

Quo vadis Giga X?

Am 10. Januar trennten sich Begros und Lutz. Direkt nach dem schon lange erwarteten Knall kündigte XXXLutz-Boss Dr. Andreas Seifert die Gründung des eigenen Einkaufsverbandes Giga X an. Erste Mitglieder – neben Lutz – sind naturgemäß die Atlas-Abtrünnigen mit XXXL-Beteiligung, Zurbrüggen und Möbelzentrum Pforzheim. Giga-Geschäftsführer Mag. Gerald Socher, bei Lutz u.a. seit 2004 im Einkauf tätig und ab 2009 zuständig für die Integration von XXXL Lesnina und die Werbekoordination des Web-Auftritts, stand Gerald Schultheiß erstmals Rede und Antwort über die Intentionen und Strategien dieses eigenen Verbands der XXXLutz-Gruppe.

MM: Herr Mag. Socher, bleibt der Arbeitstitel oder nimmt der Verband bald seinen endgültigen Namen an?
Mag. Gerald Socher: Vorbehaltlich einer rechtlichen Prüfung wird der Name Giga X in Zukunft auf Giga International geändert. Die Zentrale und der Sitz der Gesellschaft ist Würzburg und sie geht in Kürze an den Start.

MM: Wie ist die Verbandsführung jenseits Ihrer Funktion organisiert?
Socher: Es wird einen Lenkungskreis aus Geschäftsführern bzw. Einkaufsleitern der angeschlossenen Mitglieder geben. Für jede Warengruppe bilden wir spezialisierte Arbeitskreise aus den Facheinkäufern der Mitglieder.

MM: Wie sehen die Positionierung und die Philosophie von Giga aus?
Socher: Neben dem Ziel des besten Sortiments und weiterhin die besten Einkaufspreise am Markt zu haben, ist der Aufbau von attraktiven Eigenmarken sowie speziellen Flächenkonzepten mit eigenständigen Sortimenten geplant. Aufgrund der internationalen Ausrichtung und seiner Umsatzstärke ist der Verband für viele attraktiv.

MM: Wie werden der Einkauf und das Handelsmarken-Management strukturiert?
Socher: Die Arbeitskreise werden national sowie international auf allen Messen und direkt bei den Herstellern tätig sein. Unterstützt werden sie in der

Eigenmarkenpolitik durch externe und interne Designer.

MM: Bis 30. September muss bei allen Giga-Häusern die komplette Begros-Ware inklusive den Handelsmarken draußen sein. Damit müssen geschätzt rund 40% der Möbel-Verkaufsflächen neu bestückt werden. Auch bei den Fachsortimenten reißt der Wechsel große Lücken. Wie ist dieser Übergang organisiert?
Socher: Es kommen einige Anstrengungen auf unsere Einkäufer zu, aber die genannten 40% sind viel zu hoch. Aufgrund der Stärke des Zusammenschlusses werden wir die anfallenden Themen rasch lösen. Unsere Einkäufer sind derzeit schon mit allen Herstellern in intensiven Gesprächen über neue Sortimente.

MM: Und wie sieht die Marschroute für die veränderte Zusammenarbeit mit der Industrie aus, worauf muss diese sich künftig einstellen?
Socher: Die bisher erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Herstellern werden wir auch in Zukunft weiter fortführen.

MM: Die Zurbrüggen-Eigenmarken sollen in den Verband – und damit alle Giga-Häuser – einfließen. Werden darüber hinaus die bestehenden Lutz-Eigenmarken ausgebaut oder eher neue Labels in den Segmenten aufgebaut, die bisher durch Begros-

Marken abgedeckt wurden?
Socher: Die Eigenmarken von XXXL und Zurbrüggen werden in den Verband eingeführt und allen Verbandsmitgliedern zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden aktuell neue Verbandsmarken geprüft, um die Marken-Vielfalt zu erhöhen.

MM: Wie sieht also die künftige Handelsmarken-Architektur aus?
Socher: An der Architektur wird derzeit gearbeitet. Sie wird alle Bereiche und Warengruppen umfassen. Für jedes Segment werden spezielle Eigenmarken angelegt. Diese Strukturen gibt es schon bei XXXL und bei Zurbrüggen.

