

**möbel kultur:** Herr Schuster, jemand der Sie nicht kennt, könnte meinen, Experimente seien nichts für einen in der Region derart verwurzelten Mittelständler. Und dann das: Ein reines Kollektionshaus zu gestalten, ist revolutionär für die Branche. **Patrick Schuster:** Wir sind ein echtes Familienunternehmen, das seit über 55 Jahren in 4. Generation existiert. Wir sind verantwortlich für 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mein Vater ist noch im Unternehmen und meine beiden Brüder arbeiten auch mit – einer im Verkauf, der andere hat sich auf das Thema Küchen spezialisiert. Insofern ist es sicher nicht Teil unserer DNA, Geschäftsrisiken einzugehen

noch ein 3.000 qm großes Lager gebaut. Nun ist es Zeit für den nächsten großen Schritt.

**möbel kultur:** Was sagt Ihr Vater über all das, was bei Ihnen passiert?

**Patrick Schuster:** Der fiebert total mit. Gestern war er sogar zwei Mal auf der Baustelle. Aber auch unsere Mitarbeiter:innen sind Feuer und Flamme. Denn was sehr positiv ist: Für unsere Angestellten bieten sich Möglichkeiten, sich für das neue Haus oder eine neue Kollektion zu entscheiden. Eine solche Chance zur Veränderung kann man seinen Mitarbeiter:innen nicht oft bieten. Da haben wir in allen Bereichen großes

realisieren, herausragen. Zumal sich die Familie so ganz bewusst die letzte Sortimentsentscheidung nimmt, mit freier Ware ergänzen zu können. Das spricht für das große Vertrauen in die Kollektionsarbeit des Verbandes und dass wir mit unserer Markenführung der letzten Jahre richtig gelegen haben.

**möbel kultur:** Wann nahm das Projekt des Kollektionshauses Formen an?

**Michael Klessinger:** Herr Schuster kam Anfang 2020 auf uns zu und äußerte erstmals die Idee zu einem Kollektionshaus. Für mich klang das schier unglaublich. Ich weiß, was es bedeutet ein Haus zu planen und zu

# Gastgeber der Kollektionen

Ein Mittelständler baut neu und stattet sein Möbelhaus komplett mit Verbandsmarken aus. Das ist ein echtes Novum in der Branche. Realität wird dieses Pilotprojekt in Gummersbach, wo Möbel Schuster seine erste Zweigstelle nach dem Stammhaus in Waldbröl eröffnet und ausnahmslos auf Labels des Europa-Möbel-Verbunds setzt. Und als würde das noch nicht reichen, zeigt Familie Schuster vollendete Gastgeberqualitäten – als dauerhafter Kollektions-Showroom für die Mitgesellschafter. Über das spektakuläre Vorhaben sprach die „möbel kultur“ mit Patrick Schuster und EMV-Vertriebsleiter Michael Klessinger.

Deshalb sehen wir auch das Kollektionshaus nicht als plötzlichen Akt, sondern als konsequente Weiterentwicklung. Wir haben uns vor 22 Jahren schon einmal für den großen Schritt entschieden, auf der grünen Wiese ein komplett neues, großflächiges Möbelhaus mit integriertem Abholmarkt auf 10.000 qm Fläche zu bauen. Bis dahin hatten wir eine Größe von 3.000 qm und waren im Übrigen auch schon Mitglied im Vorgänger-Verband des EMV, dem DMV. Vor einigen Jahren haben wir dann

Interesse und Begeisterung unserer Einrichtungberater:innen für die jeweiligen Marken gespürt.

**möbel kultur:** Herr Klessinger, Sie kennen viele Möbelhändler. Aber was Sie bei Familie Schuster erleben, ist schon Mittelstand at its best, nicht wahr?

**Michael Klessinger:** Das ist noch mehr. Weil wir hier nicht nur die mittelständischen Tugenden live erleben können, sondern weil der strategische Mut und die strategische Vision, ein komplettes Kollektionshaus zu

bestücken und ich weiß, was es heißt, eine Kollektionspräsentation zu organisieren. Und von beidem wollte sich Herr Schuster nicht abbringen lassen. Als wir uns damals die Immobilie in Gummersbach angeschaut haben, brachte Herr Schuster das ganze Projekt auf den Punkt, indem er sagte: „Wir wollen Gastgeber der Kollektionen sein.“ Das hat mich beeindruckt und sehr gefreut.

