

# Spannung garantiert

Nachdem Wilkhahn bereits 2010 mit 25 Prozent Wachstum gegläntzt hatte, setzte sich die erfolgreiche Entwicklung auch in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 fort. Mit knapp 20 Prozent Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr sieht es sogar so aus, als ob der Büromöbelhersteller seinen bisherigen Umsatzrekord aus dem Vorkrisenjahr 2007 knacken könnte ...

**T**rotz der Abhängigkeit vieler Branchen von weltwirtschaftlichen Entwicklungen zeigt das überdurchschnittliche Wachstum mancher Unternehmen, dass es heute noch immer möglich ist, mit den richtigen Investitionen in Produkte, Märkte und Kommunikation eine eigene „Firmenkonjunktur“ zu etablieren.

Ein solches Beispiel gibt das Traditions- und Familienunternehmen Wilkhahn, das bei Bürostühlen und Einrichtungen für Konferenz- und Kommunikationsräume weltweit als Premiummarke bekannt ist und für „Design made in Germany“ steht. Denn das Unternehmen mit Firmenzentrale im niedersächsischen Bad Münder, das rund 600





FLEXIBEL: Die Bildmotive der neuen, internationalen Werbekampagne demonstrieren die neuartige Beweglichkeit des ON.

Mitarbeiter auf allen Kontinenten beschäftigt und in insgesamt 91 Länder liefert, legte bereits im letzten Jahr um 25 Prozent zu – drei Viertel der Geschäfte wurden dabei in internationalen Märkten getätigt. Auch jetzt glänzt das Unternehmen wieder mit bemerkenswerten Zuwächsen.

Durch die internationale Ausrichtung spiegelt dabei die Entwicklung der einzelnen Märkte die verschiedenen Facetten der

Weltkonjunktur wider. In West-, Mittel- und Nordeuropa zeigt sich ein stabiler Aufwärtstrend. Das Wachstum von Wilkhahn Schweiz hält sich auf hohem Niveau. Und Deutschland als größter Einzelmarkt erweist sich mit fast 30 Prozent Umsatzwachstum auch bei Wilkhahn als „Konjunktur-Lokomotive“.

### WELTWEITER VORSPRUNG

Dicht darauf folgen die boomenden Märkte, die von der mittlerweile größten Tochtergesellschaft Wilkhahn Asia-Pacific mit Fertigung im australischen Sydney bedient werden. Dank größerer Projekte ist auch Wilkhahn Middle East auf der Überholspur, und trotz der aktuellen Verunsicherungen in den USA entwickelt sich dort die jüngste Tochtergesellschaft ebenfalls dynamisch und vielversprechend.

„Den weltweiten Vorsprung konnte Wilkhahn mit dem dreidimensional beweglichen Bürostuhl ON noch ausbauen“, schildert Dr. Jochen Hahne, geschäftsführender Gesellschafter bei Wilkhahn. „Der Stuhl gilt mittlerweile bei führenden internationalen

Experten als bester Bürostuhl der Welt.“ In der Tat ist ON von Sydney über London bis Chicago, von Sao Paulo über Tokio bis Frankfurt und Hannover mit internationalen Auszeichnungen gewürdigt worden, darunter mit so bedeutenden wie dem „Best of Competition“ der NeoCon 2010 oder mit dem „Designpreis Deutschland 2011“, der als „Preis der Preise“ gilt.

Gleichzeitig investierte das Unternehmen im siebenstelligen Bereich in eine Werbekampagne, um den Vorsprung dauerhaft abzusichern. „Diese Aktivitäten aus dem ersten Halbjahr kommen ja erst im zweiten Halbjahr richtig zur Wirkung“, prognostiziert Hahne. Er ist davon überzeugt, dass der überproportionale Erfolg des Bürostuhls weiter anhalten wird. Erst im zweiten Jahr auf dem Markt, hält das Erfolgsprogramm schon jetzt über ein Drittel Umsatzanteil bei Wilkhahn.

