

Andrea Lechner-Meidel und Daniel Griehl im Interview

Effektives Management – Lechner steuert erfolgreich durch die Corona-Krise

Für das vergangene erste Halbjahr 2020 zieht der Spezialist für Küchenarbeitsplatten und -rückwände Lechner positive Bilanz.

Ein erfolgreiches erstes Quartal mit einem Zuwachs von 15 Prozent im Handel Inland sowie die umgehende und effektive Umsetzung von Maßnahmen im Bereich Arbeitsorganisation, Materialbestand und Kundenservice als Antwort auf die Corona-Krise führten dazu, dass Lechner das erste Halbjahr erfolgreich abschließen konnte. Im Juni konnte sogar ein Plus gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Andrea Lechner-Meidel, Vorstand und Geschäftsführung, sowie Daniel Griehl, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing, erläutern die Entwicklungen des ersten Halbjahres.

Herr Griehl, Lechner schloss den Juni mit einem Plus gegenüber dem Vorjahr ab. Können Sie darauf näher eingehen?

Daniel Griehl: Nach einem sehr erfolgreichen Q1 wirkte für uns, wie für viele andere Marktteilnehmer auch, der COVID-19-Effekt entsprechend dämpfend auf den Umsatz ein. Durch die Schließung der Küchenstudios unserer Kunden war es nicht möglich, unsere Plan-Umsätze zu generieren. Als Reaktion darauf passten wir unsere Planung auf einen Corona-Case an und leiteten entsprechende Gegenmaßnahmen ein. Wir sind sehr stolz auf unser Team und unsere Mitarbeiter, mit denen wir geschlossen die Krise bewältigen konnten. Tatsächlich ist unser IST-Umsatz für die schwierigen „Corona-Monate“ April und Mai höher als in unserer angepassten Corona-Planung. Hinzu kommt das Plus im Juni 2020. Wir konnten diesen Monat mit einem Umsatzplus von +10 % zum Vorjahr abschließen. Die Auftragseingangszahlen liegen 46 % über dem Niveau von 2019. Besonders geholfen hat uns die Flexibilität in Bezug auf unseren Aufmaß- und Montage-Service. Hier konnten wir vielen Kunden dabei helfen, ihre Umsätze schnellstmöglich zu generieren. Das spiegelt sich sehr positiv in der Entwicklung unserer Steinwerkstoffe wie Naturstein, Keramik und Dekton wider.

Wer das hört und liest, stellt sich die Frage: Hat die Corona-Krise keine Auswirkungen auf Ihr Unternehmen und Ihre Prozesse?

Andrea Lechner-Meidel: Wie in wahrscheinlich jedem Unternehmen haben sich unsere Prozesse natürlich geändert. Unser oberstes Ziel war und ist die Sicherheit unserer Mitarbeiter und der Besucher. Wir haben intern sehr viele Maßnahmen ergriffen, die auch jetzt in vielen Bereichen noch aktiv sind. Es war und ist in diesem Zusammenhang unser Bestreben, dass sich für unsere Kunden und Lieferanten keine einschneidenden und limitierenden Auswirkungen ergeben. Auf der Seite der Materialbeschaffung galt und gilt es, Markt und Politik genau zu beobachten und so die Lagerbestände zu optimieren. Das ist uns zwar nicht zu 100 % gelungen – viele Entscheidungen haben sich jedoch aufgrund einer sehr sensiblen Marktbeobachtung als richtig herausgestellt. So können wir von einer nahezu vollständigen Materialverfügbarkeit sprechen, wodurch wir einen durchgängigen Produktionsbetrieb aufrechterhalten haben, immer unter Berücksichtigung der Mitarbeitergesundheit. Auf der Seite der Kundenbelieferung konnten wir individuell auf die Be-

dürfnisse der Kunden eingehen und haben je nach Beschränkungenvorgaben und Kundenwunsch unsere Waren zuverlässig geliefert.

Daniel Griehl: Unser Krisenmanagement beinhaltet mehrere Säulen. Besonders wichtig war die Installation eines COVID-19-Radars, um schnellstmöglich Rückschlüsse für unser Geschäft ziehen zu können. In diesem Zusammenhang beleuchteten wir täglich die Veränderungen bzw. Auswirkungen in Bezug auf Mitarbeiter, Einkauf, Logistik, Vertrieb und Markt. Wir sind stolz darauf, dass wir unsere Lieferfähigkeit nachhaltig aufrechterhalten konnten und unsere Kunden somit in der Lage waren, ihre Aufträge zu fakturieren. Unsere Unternehmensgröße sowie unser Lagermanagement haben sich hier als sehr vorteilhaft erwiesen.

Im analytischen und strategischen Management liegt also die Kraft, eine solche Krise erfolgreich zu meistern?

Andrea Lechner-Meidel: Wie Herr Griehl bereits angesprochen hat, ist ein Team, das geschlossen hinter der Firma steht, der Schlüssel zum Erfolg. Es ist schön zu sehen, dass man bei uns

auch in herausfordernden Zeiten zusammenhält. Eines der Kernstücke des Krisenmanagements war das Thema „Interne Kommunikation“. Der tägliche „Corona-Radar“ war ein wichtiger Bestandteil unserer Meetings. In den Abteilungsleitersitzungen haben wir alle Maßnahmen inklusive Erfolgsmessung diskutiert und bei Bedarf agil unsere Strategien angepasst. Es war unglaublich, wie viele proaktive Ideen aus den Teams entwickelt und umgesetzt worden sind. Das hat mich als Inhaberin richtig stolz gemacht. Ein zweiter Erfolgsfaktor war die Optimierung des internen Projektmanagements. Durch tägliche Scrum-Meetings konnten wir die Umsetzungsgeschwindigkeit und Effektivität drastisch erhöhen.

