

**BILANZ
PRESSE
KONFERENZ**

Geschäftsjahr **2019**

INHALT

	SEITE
Vorwort	4-5
Kurzporträt	8-9
1. Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2019	12-13
2. Geschäftsverlauf nobilia 2019	16-21
Umsatzentwicklung nobilia gesamt	
Umsatzentwicklung nobilia Inland	
Umsatzentwicklung nobilia Export	
3. Unternehmensgruppe nobilia	24-25
4. Hausmesse 2019 und Kollektion 2020	28-33
5. Produktion und Investitionen	36-37
6. Nachhaltigkeit	40-43
7. Mitarbeiter und Ausbildung	46-49
8. Gesamtwirtschaftlicher Ausblick und Prognose	52-53
9. Daten und Fakten 2019	56

VORWORT



nobilis

**BILANZ
PRESSE
KONFERENZ**

Geschäftsjahr 2019

Verl. 21. Februar 2020

JULIAN SCHNABEL

malisse

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir blicken auf ein insgesamt zufriedenstellendes Jahr 2019 zurück, in dem wir trotz der weltweiten konjunkturellen Eintrübung sowie dynamischer Veränderungsprozesse auf der Handelsseite erneut wachsen und unseren Umsatz steigern konnten.

Der Versuch Großbritanniens, die Europäische Union zu verlassen, hat das ganze Jahr über zu viel Unsicherheit in der europäischen Wirtschaft geführt. Gleiches gilt für den Konflikt zwischen den USA und China. Auch die Diskussion über die Einführung von Strafzöllen belastete die Weltwirtschaft und hat zur allgemeinen Verunsicherung beigetragen.

Dennoch konnte die Küchenmöbelindustrie von einem nach wie vor niedrigen Zinsniveau sowie einem Mangel an Wohnraum profitieren. Beides hat vermehrt zu weiteren Investitionen in Wohnimmobilien geführt. Der Vertrauensverlust im Zusammenhang mit dem Abgasskandal wirkt weiterhin nach, so dass sich die zurückhaltende Nachfrage der Endverbraucher nach neuen Automobilen positiv auf andere Branchen, wie etwa auf die Küchenmöbelindustrie ausgewirkt hat.

Das Inlandsgeschäft war 2019 von einem sehr preisaggressiven Umfeld bestimmt, in dem wir uns dennoch gut behaupten konnten. Im Auslandsgeschäft haben wir unser Wachstum eindrucksvoll fortgesetzt. Wir konnten in fast allen Exportmärkten erneut Zuwächse realisieren und entsprechend Marktanteile gewinnen.


Neue Wachstumsfelder erschließen wir auch über unsere Sortimentsergänzungen. So haben wir zur Hausmesse erweiterte Lösungen für den Bad- und erstmalig auch für den Wohnbereich vorgestellt. Beide Erweiterungen sind bei unseren Kunden auf sehr großes Interesse gestoßen. Auch für die neue Kollektion insgesamt können wir uns über ausgesprochen positive Rückmeldungen unserer Handelspartner freuen.

An den neuen Produktionsstandorten „Am Hüttenbrink“ in Gütersloh (Werk III) und in Saarlouis (Werk V) sind mittlerweile die wesentlichen Gebäudeteile fertiggestellt. Im laufenden Jahr kann die Industrialisierung beider Werke beginnen.

So aufgestellt, blicken wir optimistisch nach vorn. Strategisch setzen wir weiter auf Wachstum und Internationalisierung mit dem Ziel, nobilia noch zukunftssicherer auszurichten.

Die insgesamt positive Entwicklung in einem zunehmend schwierigen Umfeld haben wir vor allem durch das große Engagement unserer rund 3.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erreichen können. Dank ihres Einsatzes und ihrer serviceorientierten Ausrichtung auf unsere Kunden konnten wir 2019 wieder zu einem erfolgreichen Jahr für nobilia machen.