### TOPAKTUELLER KLASSIKER

„Im Übrigen: Die für die Marke typische Verbindung aus wegweisenden Innovationen, hochwertiger Qualität und zeitloser >

*„Den weltweiten Vorsprung konnte Wilkhahn mit dem dreidimensional beweglichen Bürostuhl ON noch ausbauen.“*

DR. JOCHEN HAHNE,  
geschäftsführender Gesellschafter  
bei Wilkhahn





EXPANSION: Seit Mai präsentiert sich die jüngste Wilkhahn-Tochter in den USA auf 600 m<sup>2</sup> im neuen Showroom: im berühmten Starrett-Lehigh Building am Hudson River mitten im New Yorker Trendviertel Chelsea/Manhattan.

› Gestaltung bescherte dem Markt bereits in der Vergangenheit so manchen noch heute topaktuellen Klassiker, erinnert sich Hahne. „Man denke nur an die legendäre Bürostuhllinie FS, die vor über 30 Jahren das Bewegungssitzen international etabliert hat. Oder an die mobilen Seminar- und Konferenzstühle mit schwenk- oder faltbaren Platten, die als erste ihrer Art eine völlig neuartige Einrichtungsgeneration in der Branche begründet haben.“

### STILIKONE

Ebenso wichtig für die Marke ist der gerade erst im Markt eingeführte Universalstuhl Chassis. „Innerhalb kürzester Zeit hat sich Chassis als neuer Meilenstein im Stuhl-Design etabliert“, erklärt Hahne. Der Stuhl, dessen Leichtbaugestell aus dünnem Stahlblech erstmalig im Tiefziehverfahren der Automobilindustrie hergestellt wird, erreicht vor allem gestaltungsaffine Zielgruppen. „Wilkhahn hat hier mit dem Designer Stefan Diez einen Stuhl auf die Beine gestellt, der alles mitbringt, um zu einer Stilikone im zeitgenössischen Möbeldesign zu werden“, ist sich Hahne sicher. „Hochinnovativ, faszinierend geformt, nützlich und komfortabel, vielfältig

zu kombinieren und dabei ökologisch verantwortungsvoll – kann es bessere Zutaten für einen Bestseller geben?“

Diese Meinung teilen auch die internationalen Fachleute: Innerhalb von nur drei Mo-

UMSATZTRÄGER BEI WILKHAHN: Von Sydney über London bis Chicago, von Sao Paulo über Tokio bis Frankfurt und Hannover ist der Bürostuhl ON (Design: wiege) mit internationalen Auszeichnungen gewürdigt worden.



GROSSER ERFOLG: Innerhalb von nur drei Monaten wurde Chassis als „Best of the Best 2011“ beim Red Dot Product Design Award ausgezeichnet und räumte zudem weitere Preise ab.



naten wurde Chassis als „Best of the Best 2011“ beim Red Dot Product Design Award ausgezeichnet, er wurde von der Redaktionsjury der wichtigsten nordamerikanischen Architektur- und Designmagazine zum besten Sitzmöbel der ICFF (International Contemporary Furniture Fair) in New York erklärt, mit dem begehrten DESIGN PLUS Award der Messe Ambiente in Frankfurt gewürdigt und für den Designpreis Deutschland 2012 nominiert.

### RIESIGE NACHFRAGE

Und obwohl die Serienproduktion gerade erst angelaufen ist, zeigen sich riesiges Interesse und eine Nachfrage, die deutlich über den aktuellen Produktionskapazitäten liegt. Zudem öffnet Chassis neben den klassischen Büro- und Objektbereichen zusätzliche Geschäftsfelder wie etwa den Wohnbereich, Hoteleinrichtungen, Restaurantausstattungen oder auch Verkaufsraumgestaltungen.

Es spricht also vieles dafür, dass Wilkhahn 2011 die alte Rekordmarke von 94,6 Millionen Euro aus dem Jahr 2007 knacken wird und im zweiten Halbjahr sogar noch kräftiger zulegen könnte. Eins ist jedenfalls sicher: Es bleibt spannend.

Graziella Mimic ■