MM: Zurbrüggen hat eine besondere Kompetenz im Bereich Fachsortimente-Einkauf. Inwiefern fließt auch diese bei Giga mit ein?
Socher: Die Kompetenz Zurbrüggens gliedert sich hervorragend in den neuen Verband ein. Auch die XXXL-Gruppe mit eigenständigen Einkaufs-Kontoren im asiatischen Bereich ergänzen



Giga X soll schon bald unter dem Namen Giga International mit Sitz in Würzburg starten.

sowohl im Möbel- als auch im Fachsortimentsbereich diese Kompetenz.

MM: Konzentriert sich Giga nur auf Einkauf bzw. Sortimentierung, zumal Haase und Zurbrüggen über die Beteiligung sowieso von Synergien mit dem Lutz-Konzern bei Marketing, Prozess-Optimierung, Logistik etc. profitieren – oder werden solche Dienstleistungen unter dem Dach von Giga neu organisiert?
Socher: Die Aufgaben von Giga International sind viel umfassender, als nur Einkauf und Sortimentierung. Neue Mitglieder werden nicht nur auf die umfangreiche Bilddatenbank, auf Seitenlayouts und Indoor-Vermarktungskonzepte zurückgreifen können, sondern auch vielfältige Synergien in anderen Bereichen wie z.B. Zentrallager, Direktimport, Stammdaten, E-Commerce-Auftritt etc. nutzen können.

MM: Giga ballt mit Zurbrüggen, Haase und Sonneborn einen geschätzten Umsatz von 4 Mrd. Euro, davon geschätzt 2,6 Mrd. in Deutschland. Warum sollte sich ein einzelner Händler ohne XXXL-Beteiligung und ohne Intention, früher oder später an Lutz zu verkaufen, unter dieses Dach des Löwen wagen?

Socher: Alle Unternehmen spüren den Druck, der durch Entwicklungen am Markt, wie z.B. E-Commerce, Direktimport, Eigenmarken, Zentrallager-Logistik etc. entsteht. Viele der bestehenden Verbände schaffen eine Verbesserung bei Sortiment und Einkauf, können jedoch nicht wirklich eine Lösung für diese neuen Herausforderungen anbieten, weil die Zukunft eine noch viel engere, offenere und langfristige Zusammenarbeit verlangen wird, als dazu Einzelkämpfer in der Lage sind. Wirklich starken und erfolgreichen Unternehmen werden wir diese Art der Zusammenarbeit auch ohne eine direkte Beteiligung anbieten, denn uns geht es in erster Linie nicht um die Beteiligung, sondern um die Erhöhung der Schlagkraft von Giga insgesamt.

MM: Und mit welcher Zielsetzung berät eigentlich Achim Zurbrüggen, der sich schon länger eine völlig neue Art einer Mega-Kooperation vorstellen konnte, den Verband?
Socher: Als ehemaliger Vorsitzender des Atlas-Verbandes wird er seine jahrelange Erfahrung in den neuen Verband einbringen.



Giga-Geschäftsführer Gerald Socher:
„Viele Verbände können nicht wirklich eine Lösung anbieten, weil die Zukunft eine noch viel engere, offenere und langfristige Zusammenarbeit verlangen wird.“

Big Bang in der Verbandslandschaft

MM: Nun hat Lutz bei der Begros schon keine Rücksicht auf Gebietsüberschneidungen genommen – warum sollte das bei einem Giga-Mitglied ohne Beteiligung anders sein?
Socher: Wie in jedem Verband werden diese Themen von Fall zu Fall diskutiert und gelöst werden.

MM: Und wann stößt Poco, wo Dr. Andreas Seifert derzeit privat mit 50% beteiligt ist, zu Giga?
Socher: Eine Beteiligung von Poco am Verband ist nicht angedacht.

MM: Treten Conforama und Lipo unabhängig von einer künftigen Beteiligung also auch nicht bei, weil Giga sich auf konventionellen Möbelhandel konzentriert – weshalb im Umfeld des Steinhoff-Börsengangs u.a. eher Kika/Leiner kommen könnte?
Socher: Vorrangig konzentriert sich Giga International in der Tat auf den konventionellen Möbelhandel, wobei wir natürlich auf die Vorteile der beiden SB-Schienen Möbelix und Mömax zurückgreifen können.

