 13,8 Jahren eine Frau die Zeitschrift kauft und ihrem Mann sagt, „schau, da ist ein schönes Möbel drin“.

Unsere Aufgabe ist es, im Handelshaus so dazustehen, wie es der Darstellung einer Marke entspricht: Die Präsentation muss sauber sein, der Verkäufer muss die Produkte kennen sowie unsere Vorzüge gegenüber dem Wettbewerb. Danach wird es allerdings sehr schwer. Vor allem hinsichtlich der Preise aufgrund bestimmter Stoff- und Lederqualitäten.

**Sebastian Bruder:** Alle stöhnen über die Einkaufsverbände. Die Totengräber der deutschen Polstermöbelindustrie? Ich denke, es wird insgesamt einfach nicht mehr genug Geld verdient.

**Dirk-Walter Frommholz:** Das Problem ist sehr vielschichtig. Wenn wir über die nächste

Möbelmesse in Köln gehen, dann fragen Sie mal die Firmen, wer seine letzte Preiserhöhung hat durchsetzen können. Polstermöbel werden billiger, bedingt durch die gesamte Marktentwicklung. Gleichzeitig steigen die Kosten bei uns in Deutschland, die wir aber nicht weitergeben können. Denn wenn wir zu teuer werden, kauft die Kundschaft die Produkte aus dem Ausland.

Die Großfläche gibt den Ton an, weshalb die deutsche Polstermöbelindustrie sehr unter Druck steht. So darf ein Hersteller momentan definitiv nicht aufs falsche Pferd setzen.

**Chris Nicolaes:** Er muss sich spezialisieren, um zu überleben. Zum Beispiel als hochwertiger Leder- und Stoffspezialist wie Erpo und Frommholz. Oder Unternehmen mit 4.000 Mitarbeitern und einer Massenproduktion. Da gibt es welche, die arbeiten fast ausschließlich mit Verbänden zusammen – und das äußerst erfolgreich. Als Hersteller muss man seinen eigenen Weg finden, um sich abzusetzen.

**Bruno Lehmann:** In der Polstermöbelindustrie wurde für die Produkte in den letzten Jahren nicht mehr bezahlt, sondern weniger. Deshalb stellt sich die Frage, wie man das Produkt begehrlischer für die Leute macht. Denn Geld ist zweifellos vorhanden. Innovationen sind hier ein zentrales Thema. Nun sind die Verbände gefragt, die bislang die ganze Thematik auf den Preis reduzieren.

**Stefan Bornemann:** Innovationen müssen am POS so vermittelt werden, dass der Endkunde begeistert wird.

Viele beklagen, dass in Möbelhäusern alles gleich aussieht. Das ist aber von den Händlern und von der Industrie vielfach so gewollt – aus folgendem Sicherheitsdenken heraus: Wenn der Kunde in drei Möbelhäusern dasselbe sieht, scheint es genau so richtig zu sein.



Alle Fotos: Guido Schiefer

**Bruno Lehmann:** Es wird wieder bunter. Ich habe selten so eine „bunte“ Büromöbelmesse gesehen wie die letzte „Orgatec“. Auch die jüngsten Branchengespräche beweisen, dass Mut und Bewegung honoriert werden.

Die Farbwelten verändern sich natürlich – in Abhängigkeit von den Einsatzgebieten der Produkte. In der Bekleidung wird es immer deutlich bunter sein – es wird mit sehr ausdrucksstarken Farben gearbeitet. Bei Möbeln läuft nach wie vor viel über erdige Töne und komplementäre Farben. Es wird in Kürze ein Aquablau geben, Rot und ein paar Grüntöne, die punktuell für Kissen oder andere Accessoires eingesetzt werden.

Bei Sesseln wird mehr mit Farbe gespielt und sehr viel mehr kombiniert. Dabei gibt es auch einen Trend zum Materialmix bei Polstermöbeln. Textilien beispielsweise werden mit Leder oder Kunstleder gemischt. Zudem kommt der Leinentrend aus den 60er- und 70er-Jahren wieder. Auch strukturierte Textilien sind stark im Kommen. Bei Polstermöbeln hat Leder allerdings nach wie vor ein sehr starkes Gewicht.

