



MZE-Geschäftsführer Rüdiger Gehse, Peter J. Schroeder, von 2008 bis 2021 Leiter von 2HK/Raumdesign, und Nachfolger Helmut Stauner, der parallel den Vertrieb des MZE-Geschäftsbereichs Schlafen leitet.

MZE

WEITER AUF ERFOLGSKURS IN DIE DIGITALE ZUKUNFT

Am 1. Januar 2022 hat Helmut Stauner die Leitung des MZE-Bereichs 2HK/Raumdesign von Peter J. Schroeder übernommen. Zur Staffelübergabe sprach die RZ mit beiden und Geschäftsführer Rüdiger Gehse über Erfolg und Zukunft.

Text und Foto: Gabriela Reckstat

Herr Gehse, die MZE – Netzwerk Wohnkultur wurde 1985 von Ihrem Vater gegründet. Welche Idee stand dahinter?

RÜDIGER GEHSE: Mein Vater hatte den Verband zu einer Zeit gegründet, als es viele kleine Möbelgeschäfte gab, die keinem Verband angehörten. Er erkannte die Marktlücke und gründete den Verband Möbel Zentral Einkauf (MZE) für inhabergeführte Fachgeschäfte mit dem Ziel – und das gilt nach wie vor –, dass der

Unternehmererfolg unserer Verbandsmitglieder an erster Stelle steht. Sehr schnell kletterte die Zahl der angeschlossenen Häuser auf 300, das Segment Küche kam hinzu und schließlich 1999 mit dem Einstieg von Herrn Stauner die Einführung des Geschäftsbereichs Schlafen. Mit damals etwa 600 Häusern entstand als nächste unternehmerische Idee, das ganzheitliche Einrichten mit Stoffen, Bodenbelägen und Tapeten anzubieten, und wir

konzentrierten uns dabei auf die Möbeldesigner. Nachdem wir verschiedene Konzepte getestet hatten, mussten wir erkennen, dass wir den umgekehrten Weg gehen sollten: nicht die Raumausstattung in die Möbeldesigner, sondern den Raumausstatter zu den Möbeln bringen. Mit dem Fachwissen von Herrn Voss, der über die Fachhandelsschiene zu uns kam, gelang es uns, das neue Segment 2HK Handwerk und Handels Kooperation aufzubauen. Peter J. Schroeder hat nachfolgend ab 2008 den Unternehmensbereich Raumausstattung – 2HK/Raumdesign – auf ein ganz neues Level gehoben.

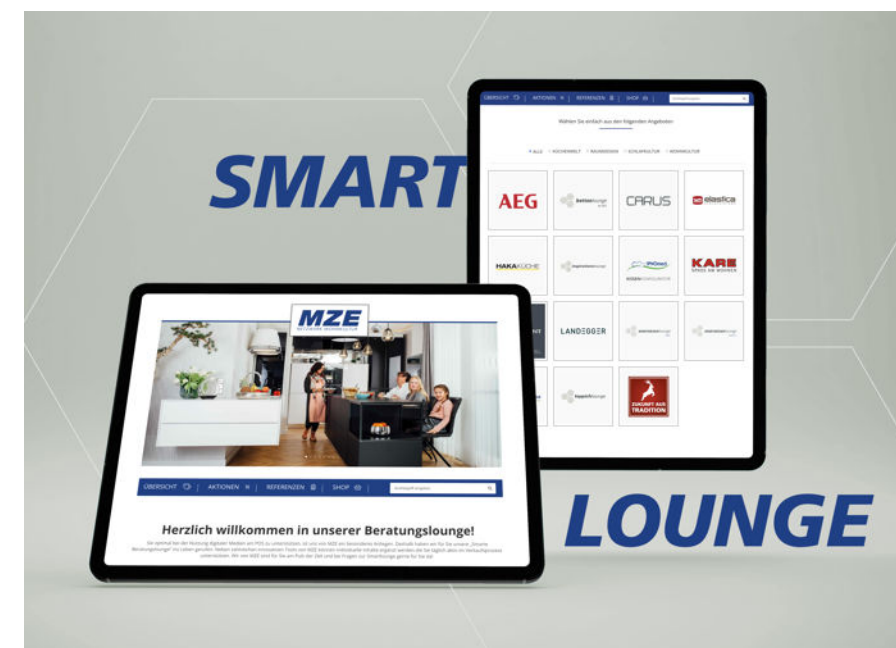
Was war, Herr Schroeder, Ihr Ziel für den Unternehmensbereich 2HK/Raumdesign und wie hat sich dieser entwickelt?