2020, im 75. Jubiläumsjahr von nobilia, sind wir uns ganz besonders der Verantwortung bewusst, die positive Entwicklung unseres Unternehmens fortzusetzen – im Sinne unserer Gesellschafter, unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie im Sinne unserer Geschäftspartner.

Ihr 
Lars M. Bopf

KURZPORTRÄT



Kurzporträt

nobilia wurde im Jahr 1945 von den Brüdern Johann und Willy Stickling gegründet und ist mittlerweile zum weltweiten Marktführer für Küchenmöbel angewachsen. Das Unternehmen beliefert Kunden in über 90 Ländern auf allen Kontinenten. Der Marktanteil von nobilia im Binnenmarkt beträgt nachhaltig mehr als 30 Prozent. Damit kommt fast jede dritte in Deutschland verkaufte Küche von nobilia. Seit 75 Jahren stehen nobilia Küchen für ein zeitgemäßes individuelles Design, hervorragende Markenqualität und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.



Das Unternehmen produziert ausschließlich in Deutschland. Die beiden Werke im ostwestfälischen Verl zählen weltweit zu den modernsten und leistungsfähigsten Fertigungsstätten für Küchenmöbel. Gemeinsam kommen sie auf ein Produktionsvolumen von täglich mehr als 3.400 Küchen.

nobilia wurde als Familienunternehmen gegründet. Das hat die Unternehmenskultur von Anfang an und bis heute geprägt. Als Marktführer steht nobilia seit 75 Jahren für Stabilität und Verlässlichkeit und setzt auf eine langfristige, enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden und Geschäftspartnern.

nobilia bietet ein breites Produktspektrum – von modern und puristisch über klassisch-zeitlos bis zum zeitgemäßen Landhausstil. Ein intelligent kreierter Produkt-Baukasten ermöglicht individuelle Planungslösungen, maßgeschneidert für jeden Grundriss. Für die Komplettvermarktung von Küchen inklusive Elektrogeräten und Zubehör aus einer Hand ergänzen dreizehn Elektrogerätemarken das Sortiment, darunter vier exklusive Eigenmarken.



nobilia legt in seiner Produktentwicklung viel Wert auf ein ganzheitliches Wohndesign. Neben dem Kernprodukt Küche umfasst die Kollektion seit 2018 auch ein eigenständiges Badsortiment sowie Lösungen für den Wohnbereich und die durchdachte Einrichtung von Hauswirtschaftsräumen.

Höchste Qualität steht bei allen Aktivitäten im Fokus. Diesen Anspruch verfolgen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens in ihrer täglichen Arbeit. nobilia arbeitet mit Leidenschaft an seinen Produkten und Dienstleistungen, um für seine Kunden möglichst maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln.



