ecken
Soennecken

Interview mit dem Vorstand

„Die Satzungsöffnung hat uns bei der Betrachtung und Bewertung der Zukunftssituation sehr weitergeholfen."

Dr. Rainer Barth

Wie ist das Jahr 2015 wirtschaftlich gelaufen?

Dr. Erdmann: Es war ein erfolgreiches Jahr für Soennecken. Die Ergebnissituation ist gut. Das Gesamtergebnis haben wir gegenüber dem Vorjahr nochmals gesteigert, selbst bei konservativer Rechnung mit Einbeziehung der Risikovorsorge. Was den Umsatz anbelangt, sind wir jedoch hinter unserer Planung zurückgeblieben. Das liegt aber im Wesentlichen am Ausfall eines größeren Lieferanten im Technikbereich und hat daher für den Ertrag keine besonders große Bedeutung.

Wir sind im Jahr eins nach der Satzungsöffnung. Wie ist Ihr Resüme?

Dr. Erdmann: Im Rahmen des Zukunftskonzepts im Einzelhandel haben wir Ortloff gekauft. Soennecken betreibt also erstmals ein eigenes Geschäft. Das Engagement bei Ortloff macht uns in vielfacher Hinsicht sehr große Freude.

Dr. Barth: Wir haben ein blitzsauber aufgestelltes Geschäft gekauft und in diesem Jahr alle wirtschaftlichen Ziele bei Ortloff erreicht. Das Ergebnis hat sich noch besser dargestellt, als wir es geplant hatten. Wir haben dort tolle Mitarbeiter. Alles ist in bester Ordnung.

Welchen Nutzen hat Soennecken von Ortloff?

Dr. Erdmann: Im Geschäftsfeld Einzelhandel gewinnen wir unglaublich viel Erfahrung, mit der wir konkrete Maßnahmen für alle Soennecken-Mitglieder erarbeiten und umsetzen können. Wir haben einen ganz großen Lernerfolg erzielt. Dinge, die wir bisher nur abstrakt über unsere Händler wussten, erfahren wir nun am eigenen Leib. Dazu gehört auch, wie aufwendig und zeitraubend das Geschäft sein kann und wie wenig Führungsfehler man sich vor dem Hintergrund der Ergebnissituation erlauben kann. Unsere Mitarbeiter haben zunehmend Freude an den Themen rund um die Ladengeschäfte. Viele gehen zu Ortloff und sind stolz darauf, dass wir dieses Unternehmen haben.

Hat sich damit die Satzungsöffnung gelohnt?

Dr. Barth: Das Ortloff-Engagement ist eine rundum tolle Geschichte, aber deswegen haben wir die Satzung nicht geöffnet. Ein weiteres Ziel war der Erwerb eines Online-Händlers unserer Branche. Bei dem Thema sind wir nicht viel weitergekommen.

Dr. Erdmann: Wir haben uns viele Unternehmen angeschaut und dabei zwei Arten identifiziert: Unternehmen, die wir nicht haben wollen, und Unternehmen, die wir nicht bezahlen können. Das, was richtig attraktiv ist, hat unsere finanziellen Möglichkeiten überschritten. Wir müssen uns etwas anderes einfallen lassen. Einen einfachen und schnellen Weg gibt es dafür nicht.

Sehen Sie einen anderen?

Dr. Erdmann: Im Augenblick gibt es nichts auf dem Markt, das zu uns passt. Ich habe aber gelernt, dass man niemals nie sagen kann. Erfolg hat man dann, wenn man es versteht, Gelegenheiten zu nutzen. Manchmal öffnet sich eine Tür – und erfolgreich ist derjenige, der durchgeht. Aber wann sich wo welche Tür öffnet, das wissen wir nicht.

Hat die Satzungsöffnung noch weitere Türen geöffnet?

Dr. Barth: Bei der Beantwortung einer Reihe grundlegender Fragen ist es außerordentlich hilfreich, wenn man diese mit einem geweiteten Blickwinkel und mehreren Optionen betrachten kann. Insofern hat uns die Satzungsöffnung bei der Betrachtung und Bewertung der Zukunftssituation sehr weitergeholfen.