**Patrick Schuster:** Dieser Entschluss hat eine lange Vorgeschichte. Wir wissen aus Erfahrung, dass wir auf die Kollektionen bauen können. Ich kenne viele Handelsmarken sehr gut, weil ich in einigen Einkaufskommissionen mitarbeite. Für uns stand deshalb fest, dass wir diesen Weg in dieser Konsequenz gehen können, denn der Querschnitt der Kollektionen trifft den Geschmack unsere Zielgruppe. Zudem liegen die beiden Häuser nah genug beieinander, sodass wir Kund:innen auch weiterreichen können, wenn es im jeweils anderen Haus Produkte gibt, die für sie in Frage kommen. Alles in allem ist unser Ansatz schlüssig: Wir haben im Verband eine Vielzahl von

Foto: Nachweis



nehmen wir mit einem neuen Haus auch den Nordkreis ins Visier. Das war im Prinzip unsere ursprüngliche Motivation, denn anders gelingt es uns nicht, die künstliche Grenze der Autobahn A4, die den Nord- und den Südkreis trennt, zu überwinden. Und dennoch liegen die beiden Standorte mit 22 km so nah beieinander, um Synergien nutzen zu können.

Als sich deshalb vor einigen Jahren die Möglichkeit bot, einen ehemaligen Verbrauchermarkt mit 7.000 qm in zentraler Lage in Gummersbach zu übernehmen, haben wir vorsorglich zugeschlagen. Was uns außerdem in die Karten spielt, ist dass die Großstadt Köln nicht weit entfernt liegt und viele Stadtbewohner:innen „rausziehen“. Das belebt die Bautätigkeit und die Zuzügler haben eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Corona hat diesen Trend natürlich noch verstärkt.

**möbel kultur:** Das sind gute Voraussetzungen für die nächsten 55 Jahre. Und dennoch ist das ein großer Schritt für Ihre Familie.

**Patrick Schuster:** Das stimmt. Aber wir waren uns einig, dass das unsere große Challenge sein würde, zwei Standorte zu schaffen. Nun liegt die größte Herausforderung darin, dafür zu sorgen, dass die Häuser nicht austauschbar werden, sondern jedes mit einem eigenen Profil die Kund:innen anspricht. Deshalb

bleibt in Waldbröl der große „TrendStore“, hinter dem auch Lager und Logistik hängen, bestehen. Auch die konventionelle Fläche inklusive Küchenstudio werden erhalten. In Gummersbach entsteht nun ein rein konventionelles Möbelhaus inklusive Küchenabteilung.

**möbel kultur:** Sprechen Sie denn unterschiedliche Kund:innen an oder dieselben?

**Patrick Schuster:** Wir versuchen an unserem bisherigen Standort ein sehr durchlässiges Sortiment zu realisieren. Und durch den „TrendStore“ spiegeln wir auch eine Preiswürdigkeit wider, die auf unser gesamtes Sortiment ausstrahlt. Deswegen platzieren wir in Waldbröl auch gezielt Kollektionen, die preislich und stilistisch den Preisunterbau und die höherpreisigen Modelle miteinander verbinden. Dabei helfen uns die Verbandskollektionen, auf die wir zuletzt immer stärker gesetzt haben – „Natura“, „Lebensart“ und „Global“ in allen Facetten, also auch „Select“ und „Comfort“. Nun wollen wir in Gummersbach auch die weiteren Verbands-Kollektionen aufnehmen.

**möbel kultur:** Warum soll es Küchen an beiden Standorten geben?

**Patrick Schuster:** Darüber haben wir in der Tat lange nachgedacht, aber wir glauben, dass zu einem konventionellen Möbelhaus Küchen unbedingt dazugehören. In Waldbröl kommen

Die Compagnons des Kollektionshauses (v.l.): EMV-Vertriebsleiter Michael Klessinger, Architekt Werner Quadt sowie die Familienunternehmer Patrick Schuster, Hermann Schuster, Manuel Schuster und Florian Schuster.