1.
GESAMTMARKT
MÖBEL UND KÜCHEN 2019



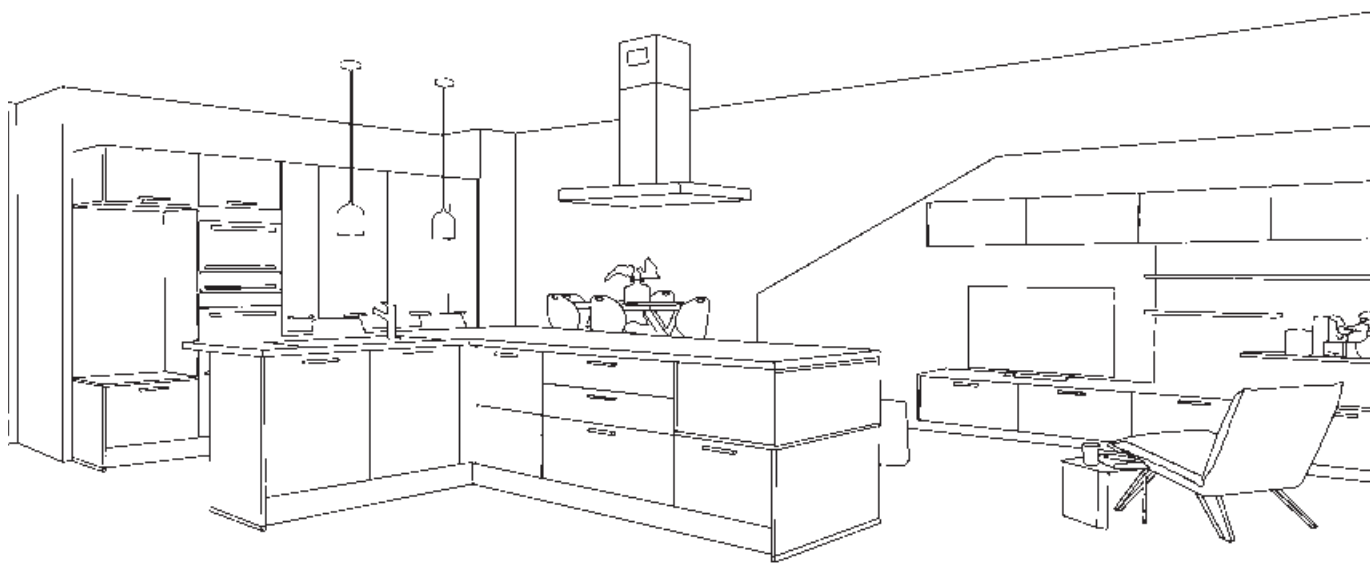
1. Gesamtmarkt Möbel und Küchen 2019

Die deutsche Möbelindustrie blickt auf ein anspruchsvolles Jahr 2019 mit einem uneinheitlichen Geschäftsverlauf zurück. Für das abgelaufene Jahr rechnet der Verband der Möbelindustrie (VDM) mit einem leichten Rückgang des Gesamtumsatzes.

Gemäß den offiziellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes, die bis einschließlich November 2019 vorliegen, ist der Umsatz der deutschen Möbelindustrie insgesamt um 0,7 Prozent auf 16,6 Milliarden Euro gesunken. Im Inland betrug das Minus 1,1 Prozent, das Auslandsgeschäft konnte hingegen mit einem minimalen Plus von 0,1 Prozent abschließen.

Von diesem Trend hat sich die deutsche Küchenmöbelindustrie nach Einschätzung des Verbandes der Deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK) erneut positiv absetzen können. Der Gesamtumsatz der Küchenbranche stieg in den ersten 11 Monaten um 2,6 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro.

Mit einem nominalen Plus von 0,3 Prozent leistete das Inlandsgeschäft nur einen geringen Beitrag zum Branchenwachstum. Die Zunahme ist somit im Wesentlichen auf das gute Auslandsgeschäft zurückzuführen. Die Auslandsumsätze der Küchenbranche erreichten per Ende November ein Plus von 5,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In der Folge stieg die Exportquote der deutschen Küchenmöbelindustrie auf 41,9 Prozent.



