

Die Zukunft hat begonnen

Gestatten: der Wunschmitarbeiter von morgen. Er ist mobil, flexibel, überall einsatzbereit, ausgerüstet mit dem neuesten Technikequipment und dem aktuellsten Wissen. Doch diese Hochqualifizierten wollen nicht überall arbeiten und haben an ihr Unternehmen hohe Erwartungen. Die Büromöbelbranche steht so vor der Herausforderung, den Unternehmen Lösungen zu bieten, die begehrte Fachkräfte anlocken.



Die gute Nachricht zuerst: Der Branche geht es gut – Büromöbel aus Deutschland sind gefragt, die Hersteller vermelden für das erste Halbjahr 2011 ein Umsatzplus von 21,8 Prozent, meldet der Verband Büro-, Sitz- und Objektmöbel e.V. (bso). Sitzmöbel legten dabei um 20,2 Prozent, Kastenmöbel um 23,8 Prozent zu – Tendenz steigend, und das sowohl im In- als auch im Ausland. Die Hersteller erwarten auch für die kommenden Monate eine gesteigerte Nachfrage.

Die von Tiefs und Krisen gebeutelten Hersteller atmen auf. Waren die vergangenen Jahre von Umsatzeinbrüchen und sinkender Nachfrage geprägt, ist 2011 offenbar das Jahr der Hoffnung. Diejenigen Hersteller, die trotz dunkler Wirtschaftslage schwarze Zahlen schrieben, verdankten dies einer heterogenen Kundenstruktur, flexiblen Arbeitszeit- und Entlohnungsmodellen und einer weitsichtigen Unternehmensstrategie – anstatt im Vertrieb, im Marketing und in der Entwicklung zu sparen, investierten sie in neue Produkte. Dass sich dies bewährt, hat die Vergangenheit hinreichend gezeigt. Und in der Tat: Auf der Orgatec 2010 herrschte Optimismus, der mit guten Geschäften bestätigt wurde.

GEFAHR: SINKENDE MARGEN

Doch wo Licht ist, ist bekanntlich auch Schatten. Dieser nähert sich diesmal nicht in Form von wirtschaftlichen Turbulenzen – auch wenn die nächste Krise immer wieder beschworen wird. Bekanntlich ist die Branche in dieser Hinsicht Spätzügler: Strauchelt die Wirtschaft, bekommen die Hersteller von Büromöbeln dies stets mit einiger Verspätung zu spüren. So bereiten derzeit explodierende Kosten und damit die Gefahr sinkender Margen viel mehr Sorgen – was nützen große Absatzmengen, wenn der Gewinn nicht stimmt. Material-, Energie- und Transportkosten sind in den letzten Jahren immer weiter gestiegen. Die Folgen sind unvermeidlich: Das Gros der Hersteller musste schon Anfang des Jahres seine Abgabepreise erhöhen, für Ende 2011 prophezeit der Branchendienst „Euwid Möbel“ auf Basis seiner Umfragen unter Büromöbelherstellern eine erneute Erhöhung. ➤

INTERVIEW Investieren, exportieren, expandieren

Die Büromöbelbranche geht in den Wohnmöbelbereich, der Bedarf an hochwertigen Arbeitsplatzlösungen steigt, Öko-Labels gewinnen an Bedeutung – in der Büromöbelbranche tut sich derzeit einiges. Thomas Schmeer, Geschäftsführer beim Sitzmöbelhersteller viasit, beschreibt für FACTS seine Einschätzung des Marktes.



THOMAS SCHMEER,
Geschäftsführer von viasit

FACTS: Wie ist das Jahr 2011 für viasit verlaufen?

Thomas Schmeer: Das Jahr 2011 ist bisher für uns sehr positiv verlaufen. Selbst in den sonst schwachen Sommermonaten Juli und August konnten wir außergewöhnliche Steigerungen verzeichnen.

FACTS: Die gesamte Büromöbelbranche freut sich offenbar wieder über gute Geschäfte. Worauf führen Sie es zurück, dass die Hungerjahre mit nur wenigen Verlusten überstanden wurden?

Schmeer: Wir konnten uns innerhalb der Krise vergleichsweise gut behaupten, was sicherlich auch mit unserem Produktmix zusammenhängt. Hinzu kommt, dass wir international sehr breit aufgestellt sind und einiges kompensieren konnten. Wir haben gegen den Trend in den Vertrieb investiert. Das ist uns sicherlich entgegengekommen.

FACTS: Immer mehr Mitarbeiter arbeiten von unterwegs und von zu Hause aus – die Branche fokussiert sich folgerichtig verstärkt auch auf Lösungen für diese Bereiche, zum Beispiel Möbel fürs Home-Office bis hin zu ganzen Einrichtungskollektionen für den Wohnbereich. Wie kann

ein Stuhlhersteller wie viasit sich auch in diese Bereiche einbringen?

Schmeer: Wir werben schon seit einiger Zeit auch im Wohnmöbelbereich und bedienen hier auch einige Kunden. Den Einstieg gefunden haben wir mit unserem modularen Möbel „System 4“, das wir seit einigen Jahren parallel im Wohn- und im Büromöbelhandel vertreiben. Mit „System 4“ haben wir ein tolles Produkt, das genau auf den Kundenkreis gerichtet ist, den Sie ansprechen. Es ist modular, individuell anpassbar, für alle Wohn- und Arbeitsbereiche geeignet und schafft damit den Spagat zwischen Wohn- und Arbeitsumgebung. Dazu bieten wir selbstverständlich unsere ergonomischen Sitzmöbel an.

FACTS: Ebenfalls gehen viele Hersteller mit Services und Projektleistungen in die Offensive. Auch viasit bietet eine Reihe von Leistungen nach dem Kauf. Welche Möglichkeiten zur Generierung zusätzlicher Geschäfte sehen Sie außerdem?

Schmeer: Realistisch gesehen sind alle Leistungen nach dem Kauf für sich keine zusätzlichen Umsatzträger. Sie dienen der Verbesserung der Gesamtleistung und helfen uns, uns vom Wettbewerb abzuheben. Und: Aus demografischen Gesichtspunkten wird sich in den kommenden Jahren ein Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte entwickeln. Viele Firmen werden versuchen, attraktive Arbeitsumgebungen für ihre Mitarbeiter zu schaffen. Das merken wir ja heute schon, wenn wir uns moderne Raumkonzepte mit integrierten Besprechungsinselfen und Rückzugsbereichen anschauen. Ich bin sicher, dass wir dabei als Hersteller eine gute Rolle spielen können.