Die Materialien, die wir herstellen, werden bevorzugt dort eingesetzt, wo deren Vorteile besonders zum Tragen kommen, zum Beispiel hinsichtlich der Schmutzresistenz oder der Schwerentflammbarkeit, die im Objektbereich ein großes Thema ist.

Wir decken eine große Bandbreite ab, insbesondere bei Leder- und technischen Strukturen. Letzteren widmen wir uns mehr denn je, besonders im Automobilbereich.

Insgesamt ist der Polsterbereich etwas konservativer unterwegs als beispielsweise Boden und Wand.

**Stefan Bornemann:** Alle versuchen sich momentan sehr stark am Thema Farbgebung. Auf den Hausmessen wurde viel Buntes präsentiert.

Dabei spielen gerade im Polstermöbelbereich die verschiedenen Preissegmente eine große Rolle.

So wird im unteren Bereich viel experimentiert, da die Endverbraucher die Garnituren häufiger austauschen, oft sogar schon nach zwei Jahren. Im gehobenen Seg-

ment, wo eine Garnitur 5.000, 6.000 oder 7.000 Euro kostet, werden die Möbel doch etwas konservativer „angezogen“. Dort sind hochwertige Materialien viel wichtiger.

Wir haben vor zwei Jahren einen erfolgreichen Stoff-Relaunch durchgeführt. Dabei nehmen wir bei der Entscheidung für einen Stoff alle Farben auf. Uns ist es dabei egal, ob es zwölf oder sechzig Farben sind. Wir möchten unseren Kunden eine möglichst breite Auswahl zur Verfügung stellen. Auch wenn dabei ein Farbton aufgenommen wird, der voraussichtlich niemals verkauft wird.

Gleichzeitig gehen wir sowohl bei Leder als auch Stoffen oft auf Nummer sicher.

Grobstrukturstoffe sind definitiv trendy, vom Einstiegsbereich bis ins gehobene Segment. Bei den Farben gefällt Grau, dunkles Blau ist im Kommen.

Wir arbeiten viel mit Basic-Stoffen, gemusterten Varianten nur bedingt und wenn, dann vor allem bei Accessoires wie Kissen. Ansonsten Unis mit unterschiedlichen Strukturen. Eher grob als ganz fein. Die, die ein bisschen leben, zum Beispiel dreidimensional wirken, funktionieren bei uns. Hingegen sind große Muster bei uns kein Thema, denn wir sind eher klassisch unterwegs.

**Dirk-Walter Frommholz:** Die Branche geht verstärkt Richtung Moderne, momentan liegen also unifarbene Stoffe und Leder im Trend. Der Anteil von Leder in der Polstermöbelindustrie liegt bei 26 bis 28 Prozent. Der Rest entfällt auf Textilien. Wobei der Lederanteil steigt.

Viel Inspiration kann ein Hersteller aus der Damenmode ziehen, die uns, was Farben angeht, immer ein halbes bis dreiviertel Jahr voraus ist. Dennoch ändert sich letztlich wenig, lediglich ein paar Akzentfarben. Weil es starke Abhängigkeiten gibt. So können die Möbelstoffweber nicht einfach bestimmen, was sie haben wollen, denn dazu müssten die Farbstoffe überhaupt vorhanden sein. Also muss irgendwo bereits ein zukünftiger Farbtrend vorausschauend umgesetzt werden, damit die chemische Industrie die richti-



## Welche Trends bestimmen das Polstermöbel der Zukunft?

gen Farbtöne und Farbmischungen produziert.

Dort herrscht eine Art Monopol, Farben werden auf fünf Jahre im Voraus festgelegt, woran sich jeder zu orientieren hat – egal ob Haute Couture-Fabrikant oder Polstermöbelproduzent. Alle müssen sich aus einer gewissen Farbpalette bedienen.