Gesamtmarkt Möbel
- 0,7 Prozent
Gesamtmarkt Küche
+ 2,6 Prozent



2.
GESCHÄFTSVERLAUF
NOBILIA 2019

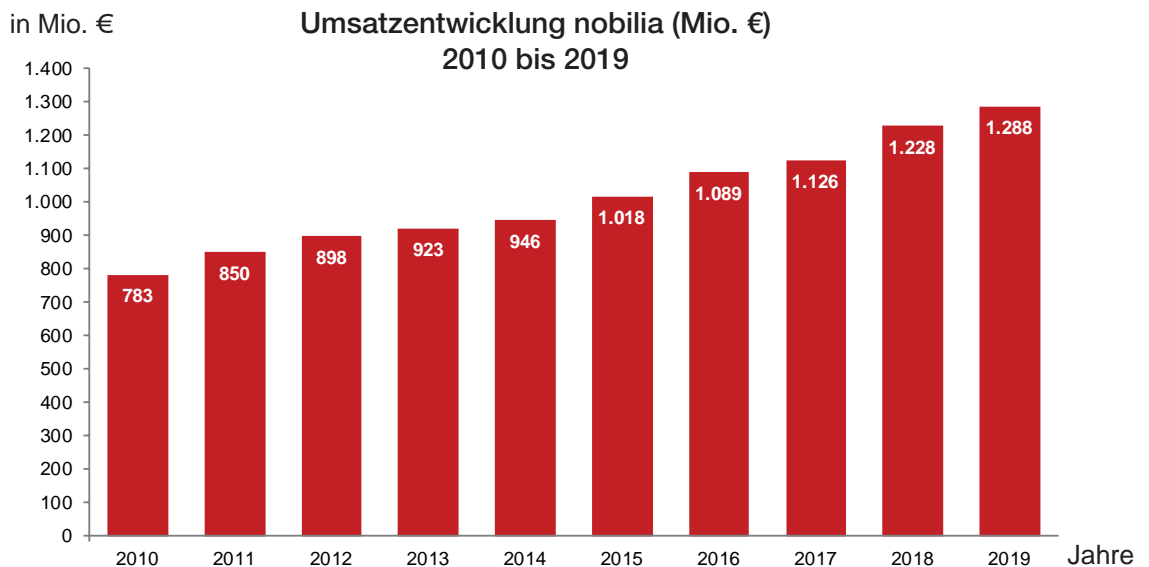


2. Geschäftsverlauf nobilia 2019

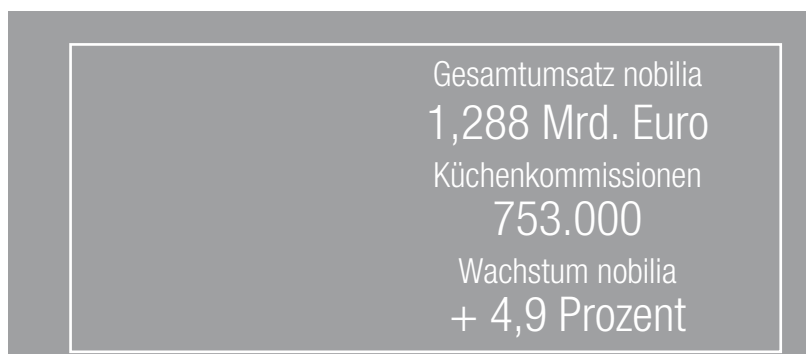
2.1 Umsatzentwicklung nobilia gesamt

In einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld ist es uns gelungen, den erfolgreichen Wachstumskurs der letzten Jahre fortzusetzen. Der Gesamtumsatz stieg in 2019 um 60,3 Millionen Euro auf 1,288 Milliarden Euro. Dieser Wert entspricht einem Plus von 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresumsatz von 1,228 Milliarden Euro und liegt deutlich oberhalb der Branchenentwicklung.

Damit ist nobilia beinahe doppelt so stark gewachsen wie die Branche in Gänze und konnte seine herausragende Stellung als Marktführer souverän bestätigen.



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG



Wachstumstreiber war vor allem das Geschäft mit Holzteilen. Dieses erreichte mit mehr als 7,53 Millionen Schränken und über 1,7 Millionen Arbeitsplatten neue Bestmarken. Pro Arbeitstag haben beide Werke zusammen rund 3.400 Kommissionen produziert. Damit belief sich die Jahresleistung 2019 auf über 753.000 Küchenkommissionen.

Neben den Küchenmöbeln bietet nobilia seinen Handelspartnern auch Elektrogeräte und Zubehörartikel an. Die Vermarktung von vollständig ausgestatteten Küchen inklusive Einbaugeräten und Zubehör gilt in der Branche als Komplettvermarktungsgeschäft. In diesem Vermarktungssegment zählt nobilia zu den führenden Anbietern. Knapp die Hälfte der produzierten Küchenkommissionen wird von nobilia inklusive Elektrogeräten ausgeliefert.