FACTS: Welchen Stellenwert hat das Thema Ökologie konkret bei einem Einrichtungsprojekt beziehungsweise im Vorfeld bei der Ausschreibung? Haben Hersteller, die entsprechende Zertifikate und Labels vorweisen können, bessere Chancen, den Zuschlag zu bekommen?

Schmeer: Das Thema Ökologie spielt unbestritten eine zunehmend wichtige Rolle. Das ist auch begrüßenswert. Schade ist jedoch, dass es oft nur noch darum geht, den Wett-

bewerb außen vor zu halten, indem ein Zertifikat gefordert wird, das im Zweifelsfall nur von ein oder zwei Herstellern geliefert werden kann. Der Wald von Zertifikaten wird mehr und mehr undurchdringlich. Hier ist eine regelrechte Industrie entstanden. Ich sehe diesbezüglich dringenden Handlungsbedarf, da das eigentliche Anliegen der Nachhaltigkeit wieder in den Vordergrund rücken sollte. Die Zertifizierungen müssen sein, jedoch stellt sich die Frage, wie der Kunde erkennen soll, welches Zertifikat das überzeugendere ist.

FACTS: Was tut viasit konkret in diesem Bereich?

Schmeer: Ich möchte das Thema etwas weiter fassen. Wir haben uns in den vergangenen Jahren vermehrt unserer sozialen Verantwortung gestellt. Dazu gehört neben der Förderung kultureller Veranstaltungen, lokaler Sportvereine und sozialer Einrichtungen selbstverständlich auch das Thema Ökologie. Neben der Zertifizierung nach ISO 14001 (Umweltmanagement) haben wir vor einigen Jahren damit begonnen, unsere Produkte vom TÜV Rheinland nach dem sogenannten ECO-Kreis zertifizieren zu lassen. Dies beinhaltet neben Schadstoffprüfungen auch die Verpflichtung, einen entsprechenden Recycling-Kreislauf einzurichten. Zusätzlich veranstalten wir mit unseren Fachhändlern Verkaufsaaktionen, bei denen pro verkauftem Stuhl ein Betrag in ein bestimmtes Umweltschutzprojekt, beispielsweise eine Aufforstungsaktion, fließt. Auch im Moment läuft mit unserem „linea self“ solch eine Aktion.

Welche Projekte stehen 2012 für viasit im Fokus?

Schmeer: Zunächst einmal findet unsere neue Collection Scope mehr als erfolgreich den Weg in den Markt. Dieses Produkt werden wir in den kommenden Monaten verstärkt promoten. Das Jahr 2012 steht wiederum im Zeichen der Orgatec in Köln. Hier werden wir einiges an neuen Produkten präsentieren können, die Entwicklungsprojekte laufen auf vollen Touren. Ich möchte an dieser Stelle nicht allzu viel verraten, es wird sich aber lohnen, uns dort zu besuchen. Darüber hinaus investieren wir weiterhin stark in den Vertrieb. Im Inland haben wir ein Konzept entwickelt, bei dem wir die Zusammenarbeit mit unseren Fachhandelspartnern weiter intensivieren. Außerdem bieten wir noch mehr Unterstützung im Bereich der Objektarbeit. Im Auslandsgeschäft werden wir weiter expandieren. Und: In Kürze wird unsere Ausstellung im Zentrum von Paris eröffnet, kurz darauf werden wir auch in London präsent sein.

› Doch werden steigende Preise nicht die einzige Herausforderung der Zukunft sein.

Die sich wandelnde Arbeitswelt ist ein viel strapazierter Begriff. Dabei aber kein weniger aktuelles Thema für die Büromöbelbranche. Wie werden die Menschen in Zukunft arbeiten – und wo? Wie viel Platz steht ihnen zur Verfügung? Und für wen werden die Möbel eigentlich entwickelt – für junge Fachkräfte, für eine immer älter werdende, erfahrene Belegschaft oder für Arbeiter, die Standardaufgaben erledigen?

Die typischen Büroberufe und kaufmännische Dienstleistungen jedenfalls nehmen dem Bundesinstitut für Berufsbildung (BiBB) zufolge bis zum Jahr 2025 immer mehr ab – allein in Deutschland um 200.000 Stellen, innerhalb Europas gehe die Zahl in die Millionen, errechnete das European Centre for the Development of Vocational Training (Cedefop). Statt ihnen werden immer mehr Wissensarbeiter die Büros besetzen – Mitarbeiter, die ein hohes Fachwissen haben, vornehmlich kreativ arbeiten und an der Entwicklung von Innovationen maßgeblich beteiligt sind: Im europäischen Durchschnitt steige ihre Zahl auf 42 Prozent, in Deutschland dürfte sie sich derzeit bei knapp 40 Prozent bewegen, schätzt die Unternehmensberatung McKinsey.

Somit bleibe insgesamt die absolute Summe der Erwerbstätigen relativ stabil, meldet das BiBB, trotz erheblicher Verschiebungen innerhalb der Berufshauptfelder. Bei den typischen Büroberufen würde der Rückgang von Arbeitsplätzen mit einfachen Routinetätigkeiten überkompensiert durch das Wachs-

Foto: Seadus



UNGESTÖRT IM GROSSRAUM: Akustisch wirksame Trennwände schaffen im Open-Space-Büro Zonen für konzentrierte Arbeit und Besprechungen.

tum der Büroberufe mit höheren Qualifikationsanforderungen.

