

MÄRZ 2012 21. JAHRGANG DEUTSCHLAND € 4,60 ÖSTERREICH € 4,80 G6095

FACTS

Test- und Wirtschaftsmagazin



IT UND
TECHNIK

Auf dem neuesten Stand?

„Das größte Glück ist es, einen Klassiker zu erschaffen“



WOHLNICH:
Der Volume 8
von Interstuhl.

FACTS office: Ihre Geschäftsräume sind sehr ungewöhnlich, sowohl von außen als auch innerhalb Ihrer Ausstellung, die viele Designklassiker beherbergt, die sich auch im Wohnbereich finden. Wo sehen Sie die Schwerpunkte in Ihrem Portfolio – eher im Wohnbereich und somit auf die Zielgruppe Privatpersonen, oder im Bereich Büro- und Objekt?

Marcus Hansen: Unsere Schwerpunkte sind ganz klar Büro und Objekt. Die Firma Marcus Hansen existiert seit 21 Jahren, gegründet als Marcus Hansen Büroeinrichtungen. Vor etwa zehn Jahren erweiterten wir unser Portfolio um Wohnmöbel, weil einfach ein Bedarf da-

Die grüne Fassade mit 3-D-Elementen macht neugierig auf den Inhalt; im Showroom finden sich Designklassiker, geschickt ausgeleuchtet neben Schreibtischen und Esszimmergruppen: Marcus Hansen Büro Wohnen Objekt ist viel mehr als ein klassisches Objektmöbelgeschäft. Im Interview mit FACTS office verrät Marcus Hansen, was es mit der Verschmelzung von Büro und Wohnen auf sich hat und welche Vorteile der Büromöbelhandel daraus ziehen kann.

nach entstand. Viele Kunden, zum Beispiel Steuerberater oder Ärzte, denen wir die Büroräume einrichteten, bemerkten, dass diese Möbel auch in den Wohnbereich passen. Ergo ließen sie sich auch ihr Haus oder ihre Wohnung von uns einrichten: Wer die Firma kompetent einrichtet, ist auch dafür prädestiniert, daheim einzurichten. Wir sind ebenfalls ein führendes Haus für ergonomische Bürodrehstühle aller wichtigen Marken. Was uns besonders macht, ist zum Beispiel unsere Beratung in puncto Mechaniken, denn genau darin unterscheiden sich die Stühle.

FACTS office: Vielfach ist heute die Rede von der Verschmelzung von Wohnen und Arbeiten, sowohl im Büro, das immer wohnlicher wird, als auch zu Hause. Beobachten Sie diesen „Trend“ ebenfalls?

Hansen: Diesen sogenannten Trend gibt es schon seit sieben oder acht Jahren. Es ist längst kein Trend mehr, die Verschmelzung ist bereits

vollzogen. Nehmen wir den Hersteller Thonet: Obwohl er ursprünglich aus dem Wohnbereich kommt, richtet er hauptsächlich das Objekt ein und entdeckte erst später auf Nachfrage der Kunden seine Stärken im Wohnbereich wieder. Früher hatte Thonet am Firmenstandort eine reine Fertigung und keine Ausstellung. Heute stellen sie ein reines Wohnambiente aus. Gerade die Klassiker lassen sich ja sowohl im Objekt als auch zu Hause einsetzen. Ein ganz aktuelles Beispiel ist der Hersteller Interstuhl mit seinem „Volume 8“, einem Drehstuhl, der in die Wohnung ebenso gut passt wie ins Büro.

FACTS office: Das heißt, es besteht tatsächlich eine Nachfrage nach wohnlichen Büro- und Objekteinrichtungen und dieses Thema ist mehr als eine Marketingblase?