„Das Engagement bei Ortloff macht uns in vielfacher Hinsicht sehr große Freude."

Dr. Benedikt Erdmann

Welches sind die Themen der Zukunft?

Dr. Erdmann: Wir beschäftigen uns intensiv mit der Langfristperspektive unserer Branche. Mit Fragen wie: Welche Produkte werden gebraucht? Welche Rolle spielen papierabhängige Produkte noch? Wie verändert sich die Arbeit in den Büros in den nächsten zehn Jahren? Wie verändern sich die Einrichtungskonzepte?

Dr. Barth: Mit der „verlängerten Ladentheke" erweitern wir unseren stationären Einzelhandel um eine Online-Komponente mit Shops und elektronischer Präsentation im Laden. Das Konzept ist mit den ersten Händlern umgesetzt worden und funktioniert sehr gut.

Dr. Erdmann: Ein weiterer Schwerpunkt ist der Bereich Büroeinrichtung. Das ist ein Markt, der langfristig Wachstum verzeichnen wird, ein Markt, um den wir uns kümmern müssen. Wir haben gemeinsam mit einem Dutzend Händlern Konzepte erarbeitet, die Fluss in den Markt bringen. Zwei Gegebenheiten können wir derzeit nicht ändern. Erstens: Die Branche hat zurzeit einen guten Lauf und auf einen schnell fahrenden Zug aufzuspringen ist nicht einfach.

Zweitens: Händler und Hersteller haben sich ohne uns eingerichtet. Keiner hat auf uns gewartet. Hier gilt das Gleiche wie für den Erwerb eines Online-Unternehmens: Die Zeit wird kommen.

Wie stellen sich die Mitglieder für die Zukunft auf?

Dr. Erdmann: Wir stellen bei den Mitgliedern eine zunehmende Polarisierung fest, die sich seit Jahren abzeichnet. Auf der einen Seite haben wir Händler, die wachsen und sich die richtigen Zukunftsfragen gestellt haben. Auf der anderen Seite gibt es Händler, die vor großen Herausforderungen stehen, sei es die Unternehmensnachfolge betreffend, sei es

„Welche Rolle spielen papierabhängige Produkte noch oder wie verändert sich die Arbeit in den Büros in den nächsten zehn Jahren?“

Dr. Benedikt Erdmann

wirtschaftlicher Art. Diese Situation müssen wir ernst nehmen und entsprechend agieren.

Dr. Barth: Wir unterstützen unsere Mitglieder bei der Vorbereitung und Umsetzung der Unternehmensnachfolge, indem wir mit den Junioren arbeiten und sie fit machen, ein Unternehmen führen zu können. Das ist ein wichtiges Thema. Auch um Händler, die wirtschaftlich nicht so stark aufgestellt sind, kümmern wir uns, damit sie für die Zukunft in jeder Hinsicht gerüstet sind. Dabei müssen wir jedoch die wirtschaftlichen Folgen für uns stets im Auge behalten.

Was steht darüber hinaus für die nahe Zukunft an?

Dr. Erdmann: Wir stehen vor Kapazitätsengpässen in unserer Logistik. Das liegt an der sehr erfreulichen Umsatzentwicklung und Akquisition von bedeutenden Kunden für unser Warengeschäft und dem gleichzeitigen Ausbau des Warensortiments für unsere Händler. Wir wollen eine deutlich gesteigerte Artikelzahl ab Overath liefern können und werden dafür die Logistikkapazitäten in diesem Jahr erweitern.

Dr. Barth: Wir werden die Kapazitäten aufgrund von Umsätzen und Erträgen ausbauen, von denen wir heute schon wissen, woher sie kommen sollen. Wir bauen nicht ins Blaue hinein, sondern haben eine sehr konservative, wirtschaftlich gut abgesicherte Planung.

Dr. Erdmann: Die Erfahrung zeigt, dass Soennecken für Händler, die ihr Lager ausgliedern und über einen Dienstleister abwickeln wollen, im Markt die erste Wahl ist.