Dadurch ergeben sich für fast die Hälfte der Büroarbeitsplätze neue Bedingungen. Denn der Wissensarbeiter hat andere Bedürfnisse, ist flexibel und mobil. Er arbeitet nicht nur im Büro, sondern auch unterwegs oder von zu Hause – nicht die Anwesenheit zählt, sondern das Ergebnis. In der Tat hat die Bedeutung der Arbeit an anderen Standorten zugenommen. Das zeigen zum Beispiel die Ergebnisse der Evaluation der EU-Bildschirmarbeitsrichtlinie, herausgegeben vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales im Januar 2008. Demnach arbeiteten bereits 2007 32 Prozent aller Bürobeschäftigten zumindest gelegentlich an einem Laptop. Häufigster „alternativer“ Arbeitsort dürfte derzeit das Home-Office sein. Hier

wächst ein interessantes Potenzial für Möbel, die sich durch ihr Design problemlos in den Wohnbereich integrieren lassen. Auf diesen Zug springen viele Hersteller bereits auf und bieten Möbel speziell für das Home-Office an. Noch weiter geht Dauphin: Mit Dauphin Home bietet der Hersteller aus Offenhausen eine eigene Wohnkollektion an, die neben Möbeln für das Arbeitszimmer auch Flur-, Wohn- und Schlafzimmernmöbel umfasst.

ÜBERALL EINSATZBEREIT?

Der Mitarbeiter von morgen verbringt also nicht mehr 40 Stunden in der Woche an seinem Schreibtisch, sondern ist mal unterwegs, arbeitet in der Cafeteria oder im Park. Ist er im Büro, arbeitet er mal im Team und wenn es nötig ist, zieht er sich zu konzentrierter Einzelarbeit zurück. Für diese heterogenen Arbeitsformen reicht das klassische Zellen- oder Teambüro nicht aus – mobile Lösungen, Thinktanks, Gruppenarbeitsplätze und attraktive informelle Zonen sind gefragt, um dem Wissensarbeiter eine Umgebung zur Verfügung zu stellen, die seiner Arbeitsweise entspricht.

Dass der Wissensarbeiter kein Mythos der Arbeitswelt, sondern bereits Realität ist und in den kommenden Jahren eine immer wichtigere Bedeutung einnehmen wird, zeigen Einschätzungen der Unternehmen. Der bso befragte in diesem Jahr 603 Entscheider aus Produktions- und Dienstleistungsunternehmen sowie Behörden in Deutschland zur ›



Foto: Dauphin

CHANCE FÜR DIE BRANCHE: Neue Geschäftsbereiche entdeckt Dauphin. Mit Dauphin Home kreiert der Hersteller aus Offenhausen Möbel für den Wohnbereich.

› Nutzung und Einschätzung verschiedener Büroformen, zur ergonomischen Qualität ihrer Büroausstattungen, zu Trends der Arbeitswelt und zum Thema Prävention in ihrem Unternehmen. Darin gaben 57,9 Prozent aller Unternehmen an, dass die Anforderungen an die Kreativität ihrer Mitarbeiter zunehmen werden, 55,1 Prozent gehen von einer mehrheitlich eigenverantwortlichen Arbeit aus, 55,7 Prozent erwarten eine weitere Zunahme der Teamarbeit und rund 44 Prozent eine zunehmende zeitliche und räumliche Flexibilisierung der Arbeit.

Freilich wird nicht die gesamte Belegschaft auf diese Weise ihre Arbeitstage verbringen. Nach wie vor wird es einen Bedarf an standardisierten Arbeitsplätzen geben und weiterhin werden typische Bürotätigkeiten ausgeübt werden. Doch die Tendenz geht klar hin zu flexiblen Arbeitsformen. In der Folge werden sowohl die Standardisierung von Arbeitsplätzen und die Flächenoptimierung als auch die Schaffung flexibler Kommunikationszonen wichtige Themen bleiben. Denn den Wissensarbeitern ein attraktives Umfeld zu bieten, sollte im Interesse jedes Unternehmens liegen.

GEFRAGT: SOFT SKILLS

Denn noch immer droht der Fachkräftemangel. Obwohl es immer mehr Wissensarbeiter geben wird, nimmt doch die Gesamtzahl der zur Verfügung stehenden Arbeitskräf-



„In einem sich stetig verändernden Markt müssen die Mitarbeiter vorausschauen und sich Änderungen anpassen. Kundenorientiertes Denken und die Fähigkeit, Wissen zu teilen, werden immer wichtiger.“

JÖRG PANNEKOIKE,
Geschäftsführer bei Kinnarps

te in den kommenden Jahrzehnten weiter ab. Das jedenfalls errechnet das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). Bis zum Jahr 2025 sinke die Zahl um fast 3,5 Millionen. Daran würde auch eine steigende Erwerbsquote von Frauen und älteren Beschäftigten sowie eine jährliche Nettozuwanderung von 100.000 Personen wenig ändern. Schon heute gibt es dem BiBB zufolge für spezielle Qualifikationen und in einzelnen Regionen einen Mangel an Fachkräften. Für die kommenden Jahre erwarten die BiBB-Forscher einen moderaten Anstieg des Bedarfs an Erwerbstätigen, durch die demografische Entwicklung wird sich gleichzeitig das Arbeitskräfteangebot reduzieren.

„Der ‚Kampf um die besten Köpfe‘ geht weiter“, erläutert Hendrik Hund, Vorsitzender des bso-Verbands. „Unternehmen müssen

sich noch attraktiver machen, um Arbeitskräfte anzuwerben. Sie müssen sich stärker an die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter anpassen und Vorsorge zur Erhaltung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit der älteren Arbeitnehmer treffen.“

Wie schaffen sie das? Und welche Rollen spielen die Hersteller von Büro- und Objektmöbeln dabei? Ginge es allein um die Anschaffung von Möbeln, wäre die Sache einfach. Funktional und optisch hochwertige Möbel gibt es von fast allen Herstellern, entscheidend wäre allein der persönliche Geschmack. Vielmehr zählen die allseits gefragten „Soft Skills“ – diese verlangen nicht nur die Unternehmen von ihren Angestellten, auch die Mitarbeiter, gerade die begehrten Fachkräfte, suchen sie bei ihrer Firma.

