

„Von Krise keine Spur“



Von links: Betriebsberater Heinz Steffens, Evi Lenz, Peter Lenz, Tochter Babsy und Verkaufsleiter Guido Koch.

den Impulse gegeben. Durch den Einsatz der Werbeagentur „Art und Design“, vertreten durch den kreativen Kopf Reiner Knietzsch, haben wir uns stark auf 'aktionistische Werbung' konzentriert, die zu messbar höheren Frequenzen und Kaufabschlüssen führten.“

„Parallel zu der aktiveren Werbung haben wir das Verkaufspersonal intensiv geschult, die Logistik optimiert (Christoph Porsch) und das Möbelhaus in drei Schritten komplett umgebaut. Die Firma Schleifenbaum hat den Ladenbau perfekt geplant und sehr kompetent umgesetzt. Hier haben wir in den letzten Jahren ca. 450.000 Euro investiert. Obwohl dies für unser mittelständisches Unternehmen eine finanzielle Herausforderung war, können wir jetzt schon sagen, dass sich die Investitionen in den Ladenbau nach wenigen Jahren amortisiert haben. Die Netto-Ergebnisverbesserungen pro Jahr entsprechen etwa der o.g. Investitionssumme. Leider hat uns die Brandschutzbehörde mit ihren Auflagen zusätzlich mit hohen Kosten belastet, die uns fast überfordert hätten.“ Am meisten freut sich Peter Lenz jedoch über die Entwicklung seines Verkaufsleiters Guido Koch. Herr Koch war von der fachlichen Seite durch die Ausbildung bei der Fa. Lenz und den Besuch der Möbelfachschule

Peter Lenz – Urgestein des deutschen Möbelhandels aus Bergisch-Gladbach (bei Köln) – hat einige schwierige Jahre hinter sich. „So hart wie in den letzten drei Jahren habe ich noch nie gearbeitet“, gibt Herr Lenz unumwunden zu. „Aber es hat sich gelohnt, im Jahre 2005 ging es unserem Unternehmen sehr schlecht. Der massive Wettbewerb im Kölner Umfeld hat uns fast die Existenz gekostet“.

Der entscheidende Tipp kam von Ulf Rebenschütz, Marketingleiter des Einkaufsverbandes EMV, dem die Fa. Lenz seit einigen Jahren angeschlossen ist. Nachdem eine Beraterin aus München Herrn Lenz zuvor empfohlen hatte Personal abzubauen (was Herr Lenz jedoch aus sozialen Gründen ablehnte), hatte dieser die Nase voll von Beratern. Herr Rebenschütz baute den Kontakt zu dem erfahrenen Unternehmensberater Heinz Steffens (Möbel Brucker, BBE Köln, Alliance) auf. Der setzte nicht auf Personalabbau, sondern auf die Heilwirkung professioneller Vermarktung. Mit Hilfe von Herrn Steffens hat Möbel Lenz in etwas mehr als drei Jahren den Turn-Around geschafft, wozu jedoch auch diverse Verbandskollektionen beigetragen haben. Die Verbandschienen Global, Meisterstücke, Contur und neuerdings auch das Küchenkonzept Culina werden inzwischen sehr erfolgreich ver-

marktet. „Bei Global sind wir inzwischen der zweitstärkste Umsetzer in Deutschland“, betont Peter Lenz voller Stolz.

Seit 2005 haben wir 61% Umsatzzuwachs erzielt, und die Spanne um 14%-Punkte im Aufschlag verbessern können. Statt Personal abzubauen, mussten inzwischen mehrere qualifizierte Mitarbeiter neu eingestellt werden, die nach dem Ausscheiden diverser Gladbacher und Kölner Mitbewerber dankbar für einen gesicherten Arbeitsplatz und ein gutes Arbeitsklima sind. Auf langjährige qualifizierte Mitarbeiter und eine „Wohlfühlatmosphäre“ in seinem Möbelhaus legt Peter Lenz besonderen Wert. Dies drückt sich schon im Slogan der Fa. Lenz „Mensch sein“ aus. „In der Vergangenheit haben wir jedoch zuwenig auf die Leistungskultur unseres Unternehmens geachtet. Hier hat uns Herr Steffens die entscheidenden



Seit vier Monaten vertreibt Möbel Lenz auch erfolgreich die EMV-Küchenmarke Culina.

