



Qualität liegt im Detail – zum Beispiel in einer perfekten Naht, unter der sich ein Textilband verbirgt.

Der Zauber der geraden Naht

Wer je in einem Kleinwagen über die Straßen geholpert ist, weiß, dass Auto nicht gleich Auto ist. Das gleiche gilt für Sitzmöbel. **Erpo** fährt auf gehobenen Bahnen. Man vergleicht sich nicht mit Porsche und Bentley, eher mit Mercedes.

Stefan Bornemann hat den Kennerblick. Der 45-Jährige ist einer der drei Geschäftsführer der Erpo Möbelwerke GmbH mit Sitz in Ertingen. Geht der Manager durch Möbelhäuser, schaut er genau hin. So zeichnen sich hochwertige und gut verarbeitete Sitzmöbel mit Lederbezug unter anderem durch gerade Nähte aus. Um das akkurat hinzubekommen, ist einiger Aufwand nötig. Bei Erpo wird er betrieben. Der Mittelständler mit 150 Mitarbeitern bedient das gehobene Segment. Das Wort Luxus hört Bornemann nicht gern. „Wir sind kein Bentley, Porsche oder Rolls-Royce, sondern eher Mercedes.“ Der Lederanteil betrage bei Erpo über 70 Prozent. Um perfekte Nähte hinzubekommen,

schneiden die Oberschwaben das Leder zurück und nähen an den entsprechenden Stellen ein Textilband ein, das andere laut Bornemann entweder weglassen oder durch ein Papierband ersetzen, manche brächten zusätzliche Ziernähte an. „Eine weitere Voraussetzung für eine gerade Naht ist, den Mitarbeitern die entsprechende Zeit zu geben.“



Geschäftsführer
Stefan Bornemann.

Das Unternehmen produziert ausschließlich in Deutschland. Vom Zuschnitt über das Nähen, Polstern und Kaschieren erfolgt alles im eigenen Werk. Rund 10.000 Garnituren haben das Unternehmen vergangenes Jahr verlassen. Zwei Drittel der Erlöse werden im Inland gemacht. 2013 betrug der Umsatz 27 Millionen Euro. 2012 waren es 26 Millionen Euro. Konkrete Angaben zum Gewinn macht der Manager nicht, sagt aber: „Wir sind ein zu hundert Prozent profitables Unternehmen.“ Mit Wachstumspotenzial. Der Mittelständler sieht in Asien weiteres Potenzial. Außerhalb Deutschlands ist Japan der wichtigste Markt. Um dort zu bestehen, gibt es einiges zu beachten. Japaner gelten als technikverliebt, in vie-

len Haushalten gibt es einen Staubsaugerroboter. „Es ist wichtig, ein Produkt anzubieten, an dem der Staubsauger bei seiner automatischen Fahrt nicht hängenbleibt“, erklärt Bornemann eine der Besonderheiten. Der kleine Saugroboter muss also unter Sofa fahren können. Die Herkunft der Möbel gibt einen Extra-Bonus: „Für Japaner ist alles, was aus Deutschland kommt, etwas Gutes.“

Dass die Produkte in Ertingen hergestellt werden, garantieren die Oberschwaben mit einem eigenen Zertifikat – auch auf Englisch und Japanisch. Darauf ist noch ein Bild von Bornemann abgebildet sowie seine Unterschrift. Das zeigt Wirkung. In Asien würde man sein Gesicht verlieren, wenn die Angaben nicht stimmen, erklärt der Manager, der dem Slogan „Made in Germany“ kritisch gegenübersteht, wie er sagt. Außer auf Japan setzt Erpo in Asien bislang vor allem auf Südkorea und Taiwan. Demnächst soll auch Malaysia hinzukommen. Zugleich verstärkt die Firma ihre Aktivitäten in den Niederlanden, der Schweiz und Österreich und schaut sich Großbritannien als künftigen Markt an. Seit einem Jahr ist es in Russland aktiv.

Erpo will freilich nicht nur durch Export zulegen, sondern auch durch die dritte Kollektion, die kürzlich auf den Markt gekommen ist. Sie zeichnet sich unter anderem durch besondere Funktionen aus: So kann etwa die Armlehne weggeklappt werden. Die Produktentwicklung finde ausschließlich im eigenen Haus statt. „Von der Idee bis zum fertigen Produkt dauert es rund ein Jahr.“ Angesiedelt ist sie in Donzdorf bei Göppingen. Dort befindet sich gleichfalls ein großer Ausstellungsraum.

ATTRAKTIVE LOHNCOSTEN

Mit der neuen Kollektion soll auch in Deutschland zugelegt werden. Hier sind die Oberschwaben bei über 230 Händlern mit verschiedenen Produkten vertreten. Zu mehr als 50 Prozent gehört das Unternehmen der BWK GmbH, die im Sommer 2013 eingestiegen ist. Die Unternehmensbeteiligungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart ist eine der größten deutschen Kapitalbeteiligungsgesellschaften, sie verfolge einen langfristigen Investitionsansatz und investiere mit Schwerpunkt in den Mittelstand. BWK-Geschäftsführer Jochen Wolf betont, Erpo passe mit seinem attraktiven Geschäftsmodell ausgezeichnet ins Beteiligungsportfolio. Das angestrebte Wachstum werde eigenfinanziert. Der Rest von Erpo gehört Bornemann und den geschäftsführenden Gesellschaftern Klaus Oevermann und Jürgen Soll-



ner. Das Trio ist schon lange bei Erpo in verschiedenen Funktionen tätig. Oberschwaben bietet für das Unternehmen viele Möglichkeiten. Es gibt keine Probleme, Mitarbeiter zu bekommen, wenn welche gesucht werden. Und: „Hier sind die Leute fachlich gut drauf“, sagt Bornemann. Auch die Kostensituation ist nicht zum Nachteil. „Die Lohnkosten sind nicht so hoch wie in Stuttgart.“ Der Mittelständler will auch in Bereiche

vordringen, in denen er bislang noch nicht aktiv ist. So ist ein Einzelsessel auf den Markt gekommen, bevor die dritte Kollektion der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Und da Qualität länger hält als Billigware, überlegt im Premiumsegment der ein oder andere Kunde etwas länger, wenn es um die Anschaffung neuer Polstermöbel geht: Denn im Durchschnitt vergehen genau 13,8 Jahre, bis eine Ledergarnitur ausgetauscht wird. [!] **OLIVER SCHMALE**

Erpo – ein Kunstwort aus Ertingen und Polstermöbeln



Wichtig ist nicht nur gutes Material, sondern auch gute, sorgfältige Mitarbeiter.

Der Name Erpo ist ein Kunstwort und eine Zusammenfügung aus dem Ort Ertingen und dem Unternehmenszweck Polstermöbel. Das Unternehmen ist 1952 von Wilhelm und Maria Blauw gegründet worden. Blauw war damals leitender Mitarbeiter bei der dortigen Matratzenfabrik und hatte aus der Insolvenzmasse das

Gebäude übernommen. Er fing dann mit der Produktion von Polstermöbeln an. In den 1980er Jahren wird der Mittelständler an einen norwegischen Konzern verkauft. 2009 steigt dann der Finanzinvestor Afinum mit dem heute aktiven Management ein. Afinum wird im Sommer 2013 von der BWK abgelöst. **OS**