Dazu gehören Konzepte zur „Work-Life-Balance“, flexible Arbeitszeitmodelle, die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten, sowie Freizeit- und Gesundheitsangebote und Möglichkeiten zur Weiterbildung. Das BiBB weist auch auf Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie hin, die immer weiter in den Vordergrund treten: „Durch die Positionierung als familienfreundliches Unternehmen gelingt es, vermehrt auch Frauen anzusprechen und damit dem Fachkräftemangel durch die Erhöhung der Frauenquote bei den Erwerbstätigen zu begegnen.“

Das haben viele bereits verstanden, auch in der Büromöbelbranche. So gibt es zum Beispiel bei der Steelcase-Deutschland-Zentrale in Rosenheim seit Herbst 2009 eine betriebliche Kinderkrippe. Der Hersteller Kinnarps plant jährliche Gesundheitstage – die erste Gesundheitswoche fand in diesem Jahr im Mindener >



Foto: WINI

WISSENSARBEIT: Der Otto-Versand in Hamburg schuf für seine Kreativabteilung neue Arbeitsplätze. Das Ziel: Kommunikation und Kreativität fördern.

› Werk statt. Das Ergebnis der positiven Resonanz sind nun regelmäßig stattfindende Sportkurse. Auch das Thema Weiterbildung ist bei Kinnarps maßgeblich. So bieten die Schweden Schulungsprogramme und Möglichkeiten zur Karriereentwicklung: „Die Ausbildungsqualität

der Mitarbeiter ist ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens“, sagt Jörg Pannekoike, Geschäftsführer der Kinnarps GmbH. „In einem sich stetig verändernden Markt müssen die Mitarbeiter vorausschauen und sich Änderungen anpassen. Kundenorientiertes Denken

und die Fähigkeit, Wissen zu teilen, werden immer wichtiger. Wir geben unseren Mitarbeitern Instrumente an die Hand, um diese Kompetenzen zu entwickeln und auszubauen.“

Wilkhahn aus dem niedersächsischen Bad Münder setzt in seiner Unternehmensphilo-

INTERVIEW „Individualität statt Standard“

Welche Bedeutung hat die Bestuhlung für das Wohlbefinden im Büro? Und wie wichtig ist das Öko-Thema wirklich? Helmut Link von Interstuhl Büromöbel verrät es im Gespräch mit FACTS.



HELMUT LINK, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Interstuhl Büromöbel

FACTS: Der Branche geht es den jüngsten Zahlen des bso zufolge wieder gut. Wie hat Interstuhl Büromöbel die vergangenen Krisenjahre überstanden?

Helmut Link: Das Jahr 2009 war auch für die Firma Interstuhl kein leichtes. Nach dem Erfolgsjahr 2008 mit 117 Millionen Euro Umsatz kam die Wirtschaftskrise auch bei uns auf der Schwäbischen Alb an. Wir konnten uns zwar besser als viele andere im Wettbewerb behaupten, aber die Umsätze brachen weltweit ein. Trotzdem oder, besser gesagt, gerade deshalb entstand in dieser Zeit neben einem neuen Forschungs- und Entwicklungszentrum auch das neue Kommunikationszentrum, die Interstuhl-Arena. Insgesamt haben wir rund 20 Millionen Euro während der Krise in den Standort investiert. Das zeigt, wie viel Wert Interstuhl auch in Zukunft auf das hochkomplexe Zusammenwirken von Design- und Fertigungsprozessen legt, und ist Beleg für den mit den Mitarbeitern geschlossenen Standort sicherungsvertrag. Als Ergebnis können

wir heute einen Umsatz prognostizieren, der den von 2008 überschreiten wird.

FACTS: Immer wichtiger bei Einrichtungsprojekten werden Aspekte wie das Wohlfühlen im Büro. Dabei spielen Farbgebung, Akustik, Beleuchtung und die Wahl der Materialien eine immer größere Rolle. Wie kann Interstuhl diesen Trend für sich nutzen?

Link: Mit der Bürostuhlserie Volume 8, die wir auf der letzten Orgatec gezeigt haben und zum Jahresbeginn 2012 einführen werden, haben wir gezeigt, wohin es geht. Grundsätzlich nimmt durch die modernen Techniken der Bürostuhl an Bedeutung zu. Der Mensch braucht immer weniger Tisch und Stauraum. Das Standarddenken hat sich hin zu einer starken Individualisierung der Einrichtung und des Materials entwickelt. Der Mensch sucht in der Hektik des Büroalltags einen Ausgleich: einen Raum jenseits des Stresses, an dem er „er selbst“ sein kann. Und er sucht Produkte, die ihn dabei unterstützen. Diese Rolle fällt immer mehr dem Bürostuhl zu, in dem Individualität und Intimität den Mittelpunkt bilden. So steht der Bürostuhl zunehmend im Zentrum individueller Wünsche und Bedürfnisse.

FACTS: Welche Rolle spielt die Ökologie konkret bei einem Einrichtungsprojekt beziehungsweise im Vorfeld bei der Ausschreibung? Haben Hersteller, die entsprechende Zertifikate und Labels vorweisen können, bessere Chancen, den Zuschlag zu bekommen?

Link: Mittlerweile gibt es zahlreiche Ausschreibungen, bei denen ohne die entsprechenden Zertifikate keine Chance besteht. Für uns ist das Thema Nachhaltigkeit kein Benchmark, dem man hinterherrennt, sondern es war schon immer unser Grundverständnis. Als Erste der Branche waren wir EMAS-zertifiziert, als Erste trugen unsere Produkte den „Blauen Engel“. Wir als Familienunternehmen sind von uns aus schon nachhaltig. Unser Unternehmensziel ist nicht der kurzfristige Profit, sondern die Weitergabe des Unternehmens von Generation zu Generation

und somit die Sicherung des Unternehmens für unsere Mitarbeiter hier am Standort Tübingen. Zuletzt wurde dies erst mit der Vergabe des „Umweltpreises Baden-Württemberg“ belohnt.

FACTS: Wie geht Interstuhl Büromöbel das Thema an und wie kommunizieren Sie nach außen, also zum Kunden, dass er bei Ihnen ein ökologisches Produkt erhält?

Link: Die Produkte werden in Anzeigen, Produktkommunikation und im Internet mit den entsprechenden Auszeichnungen beworben. Interessierte können sich die jährlich erstellte Umwelterklärung im Internet downloaden. Eine Umweltbroschüre informiert umfassend zum Thema. Am leichtesten fällt es uns, den Beweis anzutreten, wenn uns Menschen hier besuchen und erleben.