Hansen: Ja, unsere Kunden fragen schon lange danach. Die Mitarbeiter sollen gerne in ihrer Firma arbeiten und auch gerne mal länger

bleiben. Schöne Räume tragen zur Bindung des Mitarbeiters an ein Unternehmen bei. Dieses möchte ein guter Arbeitgeber sein – was beispielsweise hier in München auch nötig ist. Die sehr niedrige Arbeitslosenquote bedeutet auch, dass Unternehmen gute Mitarbeiter brauchen und suchen. Schon durch die derzeit gute Wirtschaftslage ist das Thema „schöner arbeiten“ mittlerweile bei den Unternehmen angekommen.

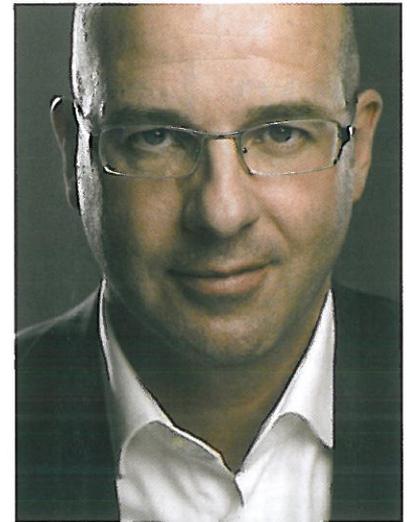
FACTS office: *Nun bieten Hersteller, die eigentlich im Büro- und Objektmöbelbereich zu Hause sind, verstärkt auch Möbel für zu Hause an – Sie erwähnten bereits den „Volume 8“ von Interstuhl, der sicherlich dazugehört. Gibt es aber nicht schon genügend Wohnmöbelanbieter? Was können die „Büromöbel“ besser?*

Hansen: In erster Linie gehört es nach wie vor zu den Leistungen der Büromöbelhersteller, das Büro wohnlich einzurichten. Jedoch sind vor allem die Bereiche Ergonomie und Technik ihre Kernkompetenzen, die sie einfließen lassen, wenn es darum geht, Möbel auch für den Wohnbereich zu produzieren. Und: Der Büro- und Objektfachhandel ist sehr gut aufgestellt, wenn es um das Thema Dienstleistungen geht – weitaus besser als der Wohnmöbelhandel, der in der Regel die Kunden in die Wohnmöbelhäuser kommen lässt. Der Bürofachhändler dagegen geht zum Kunden. Dies ist auf jeden Fall ein großer Mehrwert des Büro- und Objektfachhandels. Wir nehmen zum Beispiel derzeit sehr viele Außentermine wahr, sind also zu Hause beim Kun-

den. Ein Kunde, der neu und anspruchsvoll baut, hat oft Probleme, für seine Einrichtung einen kompetenten Ansprechpartner zu finden. Der Wohnmöbelhandel tut sich da schwer. So ist es nicht das Produkt, das entscheidet, ob Wohn- oder Objektmöbel, sondern das Vertriebsnetz, in dem der Objektmöbelbereich seine Stärken gegenüber dem klassischen Wohnmöbelhandel zeigt.

FACTS office: *Wie Sie sagten, bietet Interstuhl mit dem „Volume 8“ einen „wohnlichen“ Drehstuhl an, der ja auch auf der imm zu sehen war, und auch der „Silver“ von Interstuhl ist häufig in Wohnbereichen zu finden. Wie bewerten Sie die Produktausweitung von Herstellern wie Interstuhl in den Wohnbereich? Wird das funktionieren?*