Möbel Lenz präsentiert die EMV-Schienen Meisterstücke, Contur, Global und Culina auf 4.000 qm.



immer schon gut aufgestellt. Lediglich die Umsatzreserven einer marktgerechten Vermarktungskonzeption sowie die Leistungsverbesserung im Personalbereich waren Herr Koch – als Warenspezialist – nicht bewusst. Hier hat die Teilnahme an den wöchentlichen Beratungsterminen von Herrn Steffens einen enormen Erfahrungs- und Motivationsschub bei Herrn Koch ausgelöst, der die dort definierten Beschlüsse und die Zielsetzungen an das Verkaufspersonal weitergeleitet hat.

Alle Mitarbeiter im Verkauf haben sich deutlich verbessert. Einer der jüngsten Verkäufer konnte sich sogar von der vorletzten Umsatzposition auf die zweite Stelle verbessern. Hier macht sich die besondere Unterstützung durch Herrn Koch und Herrn Steffens positiv bemerkbar. „Sogar der plötzliche Tod unseres besten Verkäufers, im März 2009, hat uns nicht von der Erfolgspur abgebracht. Auch in diesem Jahr haben wir ein Umsatzplus von derzeit 15% vorzuweisen. Wir werden dieses Jahr mit unseren 4.000 Quadratmetern Ausstellung einen Umsatz realisieren, den wir vor Jahren nicht für möglich gehalten haben“, betont Herr Koch voller Stolz. „Mit der neuen Küchenabteilung der

Vermarktungsschiene Culina sind wir seit vier Monaten am Netz. Die Warengruppe Küchen war immer ein Stiefkind (knapp 20% Umsatzanteil) der Fa. Lenz.

Herr Steffens und der Küchenspezialist des EMV-Verbandes Willibert Fröschchen hat uns jedoch davon überzeugt, dass Küchen für den mittelständischen Marktanbieter besonders chancenreich sind. Eine Spezialisierung der drei Verkaufsmitarbeiter war dann auch im Sinne des Abteilungsleiters Küchen Michael Giersberg. „Wir müssen Herrn Giersberg ein Bett in der Küchenabteilung aufbauen“, meint Evi Lenz, Leiterin der Dispositionsabteilung, scherzhaft. Seit der Neueröffnung von Culina verbringt Herr Giersberg die halbe Nacht im Küchenstudio. Bei dem Erfolg seiner Lieblingswarengruppe Küchen fällt es Herrn Giersberg jedoch nicht schwer, etwas länger zu arbeiten. „Der 50%ige Umsatzanteil, den die Abteilung Küchen in den ersten Monaten nach der Neueröffnung erzielt hat, werden wir auf Dauer wohl nicht halten können“, meint Michael Giersberg realistischerweise. „Ich habe aber versprochen, dass wir nachhaltig mindestens ein Drittel des Gesamtumsatzes mit Küchen realisieren wollen.“

Noch bevor die Fa. Lenz im Oktober ihr 80-jähriges Firmenjubiläum feiern konnte, war der Zeitpunkt für Evi und Peter Lenz gekommen, auch in personeller Hinsicht die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Seit August dieses Jahres ist die Tochter Babsy in das Unternehmen eingestiegen. Nach ihrer Ausbildung in einer Werbeagentur und dem erfolgreichen Abschluss auf der Werbefachschule Köln war der richtige Zeitpunkt gekommen, die Unternehmensnachfolge anzupacken.

„Ich hoffe, dass sich unsere Tochter in den nächsten Jahren so in das Unternehmen integrieren kann, dass für meinen Mann und mich die Zukunft etwas weniger arbeitsintensiv wird und wir mehr Zeit in unserem Lieblingsurlandsland Frankreich verbringen können“, meint Evi Lenz voller Zuversicht. „Unser Unternehmen ist so gut aufgestellt wie noch nie. Die Führungscrew und das gesamte Personal ist hoch motiviert und wir gehen die Zukunft optimistisch an“, meint Peter Lenz zum Abschluss unseres Gesprächs. „Die Erfolge der Vergangenheit haben gezeigt, dass nicht die Kleinen von den Großen verdrängt werden, sondern die Langsamen von den Schnellen.“

Familie Lenz mit ihrem gesamten Verkaufsteam sowie Heinz Steffens (5. von links).

Möbel Lenz in Bergisch-Gladbach (Foto ganz oben).
Fotos: Möbel Lenz