PETER J. SCHROEDER: Es traf sich, dass ich 2008 auf der Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung war, mit

gruppen Möbel, Schlafen, Küche und das Raumdesign harmonisch vereinen, bot dafür genau die richtigen Voraussetzungen. Als ich den Unternehmensbereich übernahm, hatten wir 29 Heimtextil-Fachgeschäfte, bereits 2009 zur Auftaktveranstaltung des Konzepts Textiler Einrichter bei der Firma Finkeldey konnten sich 20 Raumausstatter vorstellen, sich in diese ganzheitliche Richtung weiterzuentwickeln. Meine damalige Prognose, in zehn Jahren könnten wir zwischen 65 bis 70 erfolgreiche Textile Einrichter gewinnen und insgesamt 170 2HK/Raumdesign-Mitglieder, ist tatsächlich eingetroffen. Für das hohe Investment, das die Familie Gehse in die Entwicklung des Konzepts Textiler Einrichter gegeben und daran geglaubt hat, bin ich sehr dankbar. Und ohne das Teamwork und die Kollegen Oliver Borchers und Helmut Stauner wäre unser gemeinschaftlicher Erfolg nicht möglich gewesen.

Der Kunde denkt in Räumen – unsere Smart Lounges sind Inspirationsquellen und dienen alle Zusatzverkäufen

Helmut Stauner



Das Smart Lounge-Konzept ist ein Internetportal der MZE exklusiv für Fachhändler, das wie eine verlängerte Ladentheke die Beratung vor Ort ergänzt und Zusatzverkäufe generiert.

Raumausstattern zusammengearbeitet hatte und das Konzept Möbel und Raumausstattung zusammenzubringen als erfolgsversprechend erachtete. Der Raumausstatter hatte früher die ganzheitliche Kompetenz, auch Möbel, Lampen und Betten zu verkaufen, doch im Laufe der Zeit hat er diese Produktgruppen aufgegeben. Meine Vorstellung und Zielsetzung war, diese Kompetenzen für den Raumausstatter wieder zurückzugewinnen. Die MZE, unter deren Dach sich die Waren-

Wie drückt sich der gemeinschaftliche Erfolg in Zahlen aus?

SCHROEDER: Die Textilen Einrichter, die sortimentsübergreifend beraten und verkaufen, erzielen im Durchschnitt einen Mehrumsatz von 30 bis 40 Prozent.

Welches sind die Alleinstellungsmerkmale der MZE, von denen Ihre Mitglieder profitieren?

GEHSE: Die MZE verbindet die Vorteile eines Vollsortiment-Verbandes mit dem

kompetenten Fachwissen der vier einzelnen Unternehmensbereiche Wohnkultur, Mondschein, Küchenwelt und Raumdesign. Die heute 660 Mitglieder können sich ganz individuell ihre Leistungen aus diesem Sortiment zusammenstellen. Und damit ist die MZE europaweit einzigartig. Wir sagen aber auch: Vergiss nie deine Wurzeln. Der Raumausstatter tritt mit seiner eigenständigen Kompetenz auf, er ist keineswegs verpflichtet, die Sortimentsbereiche miteinander zu verbinden. Es ist ein Angebot von uns und wir sehen in dem Angebot aus einer Hand für den Kunden die Zukunft. Darüber hinaus profitieren die Mitglieder von einem starken MZE-Partnernetzwerk. Wir kooperieren mit qualifizierten Dienstleistern und Anbietern aus den Bereichen IT, Marketing und Werbung, Warenwirtschaft und Logistik. Dadurch verschaffen wir Konditionsvorteile, einen zeitlichen Vorteil durch Umsetzungsstärke sowie fortlaufenden Zugang zu wichtigem und aktuellem Know-how.

Was hat Sie, Herr Stauner, an der neuen beruflichen Herausforderung gereizt, zusätzlich zum Vertrieb des Geschäftsbereichs Schlafen die Leitung von 2HK/Raumdesign zu übernehmen?