FACTS: Stichwort Online und Social Media. Viele Hersteller sind schon bei facebook und ähnlichen Netzwerken zu finden, so auch Interstuhl. Doch was bringt ein solcher Auftritt wirklich für die Kundenbindung, die Markenbekanntheit – und letztendlich finanziell?

Link: Jeder Zehnte der gesamten Weltbevölkerung nutzt diese Kommunikationsplattform und tauscht sich regelmäßig in der Community aus. Auch wir haben uns mit einer Unternehmensplattform bei facebook und bei youtube mit einem eigenen Channel positioniert. Gerade die Aspekte Interaktion, Dialog und Internationalität, für die die Social-Media-Gemeinde steht, lassen sich mit unserem Unternehmensprofil ideal verknüpfen. Wir tauschen uns hier mit Mitarbeitern, Kunden und Interessierten aus, die sich über die Aktivitäten von Interstuhl weltweit unter www.facebook.com/interstuhl.germany informieren können und Dialoge über Themen innerhalb und außerhalb des Unternehmens führen. In der Kommunikation mit wichtigen Partnern, internationalen Kunden oder potenziellen Mitarbeitern sind Social Media für uns nicht mehr wegzudenken.

FACTS: Welche Projekte stehen 2012 für Interstuhl Büromöbel an? Wird es Neuheiten geben?

Link: Wir haben für 2012 einiges in der Pipeline. Den Startschuss gibt die Marke Interstuhl mit Volume 8 und Bi-regulett 2.0. Bimos wird mit Neon ein Produkt einführen, das wieder neue Akzente setzen wird. Äußerst spannende Produkte, die das Thema Sitzen neu definieren werden. Und dann steht ja noch die Orgatec an. Lassen Sie sich überraschen.

sophie auf flache Hierarchien. „Entscheidungen legitimieren wir bei Wilkhahn durch Argumente und nicht durch Hierarchien“, erläutert Burkhard Remmers, Leiter internationale Kommunikation. „Eine solche Unternehmenskultur bringt starke, selbstbewusste Individuen hervor, die sich mit ihrer Arbeit identifizieren und mit ganzem Herzen bei der Sache sind. Dafür haben wir bereits zahlreiche internationale Auszeichnungen für unser sozialökologisches Engagement erhalten.“ Auch bei Wilkhahn finden regelmäßige Schulungen und Infotage zu Gesundheits- und Sozialthemen statt. „Wir fördern den präventiven Gesundheitsschutz und sind offen für Kooperationen und Projekte mit Gesundheitsdienstleistern, um die Gesundheitsprävention zu verbessern“, sagt Remmers.

MIT HERZ UND SEELE

Gerade betriebliches Gesundheitsmanagement ist weit mehr als ein „Goodie“ für die Belegschaft – es unterstützt die Identifikation der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen, motiviert und es kommt auch direkt dem Unternehmen zugute, wenn es Kosten für krankgeschriebene Mitarbeiter einspart. Zu dieser Vorsorge gehört mehr, als einen ergonomischen Stuhl zur Verfügung zu stellen – und mittlerweile auch mehr, als regelmäßige Be-

„Eine offene Unternehmenskultur bringt starke, selbstbewusste Individuen hervor, die sich mit ihrer Arbeit identifizieren und mit ganzem Herzen bei der Sache sind.“

BURKHARD REMMERS, Leiter internationale Kommunikation bei Wilkhahn



wegung zu ermöglichen. Obwohl Muskel- und Skelettkrankheiten weiterhin die Ursache Nummer eins für Krankschreibungen sind, boxen sich die psychischen Erkrankungen mittlerweile nach vorne. Dem AOK-Fehlzeitenreport 2011 zufolge entfielen die meisten Krankheitstage im vergangenen Jahr erneut auf die Muskel- und Skelettkrankungen (24,2 Prozent). Psychische Erkrankungen erreichen mit 9,3 Prozent den vierten Platz – im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg um 0,7 Prozentpunkte. Seit 1994 beobachtet die AOK einen Anstieg der psychischen Erkrankungen als Ursache von Krankschreibungen von mehr als 100 Prozent, bei den Arbeitsunfähigkeitstagen von nahezu 90 Prozent. Der Gesundheitsreport der DAK berichtet gar von 12,1 Prozent des gesamten Krankenstands, die auf psychische Erkrankungen zurückgehen. Für

die Unternehmen hat dies fatale Folgen: Ein hoher Krankenstand kostet Unternehmen schon per se viel Geld – 35 Millionen Euro jährlich, wie das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung errechnet. Und: Mitarbeiter, die zwar anwesend sind, aber unter Stress und psychischer Überlastung leiden, bringen nicht dieselbe hohe Leistung wie ihre entspannten Kollegen – sie machen häufiger Fehler, können sich schlechter konzentrieren und schaden im schlimmsten Fall mehr, als sie dem Unternehmen nützen.

WUNSCH NACH ANERKENNUNG

Die Gründe für Stress und Überforderung liegen nicht allein in einem hohen Arbeitsaufkommen: Mitarbeiter wünschen sich dem AOK-Fehlzeitenreport 2011 zufolge von ihren Vorgesetzten mehr Einsatz für ihre Mitar- ➤



AUSGLEICH SCHAFFEN: Der immer hektischer werdende Arbeitsalltag kann nur bewältigt werden, wer mit Bewegung und Entspannung für regelmäßige Auszeiten sorgt.



Fotos: Wilkhahn

DER PERFEKTE ARBEITSPLATZ: Kreativ und konzentriert im Großraum, anschließend in den freundlichen, harmonischen Pausenraum. Die Qualität der Ausstattung wird Mitarbeitern immer wichtiger. Langsam, aber sicher verstehen das auch die Unternehmen.

› beiter, mehr Rückmeldungen, mehr Lob für gute Arbeit. Wer diese Anerkennung erfährt, habe weniger gesundheitliche Beschwerden und identifiziere sich häufiger mit seinem Unternehmen. Ergo: Die Krankenquote sinkt, der Mitarbeiter ist motivierter – dies wirkt sich letztendlich positiv auf den Unternehmenserfolg aus.