MM: Herr Mag. Socher, herzlichen Dank für dieses Interview!

Auf einer Inhaber-Besprechung am 10. Januar beschlossen Begros und XXXLutz, getrennte Wege zu gehen. Damit verzichtet die Begros auf rund die Hälfte ihres Außenumsatzes und kommt geschätzt auf noch 3,15 Mrd. Euro. Mit diesem „konsequenten Schritt“ stelle die Begros als „führender“ Einkaufsverband in Deutschland ihre Einkaufsstrukturen neu auf: „Mit der neuen Aufstellung richten sich sowohl die Begros als auch die Lutz-Gruppe auf veränderte Paradigmen und individuelle Anforderungen aus“, so Geschäftsführer Rolf Ostermann. Von XXXLutz-Boss Dr. Andreas Seifert hieß es: „Trotz einer durchaus konstruktiven Zusammenarbeit sind sich die Verantwortlichen klar geworden, dass ein weiteres Miteinander angesichts der unterschiedlichen Interessenlage schwer möglich sein werde.“ Zugleich kündigte Lutz an, unter dem Arbeitstitel Giga X einen neuen Einkaufsverband zu gründen. Die ersten Mitglieder: Zurbrüggen und Möbelzentrum Pforzheim. Lutz möchte diesen Verband mit zum Start inklusive Sonneborn-Gruppe geschätzt rund 4 Mrd. Euro Außenumsatz auf weitere Mitglieder auch ohne XXXL-Beteiligung ausweiten und sieht für diese neue Gemeinschaft auch keinerlei regionalen Beschränkungen.

„XXXLutz ist bemüht, sowohl als Firmengruppe als auch als größtes Mitglied der künftigen Einkaufsgemeinschaft ein zuverlässiger und volumenstarker Partner für die Industrie zu bleiben. Auf eines wird man sich verlassen können: Die neue Einkaufsgruppe wird die umsatzstärkste mit dem größten Wachstum sein.“ Und so folgte keine 24 Stunden später die offizielle Mitteilung über die Übernahme von Sonneborn mit sofortiger Wirkung – mit Einrichtungshäusern in Lüdenscheid und Iserlohn und Zimmermann in Freudenberg inklusive zwei Mitnahmemärkten in Lüdenscheid-Hellersen und Kreuztal-Kredenbach, dem Logistikzentrum in Meinerzhagen sowie dem Grundstück inklusive Baugenehmigung für ein Möbelhaus in Hagen. Sonneborn setzte auf rund 85.000 qm Verkaufsfläche zuletzt geschätzte 115 Mio. Euro um. Die Übernahme muss noch von der Kartellbehörde genehmigt werden. „Es handelt sich um traditionsreiche Einrichtungshäuser an hervorragenden Standorten, die eine starke Marktposition haben“, so Helmuth Götz, Sprecher der Geschäftsleitung der XXXL-Möbelhäuser Deutschland. „Die drei Häuser passen ideal zur Philosophie der XXXL-Gruppe und erweitern das bestehende Filialnetz sinnvoll.“