Ein echtes Wohlfühl-Möbelhaus lässt Möbel Schuster im Oberbergischen entstehen. Die Kollektionen wie z.B. „Lebensart“ bekommen mit voller POS-Ausstattung den Raum, den sie brauchen.



wir mit dieser Warengruppe auf einen Umsatzanteil von etwa 35 Prozent. Darauf wollen wir in Gummersbach nicht verzichten. Wir schnüren ein wirklich starkes Paket – mit „Contur Küche“ für Designliebhaber:innen und „Global Küche“ für die Familie und „Next 1 2 5“ zur Abrundung im Hochwertbereich. Alle drei Marken kommen mit vollem Marketing-Umfang an den Point of Sale.

**möbel kultur: Wie sind Sie digital aufgestellt?**

**Patrick Schuster:** Auch in diesem Punkt arbeiten wir ehrgeizig weiter. In Zusammenarbeit mit der verbandseigenen Werbeagentur Perspektive setzen wir gerade einen kompletten Relaunch der Unternehmenswebsite um. Und gerade mit unserem Fokus auf die Kollektionen bauen wir natürlich auch auf den „Homepoet“, den Verbands-Online-shop. Wenn demnächst also zentral für die Kollektionen geworben wird, steht die Ampel bei uns auf Grün. Deshalb freuen wir uns sehr, dass der „Homepoet“ schon live ist, wenn wir mit dem neuen Haus durchstarten. Darüber hinaus wollen wir den digitalen Content auch auf regionalen Portalen ausspielen – in unserem Fall ist das „Oberberg Aktuell“. Das gilt im Übrigen auch für die vielen Marketing-Tools und -Materialien rund um die Kollektionen, die wir am POS vollumfänglich ausspielen wollen.

**möbel kultur: Wie funktioniert dieses Kollektionshaus aus Verbandsicht?**

**Michael Klessinger:** Es ist ein absolutes Novum für uns und für die gesamte Branche. Deshalb haben wir erstmal geschaut, ob wir die 7.000 qm auch wirklich bestückt bekommen. Schnell stellte sich dabei heraus, dass wir die Kollektionen nach Warengruppen aufbrechen und zuordnen müssen – also Schlafzimmer zu Schlafzimmer. Und dennoch wollten wir, wo immer möglich, die Kollektionen so komplett zusammenhalten wie irgend möglich. Das war ein spannender Prozess und wir wussten nicht, wie das Ergebnis letztlich aussehen würde. Und jetzt sind wir von dem Resultat sehr begeistert.

Auch die Gebietsstruktur haben wir hinsichtlich der Lizenzen geprüft und wir hatten das Glück, dass alle gewünschten Lizenzen tatsächlich verfügbar waren. Es bot sich also die einmalige Möglichkeit, alle unsere Kollektionen auf einer Fläche zu präsentieren: „Global Küche“, „Contur Küche“, „Natura“, „Lebensart“, „Styles United“, „Global Family“, „Global Comfort“, „Global Select“, „Contur“, „Raumfreunde“, „Comfort Republic“, „Couchliebe“, „akad’or Night“, „EM Collection“ und „Casea“.

**möbel kultur: Haben Sie irgendwo auch Lücken in den Kollektionen festgestellt?**

**Michael Klessinger:** Im Großen und Ganzen nein. Gerade auch mit der „EM Collection“ decken wir die Mitte des Marktes umfassend ab. Lediglich in den Randsortimenten wie Teppichen, Leuchten oder Spiegel mussten wir noch ergänzen, denn

diese Artikel spielen als Bindeglieder zwischen den Möbelkollektionen am POS eine wichtige Rolle. Insofern ist es gut, dass wir im Prozess gelernt haben, wo wir punktuell nachbessern können.

**Patrick Schuster:** Ich kann das nur bestätigen. Wir haben an keiner Stelle das Gefühl, dass etwas im Sortiment fehlt. Und die Fachsortimente funktionieren ja ohnehin ein bisschen anders, weil man mit diesen Produktgruppen auch auf architektonische Rahmenbedingungen oder den regionalen Geschmack reagieren muss. Das stellt für uns somit kein Problem dar.