Welche Planungen und Maßnahmen haben Sie konkret aufgestellt und ergriffen, um möglichen negativen Auswirkungen im Rahmen der Wertschöpfungskette zu begegnen, an Ihren Kunden dran zu bleiben und gleichzeitig die gesundheitliche Sicherheit Ihrer Mitarbeiter zu gewährleisten?

Andrea Lechner-Meidel: Wir haben insgesamt sehr schnell auf die Situation reagiert und ab dem ersten Tag dort, wo es möglich war, auf Arbeit im Homeoffice umgestellt. Nach wenigen

Tagen hatten wir auch Videokonferenzen etabliert. Ich muss sagen, dass mich die Effektivität dieser Tools überrascht hat. Unseren Mitarbeitern haben wir umgehend Masken zur Verfügung gestellt. Das Besuchermanagement haben wir sofort und konsequent an die COVID-19-Bedingungen angepasst.

In unseren Produktionen haben wir die Schicht- und Pausenzeitenmodelle geändert, um größere Menschenansammlungen zu vermeiden. Alle Arbeitsplätze wurden überprüft und die notwendigen Maßnahmen ergriffen, wie beispielsweise die Installation von Hygieneschutzwänden und die Minimierung der Mitarbeiteranzahl pro Büro. Diese Maßnahmen und die Besonnenheit und Gewissenhaftigkeit aller Kollegen haben dazu geführt, dass wir sehr schnell eine gute und sichere neue Arbeitsumgebung schaffen konnten. Ein besonderes Highlight aus dem eigenen Hause war dabei die Entwicklung und Produktion einer Hygieneschutzwand. Die Nachfrage bei unseren Kunden war sehr groß – und natürlich kam das Produkt auch bei uns umgehend in Gebrauch.

Des Weiteren haben wir die Zeit des Lockdowns genutzt, um eine Vielzahl von für den Kunden wertschöpfenden Projekten

anzustoßen und sogar zu finalisieren. Unsere Kunden können daher gespannt auf den Herbst blicken.

Können Sie noch etwas mehr auf die neuen Angebote oder wertschöpfende Projekte eingehen, die Sie gerade erwähnt haben?

Daniel Griehl: Sehr gern. Wir haben die Zeit genutzt, um einige Prozesse zu digitalisieren und z. B. unsere Bestellabwicklung zu optimieren. Auch in unseren geplanten Website-Relaunch investieren wir viel Zeit, um die Nutzung der Homepage benutzerfreundlicher zu gestalten, Mehrwerte zu generieren und die Leadübergabe zu vereinfachen. Zudem haben wir uns aufgrund der Absage der area30 viele Gedanken um mögliche Messealternativen gemacht. Ein wichtiges Projekt, welches wir nun stärker fokussieren können, ist der Um- und Ausbau unseres Showrooms am Standort Rothenburg. In der Zeit, die wir in die Planung und Organisation unseres Messeauftritts investiert hätten, können wir uns nun diesem Vorhaben widmen. Getreu dem Motto „Customer first“ entsteht hier eine neue „Lechner-Erlebniswelt“, in die wir Bestands- und Neukunden einladen möch-

ten, sich von unseren Produkten und Dienstleistungen inspirieren und dazu beraten zu lassen. Der Live-Showroom stellt die Grundlage für unseren digitalen Showroom dar, um unseren Besuchern auch online möglichst viele Mehrwerte zu bieten. Im Fokus unserer neuen Angebote – insbesondere beim Thema Digitalisierung – steht immer der größtmögliche Nutzen für unsere Kunden. Wir entwickeln uns kontinuierlich für und mit diesen weiter und freuen uns schon jetzt auf die ersten Besuche, live und digital!

Über das Unternehmen Lechner:

Die international agierende Lechner AG ist ein führender Anbieter von maßgefertigten Küchenarbeitsplatten und -rückwänden im Premium-Segment in Europa. Das familiengeführte Traditionsunternehmen – heute mit Sitz in Rothenburg ob der Tauber – wurde 1974 von Doris und Günter Lechner in Forstinning bei München gegründet. Das Unternehmen verfügt über drei Produktionsstandorte in Deutschland, Ungarn und Schweden. Das Full-Service-Angebot von Lechner umfasst jeden Prozessschritt – vom Aufmaß bis zur Montage. Alle Serviceleistungen sind aufeinander abgestimmt und bieten Endkunden und Küchenhandel Betreuung auf höchstem Niveau. Materialvielfalt, Qualität und Innovation kennzeichnen die Produkte des Herstellers. Küchenarbeitsplatten und -rückwände werden in den Materialien Glas, Keramik, Dekton®, Naturstein, Quarzstein, Massivholz, Compact, Laminat und Mineralwerkstoff in unterschiedlichsten Dekoren gefertigt. Ergänzt wird das Produktportfolio durch passende Produkte wie Spülen, Thekenboards und weitere Ausstattungskomponenten.

Weitere Informationen/Pressekontakt:

GOOS COMMUNICATION, Christiane Kaufholt-Mecke, Geibelstraße 46a,
22303 Hamburg, Deutschland, Mail: lechner@goos-communication.com
Tel. +49(40) 2 84 17 87-45, Fax +49(40) 2 84 17 87-60

Shortcut:

Effektives Krisenmanagement zeigt Erfolg: Für das vergangene erste Halbjahr 2020 zieht Lechner, führender Anbieter von maßgefertigten Küchenarbeitsplatten und -rückwänden, positive Bilanz.

Bildmaterial:



Lechner_Lechner-MeidelAndrea_GriehlDaniel



Lechner_Key_Visual_Keramik