

Poggenpohl

Sieht sich wieder auf Kurs

Montag, 24.06.2019

Die Poggenpohl Möbelwerke GmbH rechnet für 2019 wieder mit Wachstum. Der Umsatz im Geschäftsjahr 2018 sei vor allem aufgrund des unerwarteten Rückgangs im asiatischen Projektgeschäft von 88 Millionen Euro auf 76 Millionen Euro gesunken. Das Unternehmen hatte daraufhin einen Umbau eingeleitet, um Überkapazitäten abzubauen und die Kosten nachhaltig an das niedrigere Umsatzniveau anzupassen. Die im August 2018 eingeführte Kurzarbeit ist Ende März beendet worden. Darüber hinaus wurde die Finanzierung des Unternehmens durch eine erfolgreich abgeschlossene Refinanzierung gesichert. Mit der Unternehmensstrategie „#DERSTANDARDPOGGENPOHL“ hat sich das Unternehmen nun neue Ziele gesetzt.

„Poggenpohl ist wieder zurück auf Kurs. Mit dem Umbau haben wir eine solide Kostenbasis für die nächsten Jahre geschaffen. Die Zeichen für Poggenpohl stehen wieder auf Wachstum“, sagt Gernot Mang, Geschäftsführer von Poggenpohl. „Der Name unserer neuen Strategie #DERSTANDARDPOGGENPOHL ist für uns Motto und Ziel zugleich. Wir wollen den Standard für moderne Premiumküchen definieren. Wir konzentrieren uns nun noch stärker auf den Vertrieb über unabhängige Händler, unsere wichtigsten Partner.“

Poggenpohl wird weiterhin auf eine Multikanal-Vertriebsstrategie setzen, sich aber stärker auf die Zusammenarbeit mit unabhängigen Händlern als wichtigsten Vertriebskanal konzentrieren. Darüber hinaus soll die eigene Vertriebsstruktur international ausgebaut werden, um das volatile Projektgeschäft in Asien und den USA auszugleichen. Neben zwei kürzlich eröffneten Stores in Großbritannien ist auch ein neuer Flagship-Store in New York Soho für Herbst 2019 geplant. Zusätzlich zur Stärkung der Vertriebskanäle in den Wachstumsmärkten strebt Poggenpohl eine selektive internationale Expansion an. Der Fokus des Unternehmens bleibt jedoch weiterhin auf der D-A-CH-Region.

Sieht sich wieder auf Kurs

Links

- [Poggenpohl](#)