**Alin Köhler:** Grundsätzlich ist es wichtig, ob es sich um einen lang-, kurz- oder mittelfristigen Trend handelt. Kleinere Strömungen können in abgewandelter Form sicher einwandern. Ansonsten gibt es die Megatrends, wie die Grauwelten oder Brauntöne, die immer da sein werden. Bei Fahrzeugen gab es beispielsweise immer Schwarz, bei klassischen Fahrzeugen ein Grün, dem jeweiligen Zeitgeist angepasst. Auf der anderen Seite gibt es Farben, die für ein bestimmtes Jahr oder eine Anzahl an Jahren stehen. Zum Beispiel Weiß.

Auch hier gibt es das Sicherheitsdenken sowie Einzelkämpfer mit viel Mut, die Oberflächen in Kupfer machen und plötzlich liegt diese Optik Kupfer und Messing wieder Trend, während sie zuvor den 60ern und 70ern zugeordnet wurde.

**Margarita Schäfer:** Auffallend ist, dass der Trend im Bereich der Polstermöbel in Richtung der Verarbeitung von dickem Nähgarn geht, mit Nähgarnstärken bis zu „Nm8“ oder Flechtgarn. Auch individuelle Zierstiche wie zum Beispiel eine Kreuznaht finden mehr Anklang in der Polstermöbelindustrie, denn mit diesen können sich Hersteller von Konkurrenten abheben.



Peter Weinmann



Julia Zienert



Chris Nicolaes

## Ist Deutschland zu teuer für die Polstermöbelproduktion?



Bruno Lehmann



Sebastian Hahn

**Dirk-Walter Frommholz:** Ein entscheidender Faktor sind die steigenden Lederpreise. Hinzu kommt, dass die Nachfrage nach dem Material kontinuierlich gestiegen ist: Nicht nur in der Polstermöbelindustrie, sondern auch seitens anderer Branchen. Die Automobilindustrie setzt vor allem im gehobenen Segment ausschließlich auf Leder.

Gerade aktuell ist das Material knapp und wir haben preislich extreme Auswüchse nach oben. Zudem werden die gelieferten Qualitäten schlechter.

Umso wichtiger ist es, das Material optimal zu nutzen, was in Deutschland und Europa vielfach schon sehr gut gemacht wird. In Deutschland haben wir mit Sicherheit eine sehr hohe Kompetenz in der Verarbeitung. Und die Firmen, die ich im Hochwertbereich kenne, bearbeiten ihr Leder vor allem in Deutschland, um die Qualität si-

cherzustellen. Das geht hin bis zu den Kürschnerarbeiten. Viel Know-how steckt auch in der Fehlererkennung, um bei den Häuten um Narben, Risse und andere Verletzungen geschickt drumherum zu schneiden.

**Sebastian Bruder:** Genau darauf legen wir in unserem Unternehmen den Fokus: Der Hochwertbereich, in dem wir auch viele Kunden haben, lässt sich sehr gut automatisieren, um die Produktionskosten im Griff zu haben. Besonders in der aktuellen Wettbewerbssituation mit Unternehmen aus Osteuropa, die mittlerweile eine sehr gute Qualität herstellen – weil sie moderne Technologien konsequent nutzen. Während wir in Deutschland nach wie vor oft eine hohe Hemmschwelle in Richtung Automatisierung in der Polstermöbelindustrie erleben.

Es sollte eine Verknüpfung der Prozesse ab dem Moment der

Auftragseingabe mit übergeordneten Systemen wie ERP oder PPS geben. Sämtliche Informationen müssen automatisiert laufen. Von der Auftragsgenerierung bis zur Rückmeldung, dass ein bestimmtes Teil eines Kunden oder einer Kommission geschnitten wurde.

**Chris Nicolaes:** Wenn es um Leder geht, sitzen unsere Kunden nicht mehr in Deutschland, sondern in Polen. Die liefern hochwertige Möbel und haben den gesamten Prozess von der Pike auf durchdekliniert – auch für eine optimale Materialausnutzung. Polnische Firmen agieren vielfach deutlich weit-sichtiger und offener als deutsche. Dabei ließen sich in Deutschland viele Kostenvorteile mit den richtigen Systemen realisieren.