KOLLEGE IS WATCHING YOU

Und mehr noch: Der Einfluss der Arbeitsumgebung auf die Entstehung von Stress und anderen psychischen Belastungen werde häufig unterschätzt. Dies ergab die BAuA/BiBB-Erwerbstätigenbefragung 2006. Demnach klagen 58 Prozent der Beschäftigten in Büroberufen darüber, dass sie während ihrer Arbeit häufig von Kollegen unterbrochen oder gestört werden – manchmal eine organisatorische Notwendigkeit, oft werden Störungen aber auch nur durch die Anwesenheit mehrerer Personen in einem Raum bei mangelnder optischer und akustischer Abschirmung verursacht. Andere vermeidbare Probleme sind ein monotones Arbeitsumfeld oder das Gefühl permanenter Sichtbarkeit und Überwachung. Dieses Problem wird eine der Herausforderungen der

Zukunft für Unternehmen und auch für die Büromöbelbranche sein, vor allem vor dem Hintergrund des erneuten Siegeszugs der Großraumbüros – heute Open Space genannt. Die Nachfrage nach flexiblen Arbeitsplätzen und damit einhergehend nach Open-Space-Formen wächst stetig. Für die Einrichtungsplaner ist der Open Space eine Herausforderung – um den Mitarbeitern trotz Großraumbüro eine angenehme Arbeitsatmosphäre zu bieten, sind die Anforderungen an Akustik, Beleuchtung, Klimatisierung und Zonierung der Räume besonders hoch. Steigende Mietpreise und damit einhergehend eine geringere zur Verfügung stehende Bürofläche verschärfen das Problem. So ist es unerlässlich, im Großraum ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sowohl konzentrierte Einzel- als auch kreative Teamarbeit möglich sind.

Lösungen für ein angenehmes Arbeiten auch im Großraum halten die Hersteller bereit: Akustisch wirksame Trennwände, die nicht nur Arbeitstische voneinander abgrenzen, sondern den gesamten Raum trennen, gibt es mittlerweile in vielen Designs, begrünt und mit verschiedenen Beleuchtungsszenarien ausgestattet. Schränke und Regale lassen sich mit akustisch wirksamen Rückwänden ausrüsten und schützen so nicht nur optisch, sondern auch

vor Lärmbelästigung. In Kommunikationszonen finden sich häufig Sofas wie das Vitra Alcolve mit besonders hohen Rücken- und Seitenlehnen für optischen und akustischen Schutz. „Mehr Bewegung im Alltag versprechen auch Steh-Sitz-Arbeitstische“, meint Holger Fricke, Geschäftsführer der Actiforce Europe GmbH. „Sie fördern Gesundheit, Motivation und Leistung und sind somit ein optimales Arbeitsgerät für die Generation der Wissensarbeiter.“

Das Thema Großraumbüro ist für die Hersteller bisher eher eine qualitative Herausforderung – in quantitativer Hinsicht spielt es bisher in Deutschland nur eine kleine Rolle, wie eine Sonderauszählung auf Basis der Daten der bso-Studie 2011 ergab: Bisher mache diese Büroform nur rund 5 Prozent aller Büroarbeitsplätze aus. Doch das bedeutet nicht, dass mit Open-Space-Projekten keine lukrativen Geschäfte zu machen sind, schließlich ist es gerade hier unverzichtbar, eine qualitativ hochwertige, durchdachte Ausstattung zur Verfügung zu stellen.

QUALITÄT VOR QUANTITÄT

Qualitative Auswirkungen auf Büroeinrichtungsprojekte und einen positiven Einfluss auf die zu generierenden Umsätze kann >

› Werk statt. Das Ergebnis der positiven Resonanz sind nun regelmäßig stattfindende Sportkurse. Auch das Thema Weiterbildung ist bei Kinnarps maßgeblich. So bieten die Schweden Schulungsprogramme und Möglichkeiten zur Karriereentwicklung: „Die Ausbildungsqualität

der Mitarbeiter ist ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens“, sagt Jörg Pannekoike, Geschäftsführer der Kinnarps GmbH. „In einem sich stetig verändernden Markt müssen die Mitarbeiter vorausschauen und sich Änderungen anpassen. Kundenorientiertes Denken

und die Fähigkeit, Wissen zu teilen, werden immer wichtiger. Wir geben unseren Mitarbeitern Instrumente an die Hand, um diese Kompetenzen zu entwickeln und auszubauen.“

Wilkhahn aus dem niedersächsischen Bad Münden setzt in seiner Unternehmensphilo-

INTERVIEW „Individualität statt Standard“

Welche Bedeutung hat die Bestuhlung für das Wohlbefinden im Büro? Und wie wichtig ist das Öko-Thema wirklich? Helmut Link von Interstuhl Büromöbel verrät es im Gespräch mit FACTS.



HELMUT LINK, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Interstuhl Büromöbel

FACTS: Der Branche geht es den jüngsten Zahlen des bso zufolge wieder gut. Wie hat Interstuhl Büromöbel die vergangenen Krisenjahre überstanden?

Helmut Link: Das Jahr 2009 war auch für die Firma Interstuhl kein leichtes. Nach dem Erfolgsjahr 2008 mit 117 Millionen Euro Umsatz kam die Wirtschaftskrise auch bei uns auf der Schwäbischen Alb an. Wir konnten uns zwar besser als viele andere im Wettbewerb behaupten, aber die Umsätze brachen weltweit ein. Trotzdem oder, besser gesagt, gerade deshalb entstand in dieser Zeit neben einem neuen Forschungs- und Entwicklungszentrum auch das neue Kommunikationszentrum, die Interstuhl-Arena. Insgesamt haben wir rund 20 Millionen Euro während der Krise in den Standort investiert. Das zeigt, wie viel Wert Interstuhl auch in Zukunft auf das hochkomplexe Zusammenwirken von Design- und Fertigungsprozessen legt, und ist Beleg für den mit den Mitarbeitern geschlossenen Standortversicherungsvertrag. Als Ergebnis können

wir heute einen Umsatz prognostizieren, der den von 2008 überschreiten wird.

FACTS: Immer wichtiger bei Einrichtungsprojekten werden Aspekte wie das Wohlfühlen im Büro. Dabei spielen Farbgebung, Akustik, Beleuchtung und die Wahl der Materialien eine immer größere Rolle. Wie kann Interstuhl diesen Trend für sich nutzen?

