

www.wini.de

Büro- + Wohnkultur von pro office: Rundum glücklich im Paket

10.12.2014

- Aktuelles
- Editorial
- 360°
- Querdenker
- Partner
- Projekte
- Produkte
- Termine
- Bücher
- Presse-Auslese

Kontakt + Feedback
Impressum

Newsletter-Archiv
Newsletter bestellen/
abbestellen

LOS!



pro office-Geschäftsführer Michael Kahl: "Vielleicht gründet sich unser Erfolg darin, dass wir Beratung und Planung ganz besonders penibel angehen."



In der Hannoveraner Filiale in der Theaterstraße präsentiert sich pro office mit ausgewählte Einrichtungsobjekte für Büro- und Wohnkultur.



Willkommen in der lebendigen Ausstellung: Bewirtungstresen im Empfangsbereich von pro office Hannover vermittelt eine poppige Bürokultur.



Immer zeitgemäß, hochwertig und designorientiert: pro office Mitarbeiter arbeiten an Möbeln, die sie selbst auch gern verkaufen.

(ho) Entgegen der „schwarzen Null“, die den (Wohn-) Möbelhandel derzeit weitgehend kennzeichnet, wölbt sich über pro office - Hauptsitz in Lemgo, Standorte in acht weiteren Städten - der blaue Himmel. Aktuelle Vertriebswege, die beiden Standbeine Büro und Wohnen, geschickte Beteiligungen und, vor allem, das mentale Begrüßen und Anerkennen der digitalen Veränderungen machen die Gesellschaft zukunftsfreundlich.

Die landauf, landab gängige Werbefloskel von den "50 Prozent auf alles" begeistert Axel Schramm nun mal gar nicht, und dazu noch ein Schnitzel für 2,99 Euro ebenso wenig. Axel Schramm ist Präsident des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie, und er kriegt es nicht in den Kopf, dass es den Möbelproduzenten und Möbelhändlern im Allgemeinen gar nicht gut geht. Denn eigentlich präsentiert sich der Markt derzeit als ausgesprochen möbelfreundlich. Das gilt für Büromöbel wie für den privaten Einrichtungsbedarf: Auf der GFK-Skala jener Produkte, die die Deutschen als wichtig und mithin unverzichtbar einordnen, stehen Wohnmöbel ganz oben an. Das Repräsentationsbedürfnis spielt dabei ein Rolle, das Cocooning, um sich in einer feindlichen, ständig neu erfundenen Welt auch mal zurückziehen zu können, die neuen technischen Anforderungen, die ein verändertes Umfeld verlangen, und nicht zuletzt womöglich auch die Chance, Arbeit mit ins häusliche Umfeld mitnehmen zu können - oder zu müssen. Angesichts einer solchen Marktlage lässt sich der Zorn des sichtlich genervten Präsidenten, der Ende August auf einer Wirtschaftspressekonferenz für das erste Halbjahr 2014 ein karges Branchenumsatzplus von 1,6 Prozent verkünden musste, leicht nachvollziehen. Die Händler sollten doch gefälligst den Möbelverkauf als Lifestyle-Account zelebrieren, forderte er, anstatt "in den Kreativabteilungen der Möbelpaläste nach wie vor den Rotstift regieren zu lassen".

Starke Worte! Doch folgt man Michael Kahl, dem Chef des Möbelhauses pro office Büro + Wohnkultur, so steht auch hier wie auf zahlreichen anderen Businessfeldern ohnehin das große Revirement bevor: "Da reguliert sich manches von selbst, denn der Möbelfachhandel wird sich in wenigen Jahren erheblich reduzieren", verrät er uns vom Online-Newsletter "360° - Rund ums Büro" in seinem pro office-Standort in Hannovers Theaterstraße, perfekt innerstädtisch gelegen, mit nicht zu übersehenden Schaufenstern, nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt. "Ein Drittel der Fachhändler wird sich verabschieden, sei es durch Aufgabe, sei es durch Übernahme" - also geschluckt zu werden durch erfolgreichere Konkurrenten, die besser mit der Zeit und aktueller mit ihr umzugehen vermögen.

Ob denn pro office auch schlucken werde? Das mag der jetzt 58jährige Büro- und



360°-News auf iPhone + iPad

Holen Sie sich die aktuellen 360°-News, die neuesten WINI Produkte und Referenzen jetzt auf iPhone und iPad...





Bei der Einrichtungsplanung kann das pro office-Team auf ein umfassendes Produktportfolio zurückgreifen.



Im Office-Bereich gehören dazu u.a. Möbel der Marken USM, Vitra, Wilkhahn und WINI.