Der Elektrogeräteabsatz konnte in 2019 nicht mit dem Mengenwachstum der Typenproduktion mithalten. Die Komplettvermarktungsquote – also der Anteil von Küchen, die inklusive Einbaugeräten verkauft wurden – stagnierte insgesamt auf hohem Niveau.

Dabei entwickelte sich der Geräteabsatz regional unterschiedlich. Der konzeptionelle Ansatz der Komplettvermarktung punktet vor allem durch seine logistischen Vorteile und erweist sich somit als wichtiger strategischer Erfolgsfaktor für eine einfache und schnelle Abwicklung. Dennoch ist die Komplettvermarktung nicht für alle Exportmärkte geeignet, da das Gerätesortiment in einzelnen Exportmärkten von lokalen technischen Normen abweicht und daher nicht durchgängig vertrieben werden kann.

Besonders positiv entwickelte sich die Komplettvermarktung zum Beispiel in Frankreich und den Niederlanden.

2.2 Umsatzentwicklung nobilia Inland

Im Geschäftsjahr 2019 konnte sich nobilia auch im Inland besser entwickeln als die Küchenbranche insgesamt. Der Inlandsumsatz stieg bei nobilia nominal um 0,7 Prozent und damit stärker als der Inlandsmarkt in Gänze. Der Inlandsumsatz erreichte somit 2019 einen Wert von 646,7 Millionen Euro. Dieser Wert übertrifft den Vorjahresumsatz um 4,7 Millionen Euro. In Summe konnte nobilia daher seine Position als Marktführer auch im Inlandsmarkt erneut weiter ausbauen.

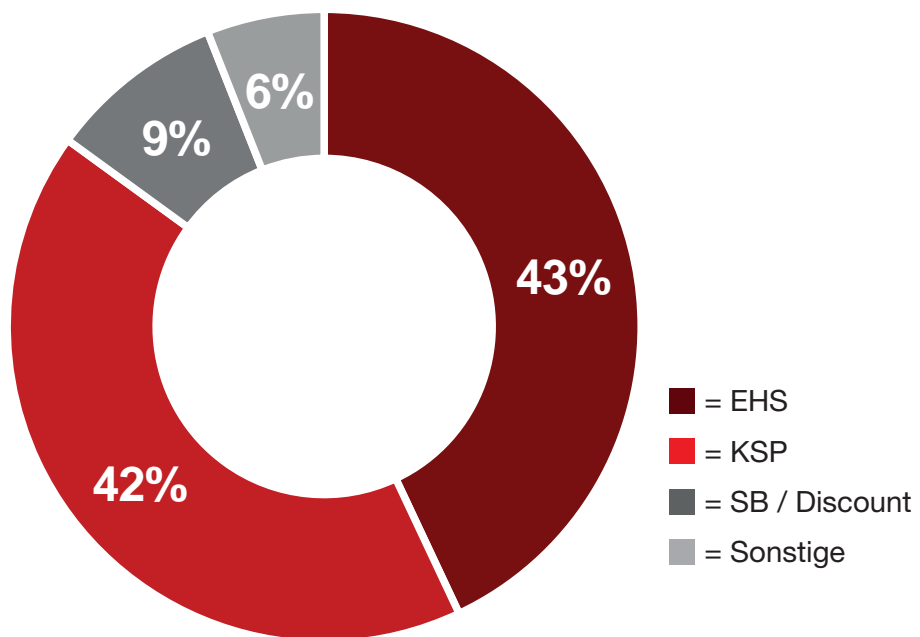
Die Betrachtung nach Vertriebswegen zeigt, dass der Schwerpunkt des Inlandsumsatzes in den Kanälen Einrichtungshäuser (EHS) und Küchenspezialisten (KSP) erwirtschaftet wurde. Rund 85 Prozent der Inlandsumsätze von nobilia entfallen auf diese beiden Kanäle.