HELMUT STAUNER: Ich bin vom Herzen her Einrichter, auch wenn ich seit 23 Jahren den MZE-Geschäftsbereich Schlafen verantworte, interessiert mich der gesamte Einrichtungsbereich und ich kenne mich auch ganz gut aus. Es gibt einen MZE-Führungskreis, der sich jeden Monat trifft,

und hier tauschen wir uns über die einzelnen Geschäftsbereiche aus. Ich investiere beispielsweise auch viel Zeit in den innovativen Küchenbereich und überlege, wie man Trends von dort in unsere anderen Geschäftsbereiche übertragen kann. Schließlich sieht auch unser Kunde alles auf einen Blick: Küche, Schlaf- und Wohnzimmer.

Keno Kent ist die alle MZE-Bereiche verbindende Eigenmarke von MZE. Wie hat sich diese entwickelt und wie geht es weiter?

SCHROEDER: Das regelmäßig erscheinende Keno Kent Home-Einrichtungsbuch 1.0, 2.0 und 3.0 mit modernen Rauminszenierungen war immer als Inspirationsquelle für die ganzheitliche Wohnberatung konzipiert und begleitete mit einer selektiven Auswahl von hochwertigen Lieferanten die Textilien Einrichter. Herr Stauner wird dieses erfolgreiche Markenkonzzept nicht nur weiter-, sondern zu meiner Begeisterung auch in die digitale Zukunft führen.

STAUNER: Wir werden im Mai 2022, im Rahmen unserer Jahreshauptversammlung, unsere starke Eigenmarke Keno Kent, die sich über alle Unternehmensbereiche am breitesten und längsten durchgesetzt hat, digital vorstellen. Es macht Sinn, sich nur auf diese eine Marke zu konzentrieren, und dafür wollen wir mit der Marke Keno Kent Home 4.0 in die Breite und Tiefe gehen, damit sie für Händler noch attraktiver wird. Bislang hatten wir für Keno Kent 20 Premium-Lieferanten, in Zukunft werden es 35 sein. Neu wird auch sein, dass wir Keno Kent Home 4.0 nicht nur Textilien Einrichtern anbieten, sondern auch Einrichtungsstudios. Wir führen in Österreich unter dem Slogan „Zukunft aus Tradition“ insgesamt 170 Küchen-, Betten- und davon 70 Ein-



In Zusammenarbeit mit MZE-Lieferant Jordan wurde eine App für diese neue Teppich-Lounge entwickelt, die die gesamte Bandbreite der Teppichboden-Kollektionen zeigt, die zudem innerhalb von 48 Stunden lieferbar sind.

richtungsstudios, die zusammen mit den 70 Textilien Einrichtern in Deutschland ein Segment hochwertiger Einrichter bilden. In Zukunft könnten bis zu 100 weitere Einrichter hinzukommen. Denn wir sind überzeugt, es wird eine neue Gründerwelle geben. Viele Möbelhäuser wollen nicht mehr in Personal investieren. Zwischen diesen großen Häusern und dem Highend-Bereich wollen wir gerne das Vakuum besetzen mit etwa 200 Quadratmeter großen Einrichtungsstudios, die über zwei, drei Inspirationsflächen verfügen, die Einrichtungsvarianten zeigen, sowie eine Kompetenzfläche, auf der beispielsweise die Vielfalt von Bodenbelägen präsentiert wird. Der Raumausstatter wird in Zukunft über die Inspiration arbeiten, ergänzend kommt die digitale Kompetenz hinzu.

Welche Bedeutung hat für Sie die Digitalisierung?

GEHSE: Die Digitalisierung erachten wir für die Zukunft unserer Mitglieder als so wichtig, dass wir die Kompetenz in unserem Haus angelegt haben, denn wir wollen unseren Häusern maßgeschneiderte Lösungen bieten. Ich glaube, wir müssen die Vorreiter sein. Wir haben eine eigene Abteilung mit zwölf Mitarbeitern, die sich ausschließlich mit digitalen Themen befassen, denn es geht für unsere Mitglieder sowohl um die digitale Sichtbarkeit im Netz, im Internet, als auch im Verkaufsraum, am PoS. Für beides sind professionelle Lösungen gefragt.

