

exklusiv



Holzakzente: Entwickelte sich in acht Jahren zum Platzhirsch auf dem Unterwäschesektor

Produkte mit echtem Mehrwert

Von null auf hundert: Vor acht Jahren gründete Matthias Schäfer sein Ladenbauunternehmen Holzakzente. Und machte sich innerhalb kürzester Zeit vor allem auf dem Unterwäschesektor einen Namen. Dies gelang vor allem mit Produkten, wie sie die Branche bislang nicht kannte. Und seit 2014 mit einer komplett neu aufgestellten, hocheffizienten Produktion.



Links: Matthias Schäfer, Inhaber und Gründer von Holzakzente, konnte mit seinen individuellen und vor allem innovativen Produkten schnell bei großen Marken im Oberbekleidungs-bereich punkten.

Als Unternehmer braucht man Mut. Und Ideen. Vor allem, wenn man eine Branche anvisiert, in der sich bereits viele erfolgreiche Unternehmen tummeln. Matthias Schäfer, gelernter Schreiner und Geschäftsführer des Ladenbau-Unternehmens Holzakzente, hatte beides, als er 2008 in die Selbstständigkeit startete. Wobei er viele Erfahrungen aus dem Ladenbau mitbrachte und darum sehr genau wusste, worauf er sich einließ. „Nach meiner Schreiner Ausbildung war ich jahrelang im Fertighausbau unterwegs – habe mich früh daran gewöhnt, auf eigenen Beinen zu stehen. Danach habe ich bei einem Ladenbauer angefangen und half dort, das Unternehmen produktionstechnisch auf neue Füße zu stellen. Leider gab es dort auf lange Sicht keine weiteren Aufstiegschancen, darum entschloss ich mich, noch einmal von vorn

anzufangen und ein eigenes Unternehmen zu gründen. Ich nutzte den bereits bestehenden Kontakt zur Homag Group, erwarb ein Bearbeitungszentrum ‚BAZ 211 Venture‘ mit Verleimteil, konnte passende Räumlichkeiten bei einem Massivholz verarbeitenden Treppenbauer mieten und habe einfach losgelegt. Bei der Homag Group haben sie mich damals für ein wenig verrückt erklärt – denn eine klassische Einsteigermaschine war es nicht. Und doch der richtige Grundstein, um auch heute noch effizient produzieren zu können. Mir war schon damals sehr wichtig, eine Maschine zu kaufen, die sehr viel kann.“

Aufgrund seines Know-hows wusste Schäfer vor allem eines: Er muss bei Kunden vor Ort genau hinhören, um erfolgreich zu sein. „Es nützt nichts, am grünen Tisch zu entwickeln. Weil es vielfach an der Realität vorbei geht. Entscheidend ist es, Lösungen auf die Probleme zu finden, die sich am POS ergeben.“ Und trotz der relativ kurzen Zeit am Markt hat Schäfer bereits einige dieser Antworten gefunden, konnte sich dadurch vor allem im Oberbekleidungs-bereich und hier im Unterwäschesektor schnell als Lieferant von Ausstattungssystemen etablieren. Firmen wie Triumph International, Kunert Fashion, Nina von C., Schäfer Group, Basler Fashion, Tam Fashion, Wolford und ISA Sallmann gehören zu den regel-

mäßigen Auftraggebern. Über diese Industrieunternehmen hinaus kann Holzakzente auch eine ganze Reihe an zufriedenen Einzelhändlern vorweisen, deren Shops ausgestattet wurden.