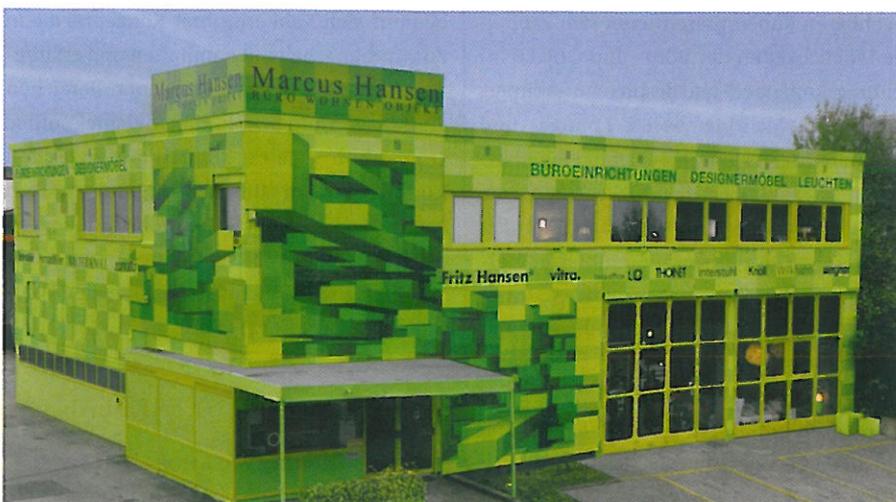
Hansen: Interstuhl stellte den Volume 8 erstmals auf der Orgatec 2010 vor, damals noch als Konzeptstudie. Ich habe ihn dort zum ersten Mal gesehen und spontan für gut befunden. Er wird große Chancen im Markt haben, im Privatbereich wie auch im Objekt. Was Interstuhl vorhat – einen Drehstuhl mit hoher ergonomischer Qualität im wohnlichen Design –, kann klappen. Man sieht dies bereits am Silver, von dem wir viele für den Privatbereich verkaufen. Als wir den Silver zur Markteinführung im Münchner P1 vorstellten, kamen mit rund 300 Besuchern mehr als doppelt so viele wie erwartet. Das Feedback von Architekten und Planern lautete schon damals, dass der Stuhl sehr gut in den Wohnbereich passt. Er verkauft sich zum Beispiel sehr gut als Stuhl fürs Esszimmer.



MARCUS HANSEN, Inhaber

FACTS office: *Ist für die wohnlichen Büromöbel bzw. die Wohnmöbel der Büromöbelhersteller wirklich ein Markt vorhanden, mit dem sich auch Geld verdienen lässt – oder erweitern sie ihr Portfolio lediglich, um einem Trend zu folgen?*

Hansen: Im Privatbereich sind ja keine großen Stückzahlen zu erwarten, die gehen eher in Richtung „Stückzahl 1“, während sie im Objekt in die Hunderte gehen. Die Chance für den Büromöbelmarkt liegt vielmehr darin, sich mit dem Angebot für Privatkunden krisensicher zu machen, wenn der Büromöbelmarkt wieder einbricht. Kommt das Objektgeschäft ins Stocken, ist der Markt für Privatkunden oftmals genau gegenläufig. Gerade dann ist das sogenannte Cocooning ein großes Thema: Weht in der Wirtschaft ein rauer Wind, richtet man es sich zu Hause gemütlich ein. Dazu kommt, dass wir die Klassiker im Angebot haben. Die verkaufen sich immer, und bei uns sehr gut, und die schaut der Kunde sich über Jahrzehnte gerne an. Für einen Hersteller ist es das größte Glück, einen Klassiker zu erschaffen. So hat Hadi Teherani mit dem Silver von Interstuhl die Form des Lounge Chairs von Eames in einen Bürostuhl adaptiert und es ist ihm damit gelungen, einen modernen Klassiker zu kreieren. Der Volume 8 hat ebenfalls das Zeug, zum Klassiker zu werden. Er ist zum einen ein emotionales Produkt, und Emotionen sind der Verkaufsfaktor Nummer eins. Außerdem ist er ein ergonomisches Produkt – optisch ein Sessel, im Inneren ein ergonomischer Stuhl. So wird er sich sowohl im Büro- als auch im Wohnbereich durchsetzen.



FÄLLT AUF: Schon das Gebäude von Marcus Hansen Büro Wohnen Objekt in München ist ein Hingucker. Im Inneren finden sich neben Designklassikern auch Bürodrehstühle renommierter Hersteller.

Nadia Hamdan ■