STAUNER: Wir können jedes MZE-Mitglied digital im Netz betreuen, eine Webseite für ihn erstellen, Social Media-Kanäle mit Posts befüllen – als auch PoS-Module wie das Smart Lounge-Konzept anbieten, das wir bereits seit drei Jahren im Unternehmensbereich Schlafen erfolgreich praktizieren und nun auch im Bereich 2HK/Raumdesign. Wir haben verschiedene Varianten, wie man die Smart Lounge nutzen kann: von einem einfachen Tablet bis hin zu einer kompletten Terminal-Theke mit Fernseher. Über unsere aktuell 13 Lounges, die wie eine verlängerte Ladentheke Kunden Einrichtungswelten und Produktvielfalt zeigen, wie beispielsweise die Inspirations-Lounge oder die Betten-Lounge mit insgesamt 40 000 hinterlegten Artikeln, die auch alle gelagert sind und innerhalb von 48 Stunden geliefert werden, bieten wir schon eine gewisse Vielfalt an digitalen PoS-Modulen. Zuletzt hinzugekommen ist eine Teppich-App, die wir zusammen mit unserem Premium-Lieferanten Jordan entwickelt haben, und neu ist auch eine Kommoden-App, die Zusatzverkäufe generieren soll.

Die MZE hat im April 2021 eine Digitalmesse durchgeführt. Wie sehen Sie die Zukunft für Digitalmessen?

GEHSE: Man wird auch in Zukunft nicht auf Präsenzmessen und -konferenzen verzichten wollen, aber in puncto Zeitaufwand und Kostenersparnis werden Digitalmessen langfristig an Bedeutung gewinnen.

STAUNER: Wir sind überzeugt, dass sich das digitale Format für Spezialthemen und auch für die Aus- und Weiterbildung anbietet. Wir sind unter anderem deshalb zum 1. Januar 2022 mit einer neuen digitalen Branchen-Plattform für Handel, Industrie und Endkunden gestartet: die MZE 360 Grad, die 24 Stunden geöffnet ist. Dort befinden sich verschiedene Häuser für die Unternehmensbereiche der MZE und auch ein Campus mit unterschiedlichen virtuellen Räumen, in denen sogenannte Avatare vielfältiges Wissen vermitteln. Durch Interaktion und virtuelle Belohnung soll die Motivation für Weiterbildung geweckt werden. Genauso gut können kleine Spezialmessen zu wechselnden Themen wie beispielsweise Sonnenschutz durchgeführt werden. Mit einer Handvoll Lieferanten und Händlerzahl, zeitlich beschränkt mit Vorträgen und Produktpräsentation auf einen halben Tag.

Neben der Digitalisierung ist ein weiteres Zukunftsthema die Nachhaltigkeit. Welchen Stellenwert hat es bei der MZE?

STAUNER: Wir behandeln das Thema gleichrangig zur Digitalisierung. Auf der Produktebene überlassen wir es den Firmen, die selbst bestrebt sind CO2-neutral zu produzieren, wir selbst haben ein Paket zum Thema Nachhaltigkeit für unsere Häuser erarbeitet, das mit einer Zertifizierung verbunden ist unter dem Slogan: „Mit MZE – nachhaltig einrichten.“ Die Kernaussage dabei ist: Das Nachhaltigste ist, Qualität zu kaufen, und zwar aus der Region. Qualität bedeutet Langlebigkeit und auch die Möglichkeit, einen Austausch oder eine Reparatur vorzunehmen. Wir verkaufen hochwertige Produkte und können somit selbstbewusst diesen Slogan vertreten.

Wie ist die MZE und ihre Mitglieder durch die Pandemie gekommen und mit welcher Erwartung gehen Sie, Herr Gehse, in das neue Jahr?

GEHSE: Die gesamte Einrichtungsbranche hat tatsächlich davon profitiert. Über alle Unternehmensbereiche hinweg haben wir 15 bis 20 Prozent Umsatzzuwachs erzielt. Bei den Menschen hat ein gewisses Umdenken stattgefunden, sie schenken ihrem Zuhause mehr Bewusstsein und sie haben die Struktur des kleinen, regionalen Fachhändlers kennengelernt. Ich gehe daher mit großer Zuversicht in das neue Jahr.

Mit welcher Erwartung starten Sie in die Zukunft Ihres neuen Geschäftsbereichs 2HK Raumdesign?

