

NOWY STYL

Profitabilität als Priorität

Der polnische Büromöbel-Hersteller verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut einen Umsatzanstieg – dieses Mal sogar im zweistelligen Bereich. Dem kontinuierlichen Wachstum liegt neben fortschreitenden Akquisitionen und Partnerschaften eine moderne Produktion zugrunde, welche implementierte Technologien nach Industrie-4.0-Standard verwendet und an insgesamt 15 Standorten ansässig ist. Neben einer internationalen Ausrichtung bei globalen Projekten beinhaltet die mittelfristige Strategie des Anbieters die Gewinnung neuer Zielgruppen im deutschen Markt.

„Wir investieren kontinuierlich und bauen unsere Kapazitäten aus. Dank dem überdurchschnittlichen Wachstum, welches wir über die letzten Jahre erzielt haben, liegt unsere Priorität auf der Profitabilität“, sagt Roman Przybylski, Vorstand

Vertrieb und Marketing bei der Nowy Styl Group, gegenüber IN-FO-MARKT.

Der Anbieter kann seit 2013 ein konstantes Wachstum bei der Umsatzentwicklung aufweisen. In der abgelaufenen Berichtsperiode gibt das Unternehmen als vorläufiges Ergebnis einen Umsatz von 383 Millionen Euro an. Dies entspricht einem Anstieg von 11,6 Prozent gegenüber 2017 (-> Tabelle 1).

Zweifellos tragen die Akquisitionen des Unternehmens mitunter zum stetigen Umsatz-Plus der Gruppe bei. Nach der Integration der Schweizer Sitag AG in 2015 verkündete der Anbieter vor wenigen Wochen die Übernahme des deutschen Objekt-Herstellers Kusch+Co.

Das Portfolio des Familienunternehmens aus dem Sauerland umfasst neben Sitzmöbeln auch Tische, Tischanlagen sowie Lösungen für Büros, Flughäfen, Hafenterminals, Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen. Mit seinen rund 250 Mitarbeitern



Roman Przybylski, Nowy Styl Group, Vorstand Vertrieb und Marketing: „Hinsichtlich Innovationsgrad seitens Produktion gehören wir eindeutig zu den führenden Unternehmen in der Möbelbranche.“

erwirtschaftet der Anbieter einen Jahresumsatz von fast 40 Millionen Euro und liefert in 96 Länder weltweit. Von der Akquisition erwartet Nowy Styl eine Erhöhung der Anteile am europäischen Markt ebenso wie die Erschließung neuer Marktsegmente wie des Gesundheits- oder Transportwesens.

Tabelle 1

Umsatz-Entwicklung der Nowy Styl Group 2005 bis 2018

Jahr	Umsatz in Mio. €	Änd. %
2005	212,51	0,0
2006	189,52	-10,8
2007	229,49	21,1
2008	237,61	3,5
2009	156,73	-34,0
2010	200,31	27,8
2011	242,26	20,9
2012	242,19	-0,0
2013	258,30	6,7
2014	289,06	11,9
2015	304,83	5,5
2016	318,91	4,6
2017	343,21	7,6
2018*	383,03	11,6

Quelle: Nowy Styl Group * vorläufiges Ergebnis

Inhalt	Seite
Nowy Styl Profitabilität als Priorität	1
König + Neurath Showroom Re-Opening in Berlin	4
Kinnarps Büro- und Klima-Gestaltung im Fokus	5
Palmberg Erfolg durch Wandel	6

Den internationalen Expansions-Kurs lancierten die Polen im Sommer 2018 durch die Bekanntgabe einer Kooperation mit der HNI Corporation (ehemals HON Industries). HNI ist im Hinblick auf die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Büroflächen angeblich der zweitgrößte Büromöbel-Hersteller der Welt,

Portfolio soll an Trends sowie bestehende Zielgruppen angepasst werden.