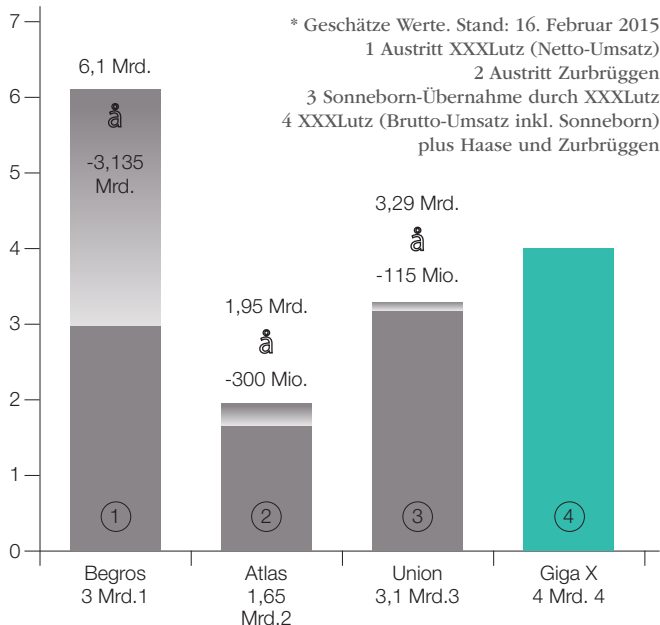


Christian Zurbrüggen:
„Bedeutende und wichtige
Chance ergriffen.“



Achim Zurbrüggen:
Unterstützt Giga-
Aufbau als Berater

4 Mrd. Euro – die aktuellen Verschiebungen der Einkaufs-Macht*



Eine der Hauptaufgaben für das bisherige Management, das bleiben soll, sei die Wettbewerbsfähigkeit der Standorte zu stärken. „Dazu wollen wir u.a. die internen Abläufe optimieren und die Werbung intensivieren“, so Götz. Mitauslöser für den Knall zwischen Begros und Lutz war die Kooperations-Vereinbarung der Lutz-Gruppe mit Zurbrüggen inklusive der Übernahme von 50% der Anteile durch die Inhaber-Familie Seifert zum 1. Januar. Christian Zurbrüggen betonte gegenüber dem MÖBELMARKT wie sein früherer Atlas-Kollege Ekkehard Haase vom Pforzheimer Pilotmodell von Lutz für eine solche neuartige strategische Partnerschaft seine Eigenständigkeit: „Es wird kein XXXL Zurbrüggen geben und auch kein roter Stuhl vor den Häusern stehen“, so Zurbrüggen. Auch die Geschäftsführung werde unverändert bei ihm, seinem Bruder Stefan und Thomas Hagermann liegen. Weder sei ein weiterer Anteilsverkauf noch die Aufgabe von Unternehmens-Bereichen geplant. So werde u.a. der Einkauf im Haus bleiben, jedoch könne man neben den Lutz-Konditionen auch auf dessen Werbe- und Logistik-Know-How zurückgreifen. Über dieses Kooperations-Modell wolle Zurbrüggen seine Expansion vorantreiben. Zurbrüggen rund zwei Dutzend kleinere und größere Haus-Eigenmarken wie Linneweber für Polster- bzw. Boxspring-Betten, Max Berger für Wohnen-Schlafen, Alberto Martinelli für italienische Polstermöbel oder Sardegna für Heimtextilien sollen von Giga aufgenommen werden. Nach der Entscheidung des Kartellamts über die Kooperation, die für Mitte März erwartet wird, soll dann die Sortiments-

umstellung von den Atlas- auf die Lutz-Eigenmarken beginnen. Zudem biete die Zusammenarbeit weitere Chancen: „Wir von der Familie Zurbrüggen sind sicher, mit dem Schritt eine bedeutende und wichtige Chance ergriffen zu haben, um auch weiterhin die Marktführerschaft in unserer Region auszubauen.“ Zurbrüggen strebt zum nächstmöglichen Termin den Austritt beim Atlas-Verband an, der damit nach den Abgängen von Kika/Leiner, Kröger/Rück und Birkenfeld im letzten Jahr nochmals knapp 300 Mio. Euro seines Außenumsatzes von zuletzt noch geschätzten 1,95 Mrd. Euro verliert. Achim Zurbrüggen, langjähriger Vorsitzender des Gesellschafter-Ausschusses von Atlas, unterstützt zugleich als Berater den Aufbau und die Entwicklung des neuen Verbandes, der in Giga International umfirmieren soll. Nun dürften die Karten über die weiteren strategischen Allianzen von Lutz hinaus in der gesamten Landschaft der Einkaufsverbände bzw. -kooperationen – nicht zuletzt mit Blick auf Segmüller, Hofmeister, Pallen, Rogg, Küchen Aktuell oder Mahler – völlig neu gemischt werden. Es bleibt spannend!

Dieser exklusive MÖBEL-MARKT-Hintergrund-Artikel mit Dr. Andreas Seifert und Ekkehard, Petra und Sebastian Haase könnte Sie auch interessieren:
Möbelzentrum Pforzheim: Haase-Kult auf XXXL-Bühne MÖBELMARKT 10/2014 Seite 26-27.



Rolf Ostermann:
Trennung von Lutz