STAUNER: Zum einen, was die Betreuung unserer Häuser sowohl im Bereich Schlafen als auch bei der 2HK/Raumdesign anbietet, freue ich mich darauf, dass wir zwei gut eingespielte Teams mit jeweils drei Mitarbeitern haben. Oliver Aster ist mit

voller Begeisterung dabei und wird das bekannte „Gesicht“ der 2HK/Raumdesign im Markt sein. Was die Zukunftsperspektive betrifft, bin ich absolut optimistisch. Die Lebenszeit der Menschen ist länger, das ist ein Credo für uns. Kleine Geschäfte aus der Region werden zunehmend bevorzugt und es wird auch mehr Qualität gekauft. Umfragen zufolge gehen zehn Prozent der Bevölkerung in ein Fachgeschäft. Wenn es uns gelingt, den Prozentanteil auf 20 Prozent zu erhöhen, haben wir viel gewonnen.

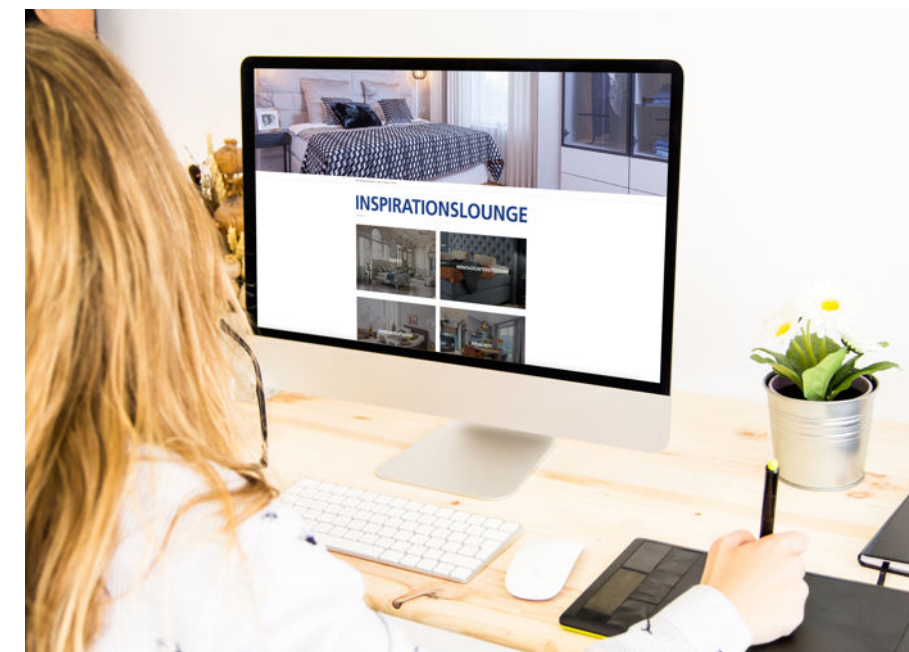
Herr Schroeder, was möchten Sie der Branche, in der man Sie als Leuchtturm wahrgenommen hat, gerne mit auf den Weg geben?

SCHROEDER: Meine zentrale Botschaft ist mutvolles Handeln. Die Welt verändert sich, die MZE 2HK/Raumdesign gibt der Raumausstatter-Branche einen innovativen Inhalt. Seien Sie mutig – der Markt fordert es. Mein Credo lautete immer: Den Erfolg nicht verwalten, sondern weiterentwickeln.

Vielen DANK für das Gespräch, Herr Gehse, Herr Stauner, und insbesondere Ihnen, Herr Schroeder, sagen wir DANKE für die jahrzehntelange, überaus inspirierende und von tiefer Sympathie geprägte Partnerschaft. Wir wünschen Ihnen von Herzen das Allerbeste für Ihre Zukunft.

Die Welt verändert sich, seien Sie mutig – der Markt fordert es. Mein Credo: Den Erfolg nicht verwalten, sondern weiterentwickeln.

Peter J. Schroeder



Der Kunde denkt in Räumen und kann sich über die Inspirations-Lounge, in Ergänzung zu der Beratung vor Ort, von verschiedenen Einrichtungsvarianten inspirieren lassen und in die Produktwelt eintauchen.

KLEINE RZ-JUBILÄUMS

GEWINNSPIELANZEIGE