2019 ist nobilia vorrangig im Vertriebskanal der Küchenspezialisten gewachsen. Mit 42 Prozent der Umsatzanteile hat dieser Vertriebsweg den der Einrichtungshäuser nun beinahe eingeholt.

Dem gegenüber konnten im Vertriebskanal SB / Discount keine Zuwächse verzeichnet werden. Der Schwerpunkt in der SB-Vermarktung liegt auf dem Angebot von sehr einfach ausgestatteten Küchen mit einem hohen Anteil von „zerlegter Ware“, bei der die Schränke vom Endkunden selber montiert werden müssen. Diese wird von nobilia bekanntlich nicht angeboten. nobilia deckt mit seinem Sortiment im Mitnahmebereich somit im Wesentlichen das mengenmäßig kleine, gehobene Segment ab.

Zugenommen hat hingegen der Umsatzanteil in den „sonstigen“ Vertriebswegen. Hierunter fallen im Wesentlichen hybride Vermarktungsformen, bei denen stationäre Vermarktung und Internethandel kombiniert werden, das Objektgeschäft sowie Umsätze bei Elektro- oder Badspezialisten.

nobilia Inlandsumsatz 2019 nach Vertriebswegen



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG

Inlandsumsatz nobilia
646,7 Mio. Euro

2.3 Umsatzentwicklung nobilia Export

Auch 2019 blieben die Exportmärkte mit einem organischen Umsatzwachstum von 9,5 Prozent ein wesentlicher Erfolgsfaktor für nobilia. Der Exportumsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 55,6 Millionen auf 641,1 Millionen Euro.

Die Exportquote erreicht damit 2019 einen neuen Spitzenwert von 49,8 Prozent und übertrifft damit den Branchenschnitt von 41,9 Prozent deutlich. Mit dieser Entwicklung hat nobilia seine führende Marktposition auch im Exportgeschäft weiter ausgebaut.