**Stefan Bornemann:** In der Vorstufe lässt sich sicherlich einiges automatisieren. Aber in anderen Bereichen, wie dem Nähen oder Polstern, weniger. Das wird wahr-



Alle Fotos: Guido Schiefer

scheinlich in der Polstermöbelindustrie immer händisch bleiben.

Als ich vor 23 Jahren in der Polsterindustrie anfang, wurde Leder noch komplett per Hand zugeschnitten. Wer es einmal selber probiert hat, weiß: Das ist keine einfache Tätigkeit! Dann kam ich zu Erpo und dort gab es bereits eine Stanze. Bei Zuschnittänderung musste man allerdings erst die Messer tauschen – ein langwieriger Prozess. Seit etwa 18 Jahren haben wir Cuttersysteme, aber auch nicht vollautomatisch, weil wir dort die besten Fachleute aus dem Zuschnitt rangesetzt haben.

**Chris Nicolaes:** Heute sind auch viel mehr Varianten gefragt, die ein Unternehmen schnell – und meistens durcheinander – produzieren muss. Um dabei effizient zu arbeiten, führt kein Weg an Investitionen in Automatisierung vorbei.

In Polen hat man quasi von null angefangen und konsequent in modernste Technologie investiert. In Deutschland stellt sich eher die Frage: Das Geld in neue Technik investieren oder lieber Teile der Produktion verlagern. Da fließen zum Teil auch politische Hintergründe ein.

Die Möbelindustrie befindet sich nicht als Erste in einem solchen Wandel. Die Textil- und Modeindustrie hat es vorgemacht. Interessanterweise kommen diese Bereiche aber langsam wieder zurück nach Deutschland.

In der Fashionindustrie wandert die Fertigung von Land zu Land. Erst wird eine Fertigungslandschaft aufgebaut und dann kommt die Automobilindustrie hinzu und zieht – mit höheren Gehältern – die Näherinnen ab. In Folge muss Fashion weichen. Ich gehe davon aus, dass es der Polstermöbelindustrie ähnlich ergeht.

**Stefan Bornemann:** Die Näherinnen sind definitiv ein Engpass. Hier fehlen Fachkräfte. Darüber hinaus kann nicht jede Näherin mal eben einen Bezug für ein Polstermöbel nähen.

**Dirk-Walter Frommholz:** In dieser Richtung fangen wir bei Frommholz im nächsten Jahr an, wieder auszubilden. Zuvor haben wir in Ostwestfalen immer von der Damenoberbekleidung profitiert.



Als der Herstellermarkt in den Osten ging, waren Arbeitskräfte zahlreich vorhanden. Das ging zwar nicht reibungslos, aber wer Hemden nähen kann, dem gelingen grundsätzlich auch Polsterbezüge.

**Margarita Schäfer:** Das Thema Vernetzung gewinnt in der heutigen Zeit an Bedeutung. Auf der „Texprocess 2013“ haben wir eine Marktstudie vorgestellt. Bei diesen standen die Themen programmierbare Nähparameter, Reproduzierbarkeit, Visualisierung komplexer Arbeitsabläufe und Prozesssicherheit im Vordergrund. Grundsätzlich sollte eine Näherin so wenig Einfluss wie möglich auf den Nähprozess haben, um reproduzierbare Nahtqualitäten zu gewährleisten. Aber auch die Darstellung von Nähplänen beziehungsweise Arbeitsgängen auf einem Mini-PC an der Industrienähmaschine reduziert Fehler und ermöglicht schnellere Durchlaufzeiten.

Angedacht ist auch die Vernetzung mit einem zentralen Server, der die Auftragseingänge und Auftragsprioritäten direkt an die Näh-arbeitsplätze liefert. Das ermöglicht kurze Reaktionszeiten auf Produktionsänderungen bei Einzelfertigung oder Variantenvielfalt.