Hergestellt werden die Produkte der Marken Nowy Styl, BN Office Solution, Grammer Office, Rohde & Grahl, Sitag und Forum Seating in 15 Produktionsstätten, die sich unter anderem in Polen, Deutschland

der Startschuss für das Office Inspiration Centre in Krakau.

Auf einer Fläche von über 1.500 Quadratmetern soll es Besuchern eine Bürowelt der Gegenwart und Zukunft veranschaulichen. Hinter dem Entwurf des Ausstellungszentrums stand die Idee, den Raum so einzurichten, dass er positiv auf die Sinne des Mitarbeiters wirkt. Ausgewählte (Natur-)Materialien wie Holz, umweltfreundliche Stoffe und recycelte Werkstoffe sowie Wände aus Grünpflanzen sollen eine einzigartige Atmosphäre kreieren, die sich positiv auf die Motivation und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter auswirkt.

Gordon Arnemann, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei der Nowy Styl Group Deutschland: „Für uns ist es wichtig, unser Spektrum am deutschen Markt zu erweitern und damit auch weitere Zielgruppen anzusprechen. In Zukunft möchten wir verstärkt unseren Fokus auf Multiplikatoren, wie Architekten, legen.“



hinter Steelcase. Der Anbieter von Büromöbeln sowie Kaminen, Öfen und Zubehör für den privaten Bereich scheint für die Polen ein idealer Partner zu sein. Insbesondere im Hinblick auf die internationale Ausrichtung und Wettbewerbsposition bei globalen Projekten.

Das Portfolio wird in insgesamt 29 Showrooms weltweit ausgestellt.

Zu den Kriterien, die ein potenzieller Partner der Gruppe erfüllen muss, zählt laut Przybylski neben Know-how, Zuverlässigkeit und Professionalität die Bereitschaft zum kontinuierlichen Wissensaustausch. Entscheidend für das langfristige Wachstum des Anbieters ist seiner Ansicht nach eine enge Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern, durch welche der Anbieter genaue Kenntnisse bezüglich individueller Anforderungen und Bedürfnisse des Marktes erlangt. Das aktuelle

und der Schweiz befinden und mit modernster Technik ausgestattet sind: „Hinsichtlich Innovationsgrad seitens Produktion gehören wir eindeutig zu den führenden Unternehmen in der Möbelbranche“, kommentiert Przybylski.

Der Anbieter nutzt implementierte Technologien nach Industrie-4.0-Standard, um in Echtzeit Daten zu sammeln und somit die Optimierung der Prozesse voranzutreiben. Mithilfe der Ergebnisse kann die Einführungszeit der Produkte auf dem Markt verkürzt und die Produktion von Kleinserien im industriellen Maßstab erhöht werden. Dies soll eine schnelle und präzise Anpassung bestehender Produkte an die individuellen Bedürfnisse der Nutzer ermöglichen.

Ausgestellt wird das Portfolio in insgesamt 29 Showrooms weltweit. Der letzte wurde im September 2018 in Wien eröffnet. Zu den Highlights der vergangenen Jahre gehörte zudem

Zurzeit steht bei dem Hersteller die Aktualisierung und Neugestaltung der bestehenden Showrooms in Deutschland im Fokus. Den Anfang dabei machten die Räumlichkeiten in München, weitere sollen in 2019 folgen.

Darüber hinaus plant der Anbieter für 2019 eine deutschlandweite ‚RoadSHOWroom-Tour‘ mit einem Fokus auf Produkt-Neuheiten, die während der letzten Orgatec vorgestellt wurden. Ziel ist es dabei, sich mit Fachhandelpartnern auszutauschen, neues Wissen und Trends zu teilen sowie das Thema ‚Home-Office-Design‘ auszuweiten.

„Für uns ist es wichtig, unser Spektrum am deutschen Markt zu erweitern und damit auch weitere Zielgruppen anzusprechen. In Zukunft möchten wir verstärkt unseren Fokus auf Multiplikatoren, wie Architekten, legen“, erklärt Gordon Arnemann, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei der Nowy Styl Group Deutschland. ■