Besonders ein Stichwort ist wichtig: Flexibilität. Viele der Produkte basieren darauf, einfach ein bisschen mehr Flexibilität zu bieten als die von anderen Ladenbauern. So entwarf Schäfer beispielsweise für die Grundmodule im Bekleidungs-bereich spezielle Schienen, die einerseits eine sehr individuelle Bestückung, andererseits aber auch eine schnelle Veränderung zulassen. Dort, wo eben nichts hing, können mittels Stiftarm innerhalb weniger Minuten beispielsweise Sale-Artikel plaziert werden, genauso schnell lässt sich ein Schubfach gegen ein Tablar tauschen. „Die Möglichkeiten sind wirklich vielfältig. Wobei wir schon darauf achten, dass wir möglichst mit einem Grundtyp arbeiten. Denn letztlich lässt sich vor allem dann Geld verdienen, wenn wir von einer Art Serienmöbel sprechen.“ Darum zieht sich die Anordnung der Schienen auch durch das gesamte Standardsortiment von Holzakzente. Darüber hinaus machte sich Schäfer viele Gedanken um die grundsätzliche Anordnung, also das verwendete Achsmaß – und bot nach einigen Überlegungen statt der üblichen 62,5 Zentimeter Module mit 40 Zentimetern an. „Egal ob im Wäsche- oder Sockenbereich, alle Module besitzen bei uns das 40er-Maß und lassen sich somit idealer bestücken.“

Es zeigte sich sehr schnell, dass Schäfer mit seinem Vorgehen Erfolg hat: Anfang 2014 zog das Unternehmen von Zahlbach nach Schondra-Schildeck in einen Neubau, der in rund einem Jahr errichtet wurde. Das entsprechende



Oben: Mit dieser Maschine fing alles an – mit diesem „BAZ 211 Venture“ der Homag Group startete Matthias Schäfer die Produktion in seinem neu gegründeten Ladenbau-Unternehmen Holzakzente vor acht Jahren.

Unten: Das vertikale Bearbeitungszentrum „BHX 200“ von der Homag Group ist ein wichtiger Bestandteil der Fertigung von Holzakzente. Darunter: Dank der geringen Farbvielfalt im Unterwäschesektor muss das Plattenlager von Holzakzente nicht besonders umfangreich sein.

Raumkonzept für die 2.000 Quadratmeter große Produktion mit angeschlossenem Showroom und Verwaltung mit noch einmal 450 Quadratmetern entstand in Zusammenarbeit mit einem Absolventen der Fachhochschule Rosenheim im Rahmen von dessen Diplomarbeit. Mittlerweile sind es dort 35 Mitarbeiter sowie einige Teilzeitkräfte.

Da Schäfer nie wirklich in einem kleinen Unternehmen tätig war, sondern immer in größeren,



Zuschnitt eine Pufferzone und für einen Betrieb unserer Größenordnung entsprechend auch noch einmal nach der Logistik beziehungsweise Verpackung. Ist ein Auftrag geschnitten, läuft er komplett durch, weil dort auch sämtliche Zukaufteile in time zugesteuert werden. Wir kommen im Verhältnis Bürozeit-Produktionszeit nahezu auf ein Verhältnis von 1:1 – das ist gemessen an unserer Fertigungstiefe ein sehr gutes Ergebnis. Wichtig dafür sind natürlich effiziente Maschinen.“

Mittlerweile gehört zum Maschinenpark von Holzakzente natürlich mehr als nur ein Bearbeitungszentrum. Allein von der Homag Group steht in der Produktion eine „HPL 300“-Plattenaufteilsäge mit entsprechender Schnittoptimierung, ein vertikales CNC-Bearbeitungszentrum „BHX 200“ sowie eine Kantenanleimmaschine „KAR 310“. Nach dem Zuschnitt erhalten die Teile einen individuellen Barcode, über den die Mitarbeiter nicht nur ermitteln können, zu welchem Auftrag das Teil gehört, sondern der gleichfalls visuell anzeigt, welche Bearbeitungsschritte vorgesehen sind.