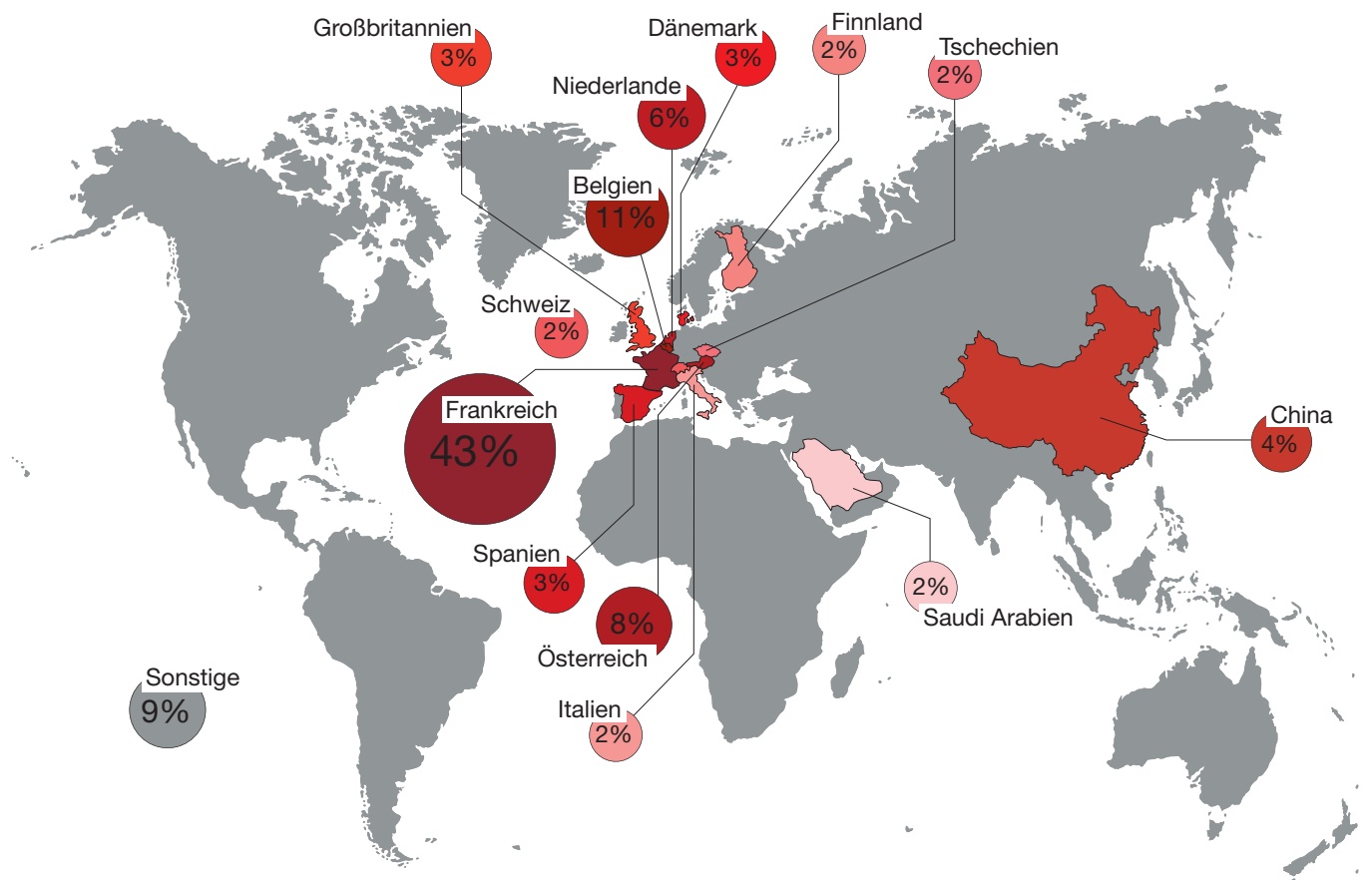


Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG

Besondere Wachstumsraten haben wir dabei vor allem in den Ländern der europäischen Exportmärkte wie in Frankreich oder in Spanien realisiert. Aber auch weiter entfernte Märkte in Ländern wie Saudi-Arabien oder China leisteten einen relevanten Beitrag zum nobilia Exportwachstum.

Da wir 2019 erneut in nahezu allen Exportmärkten gewachsen sind, hat sich die Umsatzverteilung nach Ländern kaum verändert. Besondere Bedeutung haben für unsere Exportumsätze nach wie vor die europäischen Nachbarländer. Hier dominiert weiterhin das Frankreichgeschäft auf einem hohen Niveau. Dem folgen die Märkte in Belgien, Österreich und den Niederlanden. China nimmt bereits Platz 5 der Top-Lieferländer ein.

nobilia Exportumsatz 2019 (Anteile nach Ländern)



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG

3.