Die Resonanz von den Besuchern war durchweg positiv. Nicht nur die Automobilindustrie sieht dieses Thema als zukunftsorientiert und notwendig an, es gab auch Befürworter aus der Polster-

möbelindustrie. Als nächster Schritt ließe sich der gesamte Wertschöpfungsprozess miteinander vernetzen, um somit die Effizienz einer Produktion zu steigern und auf Marktänderungen schnell reagieren zu können. Hier sehen wir große Potenziale für die Polstermöbelindustrie.

**Stefan Bornemann:** Wir produzieren zu 100 Prozent in Deutschland und wollen dies auch nicht ändern. Für andere deutsche Polstermöbelhersteller können die Chancen sicherlich bei den Prozessen liegen: Alles, was für den Erfolg entscheidend ist, sollte in Deutschland zentral gesteuert werden – von der Wareneingangskontrolle mit der Optimierung bis zum Zuschnitt. Um dann die Teile in die günstigen Länder wie Polen oder Tschechien zu liefern, wo genäht und gepolstert wird. Oft fehlt aber der Mut oder die Power, das in dieser Form umzusetzen.

Wenn ein Hersteller die Entwicklung, das Design, die Muster-näherei und den Zuschnitt hier in Deutschland hat – und den Daumen auf dem Geld – sowie über eine für die Kommission passende Logistik verfügt, mit einer Fertigung in Polen, kann er sicher auch hier überleben. Die Kernkompetenzen sollten aber immer hier in Deutschland gehalten werden.

Wir bei Erpo verfolgen einen ganz anderen Ansatz, halten alles hier in Deutschland.



Margarita Schäfer



Matthias Pollmann





Doris Bauer

**Bruno Lehmann:** Das untere Preissegment zurückzuholen ist nicht mehr möglich, dafür sind die Fertigungskosten in Deutschland zu hoch. Die Importe aus China sollten aber zumindest nicht mehr zunehmen. Im Polstermöbelbereich gibt es generell keine große Fertigung mehr in Deutschland, die Verlagerung insbesondere nach Osteuropa ist da weit fortgeschritten. Der Anteil der in Deutschland gekauften Polstermöbel, die auch in Deutschland produziert werden, ist schwer auszumachen, er wird aber wohl recht gering sein.

**Peter Weinmann:** Der Preiskampf ist enorm. Ich war bei Preisverhandlungen eines unserer Kunden mit einer Produktion in Deutsch-

land dabei. Da wurden letztlich Preislagen aufgerufen, nach dem Motto „Friss oder stirb“. Wenn es dann eh schon Umsatzprobleme gibt, gehen viele Unternehmen auf die Forderungen ein und produzieren für den Preis, selbst wenn sie am Ende drauflegen. Schließlich haben sie sonst gar keinen Auftrag und keine Auslastung.

**Dirk-Walter Frommholz:** Kein Wunder, dass die Anzahl der deutschen Unternehmen in der Polstermöbelindustrie kontinuierlich sinkt. Im Jahr 2000 waren es noch 186 Produzenten. Mittlerweile gibt es nur noch ein Drittel.

**Stefan Bornemann:** Und wie viele Produktionsunternehmen gibt es in Deutschland überhaupt noch mit einem Umsatz bis 5 oder 10 Mio. Euro? Ein kleines Unternehmen, das zu 100 Prozent Stoff verarbeitet hat und nun langsam in den Lederbereich wachsen will, kann sich ein Cuttersystem finanziell oftmals gar nicht leisten.

**Sebastian Bruder:** Deshalb geht Expert einen anderen Weg. Wir haben auch Lösungen für Unternehmen, die Stoff und Leder zusammen verarbeiten und die von der Investitionssumme überschaubar sind. Es gibt kleine Automatisierungslösungen für den Polstermöbelbereich, die auf einem S-Klasse-Niveau liegen.