Die eigentliche Herausforderung sieht Schäfer aber nicht nur

in der reinen Maschinenausstattung: „Unternehmen wie die Homag Group helfen bei der individuellen Umsetzung der Produktion. Aber diese Dinge sind machbar. 1.000 Teile am Tag zu schneiden, zu bekanten, bohren und dübeln funktioniert. Schwieriger wird es dann beim Verpacken, und die eigentliche Hürde ist der logistische Teil, also 1.000 Teile fristgerecht und ohne Beschädigungen zum POS zu bringen.“

Holzakzente verarbeitet zu 95 Prozent fertig beschichtete Holzwerkstoffplatten. „Nur etwa fünf Prozent der Platten werden bei uns inhouse lackiert – der Ladenbau ist ein schnelllebiges Geschäft“, so Schäfer. In Sachen Farben und Dekore ist der Bekleidungssektor von Vorteil: „Weiß hochglänzend wird am häufigsten verarbeitet, schließlich bringt die später aufgehängte Wäsche die Farbe mit ins Spiel. Danach folgt direkt Schwarz und dann eine Auswahl an Holzdekoren.“

Knapp 5 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftete Holzakzente im Jahr 2016, für das Jahr 2017 erwartet Schäfer aufgrund einiger Produktinnovationen und in diesem Zusammenhang auch gewonnener Absatzmärkte mit einem Umsatz

hat er auch in seinem eigenen Betrieb viel Wert auf eine prozessorientierte Fertigung gelegt. „Grundsätzlich läuft bei uns alles datenbasiert. Nach der Anlage eines Auftrags erfolgt eine professionelle Arbeitsvorbereitung mit ERP-geführten Systemen, angeschlossener Lagerwirtschaft und Ähnlichem. Solange ein Auftrag noch nicht an der Säge geschnitten wurde, lässt er sich zurückhalten. Insofern haben wir vor dem



bis zu 5,5 Mio. Euro. Etwa 30 Prozent der Umsätze entstehen im Exportgeschäft.

Als nächste größere Investition könnte sich der Unternehmer eine Korpusmontagelinie gut vorstellen. Oder die ein oder andere Maschine in Richtung Brandschutzprodukte trimmen: „Würde ich heute gefragt, ob ich etwas bereue, dann würde ich die ausschließliche Ausrichtung auf Holz angeben. Denn in Zukunft wird sich beim Brandschutz noch einiges tun, eventuell sind dann ganz andere Ausgangsmaterialien gefragt. Die wir – Stand jetzt – nicht bearbeiten können.“

Das Rad neu erfinden konnte Schäfer mit seinem Unternehmen natürlich nicht. Aber sich mit die-

Links: Die Ständer mit der integrierten Spezialschneidmaschine fertigt Holzakzente ähnlich einem Serienmöbelstück.

sen neu entwickelten Produkten seinen festen Platz am Markt erobern. „Inzwischen haben wir auch ein großes Netz an Zulieferern: Beispielsweise unsere Spezialschienen, die wir verbauen oder andere Metallteile, die just in time zugeliefert werden. Einiges halten wir auch lagerseitig vor, weil es Artikel sind, die wir ständig brauchen.“

Auch in Zukunft wird der Ansatz von Schäfer bleiben: „Unsere Produkte müssen etwas können, mehr als etablierte. Der Ständer, der vielleicht heute als Wäscheständer eingesetzt wird, der muss einen echten Mehrwert bieten. Und morgen für andere Kleidungsstücke verwendbar sein. Manchmal geht es dabei auch gar nicht um das Möbelstück an sich, sondern ein Nebenprodukt, das als Türöffner fungiert. Wie beispielsweise der Textildruck ‚Easy-texx‘, mit dem wir gerade durch-

starten und der sich an vielen Stellen im klassischen Ladenbau einsetzen lässt, an den Ständern genauso wie in der Rückwandgestaltung bis hin zur kompletten Wandabdeckung. Aktuell tüfteln wir daran, unsere patentierte Trägerschiene in den Ständern zu elektrifizieren, um mit Licht die Möglichkeiten noch zu erweitern. Und bieten demnächst Fliesenschränke an, die mit Multimedia kombiniert werden. Für Bau-Fachmarkt-Abteilungen beispielsweise. Wenn der Endkonsument eine Schublade mit dem Fliesenmuster aufzieht, erscheint auf dem darüber gehängten Bildschirm ein Verlegebild mit genau dieser Fliese, meinerwegen in einem Wohnzimmer – zur besseren Visualisierung des Ganzen. Solche Ideen brauchen wir. Und dann sind wir auch morgen noch erfolgreich.“

Doris Bauer