(Fotos: pro office)

Wohnmöbelexperte - der seine Spuren zunächst bei Wilkhahn verdiente, bevor zwei Inhaber eines Lemgoer Bürofachhändlers das hoffnungsvolle junge Talent an Land zogen, indem sie es zum Mitgesellschafter aufwerteten - nicht bestätigen, aber auch nicht ausschließen. Was er aber definitiv ausschließt, das sind Neugründungen von pro office-Firmenfilialen, wie sie in den letzten 25 Jahren seit Gründung (1990) der pro office mit Hauptsitz in Lemgo entstanden sind, fast wie Wildwuchs, jeweils situationsbedingt gefördert wie durch das Freiwerden passender Räumlichkeiten, die man einfach nicht ablehnen konnte, oder durch Anfragen exzellenter Mitarbeiter, die nicht der Konkurrenz anheimfallen sollten. Die GmbH mit Hauptsitz in Lemgo reagierte allemal geschickt und mit Weitblick: An den neun Standorten in Bielefeld, Braunschweig, Bremen, Göttingen, Hamburg, Hameln, Hannover und Osnabrück ist sie mit 50 Prozent beteiligt. Die andere Hälfte wird von den Einsteigern, die über die besten Kenntnisse der Verhältnisse vor Ort verfügen, zwar in enger Kooperation mit Lemgo, aber ansonsten doch autark gemanagt. Einen Sonderstatus nimmt Lemgo als Headquarter ein, das aber ebenfalls als Handelshaus arbeitet.

Digitale Verwaltung 2020

Mit diesem unaufgeregt-stetigem Wachstum ist pro office weit über dem Durchschnitt erfolgreich. 36 Millionen Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr und 130 Mitarbeiter, 38 im Vertrieb, 15 eigene Architekten und

Innenarchitekten - sind eine eindeutige Ansage. "Seltener Erfolgskurs, im Geschäft mit Einrichten und Ausstatten absolut unüblich, nicht wahr?" "Ich denke mal ja", erwidert Michael Kahl zurückhaltend nach ein paar Sekunden Bedenkzeit, um aber gleich wieder abzuschwächen: "Die Zeit war gut, die Zeit war reif - vor 25 Jahren, da war die Welt ja noch in Ordnung. Da kostete ein Schreibtisch umgerechnet 3500 Euro, dafür muss ich heute sechs Schreibtische verkaufen. Nur ist die Zukunft nicht so eingestellt, dass man künftig sechs auch braucht..."

Vielleicht solle man stattdessen Liegen herstellen? Die alten Römer lagen ja auch beim Essen. Und womöglich beim Arbeiten und auch sonst Essen. Kahl meint, auch der Händler müsse sich auf darauf einstellen, dass nichts so sicher sei wie der große, durch Digitalisierung ausgelöste Wandel, und dies sogar bei den Behörden. "Schneller, einfacher, umweltschonend - diese Attribute sprechen für einen papierlosen, computerbasierten Workflow", bemerkt die Mannheimer Pressereferentin Petra Jauch in einer Ankündigung der "Fachmesse Zukunft Kommune". Das muss man sich mal auf der Zunge zergehen lassen: "Viele Ämter und Ratsstuben drohen an den Papierbergen in ihren Aktenschränken und Archiven zu ersticken. Durch die Digitalisierung ihrer Arbeitsprozesse verschaffen sie sich Luft..." Und dann fügt die Pressefrau kess hinzu: "Das wird in absehbarer Zukunft ohnehin Standard" und verweist auf das jüngst vorgestellte Regierungsprogramm "Digitale Verwaltung 2020".

Wenn sich diese Art des Dokumentenmanagements schon in den Kommunen abzeichnet, um wie viel radikaler vollzieht sie sich in den Firmen. Bei pro office mache sich das alles auch längst bemerkbar, sagt Kahl. Vor den Schränken und Regale werde aber noch der Container überflüssig: "Die Leute haben ihren Trolley, sind mobil und brauchen am Arbeitsplatz nur noch eine kleine Schublade für ein paar persönliche Utensilien".

Also künftig doch Liegen oder sowas wie Liegen? Sicher sei, dass ein Handelshaus andere Produkte an die Stelle der bisher wohlfeilen stellen müsse. Und hier zeigt sich wieder ein zukunftssicheres Alleinstellungsmerkmal, über das pro office mit seinen Doppelstrategien Büro und Wohnen verfügt. Tatsächlich konzentrieren sich immer mehr bisher reinrassige Büromöbelhersteller in dem Maße auch auf die Ausstattung von Wohn-, Schlaf- und Arbeitszimmern, wie sich allen Voraussagen nach - etwa nach Fraunhofer IAO oder der New Work Order der Birgit Gebhardt vom Hamburger Trendbüro - die Arbeit mehr und mehr aus dem Büro auslagert - wohin auch immer, auf jeden Fall aber auch in die Wohnung. Und was dem einen Bereich (Objekt zu Wohnen: 80 zu 20) womöglich fehlt, das mag der andere kompensieren.