Unser Gedanke ist, dass wir kundenspezifische Lösungen entwickeln. Der „Kleine“ mit 6 Mio. Euro Umsatz ist für uns kein kleiner, sondern ein großer Kunde. Der eine Systemlösung für 100.000 oder 150.000 Euro benötigt, weil er nicht mehr investieren kann. Auf der anderen Seite

gibt es andere Unternehmen, die 100 Garnituren am Tag produzieren. Man muss maßgeschneiderte Lösungen mit einer SAP-Anbindung anbieten. Wenn ein Auftrag im System ist, ist es nicht nötig, ihn noch einmal einzugeben, wenn wieder geschnitten werden soll. Dadurch lassen sich Prozesse viel schneller machen und der menschliche Faktor als Fehlerquelle minimieren – völlig unabhängig vom Umsatz des Unternehmens.

**Marcus Langner:** Wichtig zur Steigerung der Effizienz beim Einsatz von Rollenware im Stoffbereich ist das Materialhandling. Durch die steigende Anzahl an Modellvarianten und kleineren Stückzahlen pro Rolle ist ein häufigerer Materialwechsel notwendig. Bullmer bietet seinen Kunden hier passende Lösungen. Für eine wesentliche Zeitersparnis, weniger Stoffeinsatz, eine höhere Maschinennutzungszeit und damit eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Prozesskette. Zudem ist nur eine Person zur Bedienung einer solchen Anlage notwendig. Materialeinsparungen werden außerdem durch spezielle Nestingverfahren erreicht, die durch spezifische Vorgaben und Parameter optimiert werden können.

Im Lederbereich haben wir ein System mit einer Vernetzung der Daten vom Wareneingang über die Qualifizierung, das automatische Nesten, Schneiden und Ab-sortieren der Lederhaut entwickelt, und dies in Kombination mit einem Mehrzonensystem. Für kleinere Betriebe gibt es von uns ein einfaches Ledersystem für die Verarbeitung von bis zu 40 Lederhäuten pro Schicht.

## Das Angebot für die Leder- und Textil verarbeitende Industrie auf der „Interzum“ 2015

Die „Textile Production Line“ in der Halle 10.1 zeigt auf einer Sonderfläche geballt Produkte und Maschinen, die sich dem Thema der textilen Ausstattung von Automobilen widmen. Von produktionsrelevanter CAD-Software über CAM-Produkte für den Zuschnitt flexibler Materialien bis hin zu industrieller Nähtechnologie sind alle beteiligten Stufen vertreten und an der Erstellung von ausgewählten Produkten live beteiligt.

Der Experten-Workshop „Polster & Bedding“, veranstaltet von „Interzum“ und „möbelfertigung“, informiert im Vortragsbereich auf der Piazza „Textile Production Line“ über die neuesten Entwicklungen und Trends im Bereich Polstermöbel & Betten.

# Wie viel Hightech braucht das Polstermöbel?

**Bruno Lehmann:** Derzeit passiert besonders viel bei Oberflächen und dreidimensionalen Strukturen. Denn in vielen Bereichen gibt es ein großes Interesse, dreidimensionale, ungewöhnliche Strukturen anzubieten und Möbel zu produzieren, die in der Form noch nicht auf dem Markt erhältlich waren. Auch das Thema Haptik spielt eine große Rolle. Möbel sollen auch ein fühlbares Erlebnis sein.

Für den Outdoor-Bereich bieten wir synthetische Bezüge, die durch spezielle Farbpigmente die Oberflächentemperatur reduzieren. Auch sind die Themen „Easy-to-clean“ und Fleckunempfindlichkeit ganz wichtig. Man denke nur an Jeans und weiße Möbel. Hier ist schon viel passiert und wird noch viel passieren.

Es gibt auch besondere Ausprägungen mit eingebauten LEDs, wärmeleitfähigen Materialien, damit sich die Oberflächen an die Körpertemperatur anpassen oder sogar die Farbe verändern. Insgesamt wird viel mit Licht im Innenraum experimentiert. Das ist in Zukunft auch mit größeren Bezügen vorstellbar, bei dem die Farbe von einem Polstermöbel wechseln kann.