Link: Mit der Bürostuhlserie Volume 8, die wir auf der letzten Orgatec gezeigt haben und zum Jahresbeginn 2012 einführen werden, haben wir gezeigt, wohin es geht. Grundsätzlich nimmt durch die modernen Techniken der Bürostuhl an Bedeutung zu. Der Mensch braucht immer weniger Tisch und Stauraum. Das Standarddenken hat sich hin zu einer starken Individualisierung der Einrichtung und des Materials entwickelt. Der Mensch sucht in der Hektik des Büroalltags einen Ausgleich: einen Raum jenseits des Stresses, an dem er „er selbst“ sein kann. Und er sucht Produkte, die ihn dabei unterstützen. Diese Rolle fällt immer mehr dem Bürostuhl zu, in dem Individualität und Intimität den Mittelpunkt bilden. So steht der Bürostuhl zunehmend im Zentrum individueller Wünsche und Bedürfnisse.

FACTS: Welche Rolle spielt die Ökologie konkret bei einem Einrichtungsprojekt beziehungsweise im Vorfeld bei der Ausschreibung? Haben Hersteller, die entsprechende Zertifikate und Labels vorweisen können, bessere Chancen, den Zuschlag zu bekommen?

Link: Mittlerweile gibt es zahlreiche Ausschreibungen, bei denen ohne die entsprechenden Zertifikate keine Chance besteht. Für uns ist das Thema Nachhaltigkeit kein Benchmark, dem man hinterherrennt, sondern es war schon immer unser Grundverständnis. Als Erste der Branche waren wir EMAS-zertifiziert, als Erste trugen unsere Produkte den „Blauen Engel“. Wir als Familienunternehmen sind von uns aus schon nachhaltig. Unser Unternehmensziel ist nicht der kurzfristige Profit, sondern die Weitergabe des Unternehmens von Generation zu Generation

und somit die Sicherung des Unternehmens für unsere Mitarbeiter hier am Standort Tübingen. Zuletzt wurde dies erst mit der Vergabe des „Umweltpreises Baden-Württemberg“ belohnt.

FACTS: Wie geht Interstuhl Büromöbel das Thema an und wie kommunizieren Sie nach außen, also zum Kunden, dass er bei Ihnen ein ökologisches Produkt erhält?

Link: Die Produkte werden in Anzeigen, Produktkommunikation und im Internet mit den entsprechenden Auszeichnungen beworben. Interessierte können sich die jährlich erstellte Umwelterklärung im Internet downloaden. Eine Umweltbroschüre informiert umfassend zum Thema. Am leichtesten fällt es uns, den Beweis anzutreten, wenn uns Menschen hier besuchen und erleben.

FACTS: Stichwort Online und Social Media. Viele Hersteller sind schon bei facebook und ähnlichen Netzwerken zu finden, so auch Interstuhl. Doch was bringt ein solcher Auftritt wirklich für die Kundenbindung, die Markenbekanntheit – und letztendlich finanziell?

Link: Jeder Zehnte der gesamten Weltbevölkerung nutzt diese Kommunikationsplattform und tauscht sich regelmäßig in der Community aus. Auch wir haben uns mit einer Unternehmensplattform bei facebook und bei youtube mit einem eigenen Channel positioniert. Gerade die Aspekte Interaktion, Dialog und Internationalität, für die die Social-Media-Gemeinde steht, lassen sich mit unserem Unternehmensprofil ideal verknüpfen. Wir tauschen uns hier mit Mitarbeitern, Kunden und Interessierten aus, die sich über die Aktivitäten von Interstuhl weltweit unter www.facebook.com/interstuhl.germany informieren können und Dialoge über Themen innerhalb und außerhalb des Unternehmens führen. In der Kommunikation mit wichtigen Partnern, internationalen Kunden oder potenziellen Mitarbeitern sind Social Media für uns nicht mehr wegzudenken.

FACTS: Welche Projekte stehen 2012 für Interstuhl Büromöbel an? Wird es Neuheiten geben?

Link: Wir haben für 2012 einiges in der Pipeline. Den Startschuss gibt die Marke Interstuhl mit Volume 8 und Bi-regulett 2.0. Bimos wird mit Neon ein Produkt einführen, das wieder neue Akzente setzen wird. Äußerst spannende Produkte, die das Thema Sitzen neu definieren werden. Und dann steht ja noch die Orgatec an. Lassen Sie sich überraschen.

sophie auf flache Hierarchien. „Entscheidungen legitimieren wir bei Wilkhahn durch Argumente und nicht durch Hierarchien“, erläutert Burkhard Remmers, Leiter internationale Kommunikation. „Eine solche Unternehmenskultur bringt starke, selbstbewusste Individuen hervor, die sich mit ihrer Arbeit identifizieren und mit ganzem Herzen bei der Sache sind. Dafür haben wir bereits zahlreiche internationale Auszeichnungen für unser sozialökologisches Engagement erhalten.“ Auch bei Wilkhahn finden regelmäßige Schulungen und Infotage zu Gesundheits- und Sozialthemen statt. „Wir fördern den präventiven Gesundheitsschutz und sind offen für Kooperationen und Projekte mit Gesundheitsdienstleistern, um die Gesundheitsprävention zu verbessern“, sagt Remmers.