Online Shop im Cross Channel Service

Zugute kommt das wiederum auch dem, wie die Mitarbeiter ihn bezeichnen, "zehnten Standort" von pro office, dem Online Shop. Diese neben historischen Vertriebswegen der digitalen Zeit angepasste, logischerweise auch Cross Channel Service genannte Vertriebsform wird von Lemgo aus gesteuert, doch haben alle Standorten etwas davon: Die Umsätze werden jenen zugerechnet, aus deren regionalem Umfeld sie stammen. Oder bei denen die Interessenten ein Produkt streicheln - bei Möbeln nicht ausgeschlossen - oder probesitzen wollen, das sie dann online bestellen möchten, deren haptische, funktionale, farbliche oder ergonomische Qualität ihnen aber via Abbildung auf dem Computerschirm nicht nahe genug kommt. Die Inanspruchnahme des Online-Shops lohnt sich allemal, wenn es auf die Schnelligkeit der Lieferung ankommt. Der Shop hält Produkte in ausreichender Menge vor, die sofort nach der Bestellung ausgeliefert werden können. Geografische Grenzen kümmern den Shop nicht - Logistiker besorgen den Service in ganz Europa. "Und sogar in den USA", fügt Kahl hinzu.

Ein feines Netzwerk, das die pro officer da aufgespannt haben, mit ihren Kunden und mit ihren Lieferanten. Die sind ihnen alle gleich lieb, doch besonders lieb sind ihnen die inhaber-geführten, und dabei obendrein noch jene aus dem niedersächsischen Flachland. Wilkhahn sowieso, Thonet, Haworth, WINI und ein paar andere mehr. WINI hat es Michael Kahl sowieso angetan, nicht nur, weil ein pro office-Geschäft in Hameln ansässig ist, dem Vorhof vom WINI-Standort in Coppenbrügge. Doch besonders schätzt er an WINI die Qualität und den funktionalen Einfallsreichtum der Produkte, die kurzen Entscheidungswege, die Fähigkeit zu schnellster Reaktionen, etwa wenn die Büroeinrichtung vor Ort beim Kunden eine unvorhergesehene Änderung erforderlich macht. "Und wenn es mal ganz dicke kommt", verrät der führende pro officer, "dann hilft allemal ein Telefonat von Chef zu Chefin".

All das ist Mainstream im Tagesgeschäft des Verbundes mit Möbeln, sei es im Objekt-, sei es im Privatbereich. "Und vielleicht gründet sich unser Erfolg auch darin, dass wir die Beratung und die Planung ganz besonders penibel angehen", sinniert Kahl. "Darin sehen wir unser Kapital, unser Alleinstellungsmerkmal. Und wenn wir dann dem Kunden das Rundum-glücklich-Paket liefern, dann ist die im Markt immer noch diskutierte Frage, ob die Planung auch monetär honoriert wird oder nicht, nur noch eine rhetorische."

Über dem Gesamtmarkt im Allgemeinen und pro office im Besonderen wölbe sich tatsächlich der blaue Himmel. Das stimmt fröhlich, steht es doch in krassem Gegensatz zu jener Trübsal, die Axel Schramm, Verbandspräsident mancher Möbelfertiger, jüngst blasen musste. Zwar gebe es immer mal wieder Eintrübungen, aber ohne gesamtwirtschaftliche Talsohle bleibe das richtig betriebene Einrichtungsgeschäft eine sichere Geschäftsbasis. Und dabei kämen die ins Haus stehenden Wandlungen gerade recht. Schließlich verändere die digitale Revolution unsere Lebens- und Arbeitswelten total, mit absolut gravierenden Folgen für die Ausstattung aller Räumlichkeiten. "Dieser sogenannte *war for talents* - gerade auf dem flachen Lande! Gute Leute holen und an sich binden! Und dazu die von der Regenbogen-Generation kompromisslos geforderten besseren Arbeitsbedingungen, die ausdrücklich zum Wohlfühlbüro führen müssen: Wer als Einrichter diese spannende Entwicklung ignoriert, sie womöglich verschläft statt flexibel zu reagieren, der ist an seinem Schicksal selber schuld."

pro office Büro + Wohnkultur versteht sich als Ratgeber bei allen mannigfaltigen, schwierigen Problemen, die sich bei der Einrichtung und Ausstattung von Büros und Räumen aller Art herausstellen. Und Probleme wird es auch künftig geben - in hinreichender Fülle. Welch' ein Segen!

Mehr Infos: www.prooffice.de