Einige Polstermöbel arbeiten mit Überzügen – eine spannende Lösung, weil sich die Optik eines Möbels durch einen Überzug leicht verändern lässt.

Last but not least glaube ich, dass das Thema Digitaldruck in Zukunft zur Individualisierung der „Möbelkleider“ beitragen wird. Es gibt schon vereinzelte Projekte in diese Richtung. Sei es mit Kunstleder oder Synthetikmaterialien oder auf Textilien gedruckt. Auf Leder ist das inzwischen auch möglich, hier sind aber noch gewisse technische Hürden zu nehmen.

**Stefan Bornemann:** Wir haben uns vor zehn Jahren mit parfümierten Stoffen beschäftigt – was aber nicht ankam. Digitaldruck ist sicherlich interessant, wenn er vernünftig eingesetzt wird. Aber auch da braucht es für die Vermarktung die richtigen Leute im Handel.

Mit Funktionen an Polstermöbeln beschäftigen wir uns bereits seit 1985. Wir gehörten hier sicherlich zu den Vorreitern.

Über eine mögliche Leitfähigkeit von Stoffen hab ich mir noch keine Gedanken gemacht. Einen leuchtenden Stoff würde ich sicher erst einmal auf unserer Hausmesse und nicht gleich auf der „Imm Cologne“ präsentieren. Vor allem um die Reaktionen des Einkaufs abzuwarten, bevor ich in Entwicklungs- oder Musterkosten investiere.

**Margarita Schäfer:** Änderungen in den Materialien können auch Auswirkungen auf den Nähprozess haben oder sogar eine Herausforderung für die nähtechnische Verarbeitung darstellen. Gegebenenfalls sind noch keine entsprechenden Näheinrichtungen vorhanden, um die neuartigen Materialien ordentlich zu verarbeiten. Das heißt, dass wir als Industrienähmaschinenhersteller auf Inputs und Anforderungen aus der Praxis wie zum Beispiel der Polstermöbelindustrie angewiesen sind, um Innovationen im Bereich der nähtechnischen Verarbeitung zu schaffen.

**Alin Köhler:** In der Automobilindustrie beschäftigen wir uns regelmäßig mit Hightech-Materialien, machen Studien und Untersuchungen dazu. Ein wichtiges Thema der Autoproduzenten sind beispielsweise Gewichtsreduzierung sowie Nachhaltigkeitsaspekte.

Für mich wäre der Einsatz eines Materials sinnvoll, das nicht nur gut aussieht, sondern auch Funktion bietet – wie etwa zu leuchten. Damit hätte das Auto im Inneren automatisch eine Ambientebeleuchtung.

Oder eine Sitzverstellung über den Stoff – das wäre auch ein Thema für die Polstermöbelindustrie. Es gab eine Vorentwicklung, in der es darum ging, im Material Informationen zu integrieren. Mit deren Hilfe kann ich, wenn ich in bestimmte Richtungen streiche, den Sitz vor- und zurückfahren.

**Sebastian Bruder:** Wichtig ist letztlich immer die Verarbeitbarkeit. Bevor die Entscheidung für ein neu-

es Material fällt, finden Tests statt. Es wird über den Cutter gezogen, um zu sehen, ob es sich überhaupt schneiden lässt. Dabei sitzen wir im Automobilbereich sehr früh im Entwicklungsprozess mit am Tisch. Das ist natürlich ideal.

**Chris Nicolaes:** Wir schneiden für Kunden häufig neue Stoffe zu. Immer auf der Suche nach dem optimalen Schneidparameter. Dabei kennen wir viele komplexe Anforderungen bereits aus der Mode. Was bedeutet, dass die Software, die wir bei Fashion einsetzen, oft auch in der Polstermöbelindustrie gute Ergebnisse liefert. Von unseren Fähigkeiten des Präzisionszuschnitts, die wir beispielsweise innerhalb der Lingerie-Branche beherrschen, kann partiell natürlich auch die Polstermöbelindustrie profitieren.



Tino Eggert



Ditmar Oettel