**möbel kultur: Mit dem Durchplatzen aller Marken liegt die Idee, das Möbelhaus für die Kollektionspräsentation zu nutzen, zum Greifen nah. Ein echter Problemlöser für den Verband, oder Herr Klessinger?**

**Michael Klessinger:** Die gesamte Konstellation ist eine Win-win-win-Situation. Dass das Projekt für Möbel Schuster Vorteile bringt, haben wir bereits erläutert. Für den Verband liegen die Vorteile ebenfalls auf der Hand: Es war bisher immer notwendig gewesen, Kollektionspräsentationen an externen Standorten zu organisieren. Das war nachhaltig für unsere gemeinsame Sortimentierung mit den Gesellschafter:innen, aber nicht nachhaltig in finanzieller und ökologischer Hinsicht. Denn für zwei Tage einen solchen logistischen Aufwand zu betreiben, ist schon ein Wahnsinn. Aber unser stand bisher nun mal kein eigenes Messezentrum zur Verfügung. Nun können wir die Gesellschafter:innen nicht nur zu den Präsentationstagen, sondern auch unterjährig durch die Kollektionen führen. Zudem liegt Gummersbach verkehrstechnisch sehr günstig für alle.

**möbel kultur: Und der dritte Gewinner?**

**Michael Klessinger:** Die Industrie. Wir bekommen bei Möbel Schuster

auch Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt, wo wir uns mit Industriepartnern zurückziehen können, um in Ruhe über die gemeinsame Arbeit und die Kollektionen zu sprechen.

**Patrick Schuster:** Bei den bisherigen Präsentationen drehte sich alles um die Neuheiten in den Kollektionen. In Zukunft wird es aber auch sehr stark um die Leistungsfähigkeit der bestehenden Kollektionen oder auch um Ergänzungen gehen. Diese Themen kamen auf den bisherigen Präsentationen oft zu kurz, allein schon deshalb, weil die Fläche nicht gegeben war. Und auch Marketing- und Schulungsthemen können bei uns gut mit der Präsentation verbunden werden.

**möbel kultur: So weit zur Konzeption. Wie verlief und verläuft nun die Umsetzung?**

**Patrick Schuster:** Der Standort liegt an einer der verkehrsreichsten Kreuzungen in der Region mit täglich bis zu 27.000 Fahrzeugen, die dort entlangfahren. Das war auch einer der Nachteile der Immobilie – nämlich die nicht optimale verkehrstechnische Anbindung, denn von dem Gebäude war zu wenig von der Straße aus zu sehen. Deshalb haben wir in der Vergangenheit das Gebäude als Lager untervermietet. In den letzten zwei Jahren haben wir noch ein paar angrenzende Grundstücke dazu kaufen können – eine Tankstelle und ein Gasthaus – und haben so sukzessive die Voraussetzungen geschaffen, um einerseits die Verkehrs-Infrastruktur zu verbessern und andererseits die Verweilqualität zu erhöhen, denn wir wollen die Besucher:innen auch über die Gastronomie an uns binden. Deshalb planen wir ein gehobenes Bistro, einen Familienbereich und in dem Tankstellengebäude eine Osteria. Auch diese Arbeiten laufen nach Plan.

**möbel kultur: Hat die Pandemie das Projekt beeinflusst?**

**Patrick Schuster:** Anfang letzten Jahres, als das Wort Corona langsam geläufig wurde, haben wir erstmals das Gespräch mit dem Verband gesucht. Die Pandemie hat uns dann ein bisschen ausgebremst, aber nur bis zum Sommer 2020. Dann haben wir das Projekt ohne Anpassungen weiterverfolgt.

Für die Gebäudearchitektur haben wir einen lokalen Architekten beschäftigt, die Innenarchitektur hat Werner Quadt übernommen, der als Kölner bei uns natürlich ein Heim-

„Wir haben im Verband eine Vielzahl von leistungsstarken Kollektionen. Und es gibt noch niemanden, der sie an einem Ort auf einer Fläche zusammengeführt hat. Wir haben alles da, also nutzen wir es.“ Patrick Schuster

spiel hat und der uns mit seiner Arbeit bisher sehr begeistert hat, indem er bis aufs einzelne Produkt runtergebrochen jeden Quadratmeter detailliert plant. Es ist auch für mich als Händler faszinierend zu sehen, wie er das macht.