MIT HERZ UND SEELE

Gerade betriebliches Gesundheitsmanagement ist weit mehr als ein „Goodie“ für die Belegschaft – es unterstützt die Identifikation der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen, motiviert und es kommt auch direkt dem Unternehmen zugute, wenn es Kosten für krankgeschriebene Mitarbeiter einspart. Zu dieser Vorsorge gehört mehr, als einen ergonomischen Stuhl zur Verfügung zu stellen – und mittlerweile auch mehr, als regelmäßige Be-

„Eine offene Unternehmenskultur bringt starke, selbstbewusste Individuen hervor, die sich mit ihrer Arbeit identifizieren und mit ganzem Herzen bei der Sache sind.“

BURKHARD REMMERS, Leiter internationale Kommunikation bei Wilkhahn



wegung zu ermöglichen. Obwohl Muskel- und Skelettkrankheiten weiterhin die Ursache Nummer eins für Krankschreibungen sind, boxen sich die psychischen Erkrankungen mittlerweile nach vorne. Dem AOK-Fehlzeitenreport 2011 zufolge entfielen die meisten Krankheitstage im vergangenen Jahr erneut auf die Muskel- und Skelettkrankungen (24,2 Prozent). Psychische Erkrankungen erreichen mit 9,3 Prozent den vierten Platz – im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg um 0,7 Prozentpunkte. Seit 1994 beobachtet die AOK einen Anstieg der psychischen Erkrankungen als Ursache von Krankschreibungen von mehr als 100 Prozent, bei den Arbeitsunfähigkeitstagen von nahezu 90 Prozent. Der Gesundheitsreport der DAK berichtet gar von 12,1 Prozent des gesamten Krankenstands, die auf psychische Erkrankungen zurückgehen. Für

die Unternehmen hat dies fatale Folgen: Ein hoher Krankenstand kostet Unternehmen schon per se viel Geld – 35 Millionen Euro jährlich, wie das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung errechnet. Und: Mitarbeiter, die zwar anwesend sind, aber unter Stress und psychischer Überlastung leiden, bringen nicht dieselbe hohe Leistung wie ihre entspannten Kollegen – sie machen häufiger Fehler, können sich schlechter konzentrieren und schaden im schlimmsten Fall mehr, als sie dem Unternehmen nützen.

WUNSCH NACH ANERKENNUNG

Die Gründe für Stress und Überforderung liegen nicht allein in einem hohen Arbeitsaufkommen: Mitarbeiter wünschen sich dem AOK-Fehlzeitenreport 2011 zufolge von ihren Vorgesetzten mehr Einsatz für ihre Mitar- ➤



AUSGLEICH SCHAFFEN: Der immer hektischer werdende Arbeitsalltag kann nur bewältigt werden, wer mit Bewegung und Entspannung für regelmäßige Auszeiten sorgt.



Fotos: Wilkhahn

DER PERFEKTE ARBEITSPLATZ: Kreativ und konzentriert im Großraum, anschließend in den freundlichen, harmonischen Pausenraum. Die Qualität der Ausstattung wird Mitarbeitern immer wichtiger. Langsam, aber sicher verstehen das auch die Unternehmen.

› beiter, mehr Rückmeldungen, mehr Lob für gute Arbeit. Wer diese Anerkennung erfährt, habe weniger gesundheitliche Beschwerden und identifiziere sich häufiger mit seinem Unternehmen. Ergo: Die Krankenquote sinkt, der Mitarbeiter ist motivierter – dies wirkt sich letztendlich positiv auf den Unternehmenserfolg aus.

KOLLEGE IS WATCHING YOU

Und mehr noch: Der Einfluss der Arbeitsumgebung auf die Entstehung von Stress und anderen psychischen Belastungen werde häufig unterschätzt. Dies ergab die BAuA/BiBB-Erwerbstätigenbefragung 2006. Demnach klagen 58 Prozent der Beschäftigten in Büroberufen darüber, dass sie während ihrer Arbeit häufig von Kollegen unterbrochen oder gestört werden – manchmal eine organisatorische Notwendigkeit, oft werden Störungen aber auch nur durch die Anwesenheit mehrerer Personen in einem Raum bei mangelnder optischer und akustischer Abschirmung verursacht. Andere vermeidbare Probleme sind ein monotones Arbeitsumfeld oder das Gefühl permanenter Sichtbarkeit und Überwachung. Dieses Problem wird eine der Herausforderungen der

Zukunft für Unternehmen und auch für die Büromöbelbranche sein, vor allem vor dem Hintergrund des erneuten Siegeszugs der Großraumbüros – heute Open Space genannt. Die Nachfrage nach flexiblen Arbeitsplätzen und damit einhergehend nach Open-Space-Formen wächst stetig. Für die Einrichtungsplaner ist der Open Space eine Herausforderung – um den Mitarbeitern trotz Großraumbüro eine angenehme Arbeitsatmosphäre zu bieten, sind die Anforderungen an Akustik, Beleuchtung, Klimatisierung und Zonierung der Räume besonders hoch. Steigende Mietpreise und damit einhergehend eine geringere zur Verfügung stehende Bürofläche verschärfen das Problem. So ist es unerlässlich, im Großraum ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sowohl konzentrierte Einzel- als auch kreative Teamarbeit möglich sind.

Lösungen für ein angenehmes Arbeiten auch im Großraum halten die Hersteller bereit: Akustisch wirksame Trennwände, die nicht nur Arbeitstische voneinander abgrenzen, sondern den gesamten Raum trennen, gibt es mittlerweile in vielen Designs, begrünt und mit verschiedenen Beleuchtungsszenarien ausgestattet. Schränke und Regale lassen sich mit akustisch wirksamen Rückwänden ausrüsten und schützen so nicht nur optisch, sondern auch

vor Lärmbelästigung. In Kommunikationszonen finden sich häufig Sofas wie das Vitra Alcolve mit besonders hohen Rücken- und Seitenlehnen für optischen und akustischen Schutz. „Mehr Bewegung im Alltag versprechen auch Steh-Sitz-Arbeitstische“, meint Holger Fricke, Geschäftsführer der Actiforce Europe GmbH. „Sie fördern Gesundheit, Motivation und Leistung und sind somit ein optimales Arbeitsgerät für die Generation der Wissensarbeiter.“

Das Thema Großraumbüro ist für die Hersteller bisher eher eine qualitative Herausforderung – in quantitativer Hinsicht spielt es bisher in Deutschland nur eine kleine Rolle, wie eine Sonderauszählung auf Basis der Daten der bso-Studie 2011 ergab: Bisher mache diese Büroform nur rund 5 Prozent aller Büroarbeitsplätze aus. Doch das bedeutet nicht, dass mit Open-Space-Projekten keine lukrativen Geschäfte zu machen sind, schließlich ist es gerade hier unverzichtbar, eine qualitativ hochwertige, durchdachte Ausstattung zur Verfügung zu stellen.

QUALITÄT VOR QUANTITÄT

Qualitative Auswirkungen auf Büroeinrichtungsprojekte und einen positiven Einfluss auf die zu generierenden Umsätze kann >