**möbel kultur: Und wann biegen Sie in die Zielgerade ein?**

**Patrick Schuster:** Eigentlich wollten wir schon im Juni mit dem Haus für die Kollektionspräsentation fertig sein, durch die anhaltende dritte Infektionswelle haben wir uns nun auf den 4. Juli als Starttermin verständigt.

In der ersten Maiwoche haben wir mit den Montage-intensiven Arbeiten wie zum Beispiel in der Küchenabteilung begonnen, dann folgten Kastenmöbel und Schlafzimmer, dann wurden die Polster und Tische platziert. Seit der dritten Mai-Woche dekorieren wir. Wir sind voll im Timing.

**Michael Klessinger:** Auch wenn wir noch mitten in der dritten Welle sind und sehr flexibel agieren müssen – diese Ausstellung kann uns keiner mehr nehmen, selbst wenn wir noch zwei Wochen später starten müssten, weil die behördlichen Auflagen es nicht anders zulassen.

**möbel kultur: Wie haben Sie die Politik in diesem Prozess erlebt?**

**Patrick Schuster:** Ich kann in diesem Punkt wirklich nichts bemängeln. Gummersbach hat eine relativ hohe Zentralitätskennziffer, was bedeutet, dass die Kaufkraft zu großen Teilen in der Stadt gebunden wird. Das liegt auch daran, weil die öffentliche Hand in den letzten Jahren viel in die Infrastruktur investiert hat – unter anderem auch in ein Einkaufszentrum mit einem Investitionsvolumen von 75 Mio. Euro. Nur Möbel und Babyartikel fehlten im Warenangebot noch. Eines dieser Themen konnten wir besetzen.

**möbel kultur: Gab es denn unter den Gesellschafter:innen auch kritische Stimmen. Nach dem Motto, Möbel Schuster würde protegiert werden.**

**Michael Klessinger:** Wir haben für dieses Projekt ein sehr transparentes Modell geschaffen. Und wir hindern ja niemanden daran, ebenfalls das komplette Haus dauerhaft ausschließlich mit den Kollektionen zu bestücken. Aber noch ist das für viele Gesellschafter ein zu konsequenter Schritt. Insofern hoffen wir natürlich, dass dieses Pilotprojekt funktioniert und in Zukunft Schule macht. Klar ist auch, dass das Unternehmen für den kompletten Umbau die Kosten trägt und der Verband sich „nur“ mit den entsprechenden Dienstleistungen beteiligt und unterstützt.

**möbel kultur: Aber die Messemiete spart der Verband ja nun schon...**

**Michael Klessinger:** Wissen Sie, die bisherigen Messen sind für sich genommen unersetzbar, aber defizitär gewesen, denn wir wollten die Beteiligung der Industrie ja auch nicht überstrapazieren. Aber mit Catering und allen sonstigen Kosten für 1.000 Menschen laufen schnell enorme Beträge auf. Wir freuen uns, dass diese Etats nun nicht mehr so belastet werden. Wir versuchen,

Möbel Schuster so gut zu unterstützen, wie es geht, wenn es um Dekorationskosten, die Flächenplanung oder Platzierungskonditionen geht. Aber die gesamte Hardware und den Ladenbau inklusive Materialkosten trägt das Unternehmen. Es werden keine Geldmittel von unseren Gesellschaftern für den Geschäftserfolg von Möbel Schuster eingesetzt. Das Projekt halt also kein Geschmäcke verdient, sondern Respekt für den Pioniergeist. SASCHA TAPKEN

**FACTS**

- Möbel Schuster, Friedrich-Engels-Str. 10, 51545 Waldbröl
- Kollektionshaus entsteht in Gummersbach-Niederseßmar
- 7.000 q, VK-Fläche plus zwei gastronomische Angebote auf dem Areal
- Starttermin für die Kollektionspräsentation: 4. Juli 2021
- Eröffnung für die Endverbraucher:innen im Oktober 2021

■ [www.moebel-schuster.de](http://www.moebel-schuster.de)



Die von Werner Quadt geplante Innengestaltung schafft eine einladende Atmosphäre.

„Das Projekt spricht für das große Vertrauen in die Kollektionsarbeit des Verbandes und dass wir mit unserer Markenführung der letzten Jahre richtig gelegen haben.“

Michael Klessinger