UNTERNEHMENSGRUPPE NOBILIA



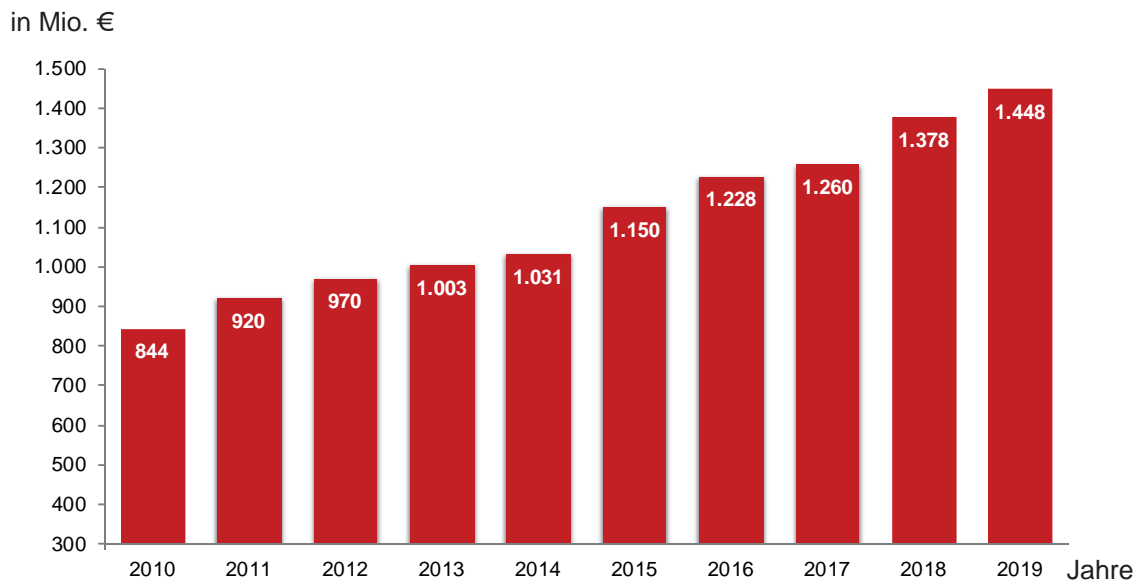
3. Unternehmensgruppe nobilia

Das Kerngeschäft von nobilia besteht in der Entwicklung und Produktion von Küchen sowie dem weltweiten Vertrieb dieser Küchen an Handelspartner. nobilia ist somit in allererster Linie als Hersteller aktiv. Zur Unternehmensgruppe gehören jedoch seit einigen Jahren auch eigene Retail-Aktivitäten unterschiedlichen Formats, mit denen nobilia ausschließlich auf Auslandsmärkten aktiv ist.



So betreibt nobilia in Schweden und England eigene Küchenstudios unter den Namen Northern Kitchen Sverige AB und Kütchenhaus. Kütchenhaus ist in England zudem als Franchise-Organisation mit derzeit 33 angeschlossenen Küchenstudios aktiv. Weiterhin besteht eine Minderheitsbeteiligung an der belgischen Handelskette MENATAM SA, deren Studios unter dem Namen èggo vertreten sind. Zudem ist nobilia Mehrheitsgesellschafter der französischen Franchise-Organisation FBD, die derzeit mit über 400 Küchenstudios der Vertriebsschienen Ixina, Cuisine Plus, Cuisines Références, noblessa und Vanden Borre Kitchen aktiv ist. Der regionale Schwerpunkt von FBD liegt in Frankreich und Belgien. Die Gruppe treibt ihre weltweite Internationalisierung jedoch seit einigen Jahren erfolgreich voran.

Umsatzerlöse nobilia Gruppe (Mio. €) 2010 bis 2019



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG

Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Umsatz der Unternehmensgruppe nobilia nominal um 5,1 Prozent und erreichte einen Wert von 1,448 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 70,1 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,378 Milliarden Euro. Für die Ermittlung des Gruppenumsatzes wurden die Innenumsätze eliminiert (konsolidiert) und die Beteiligungsverhältnisse berücksichtigt (quotisiert). Bei der Franchise-Organisation sind nur die Franchisegebühren und nicht deren Verkaufserlöse in die Ermittlung eingeflossen.

1,448 Milliarden Euro
Gruppenumsatz nobilia

+ 5,1 Prozent
Umsatzsteigerung

4.

HAUSMESSE 2019

UND KOLLEKTION 2020



4. Hausmesse 2019 und Kollektion 2020

Im September 2019 fand traditionsgemäß die nobilia Hausmesse im Rahmen der Küchenmeile statt. Mit weit mehr als 13.000 Besuchern aus rund 60 Ländern war die Hausmesse an allen Messetagen außerordentlich gut besucht. Zur Messe haben wir die neue Kollektion 2020 unter dem Motto „space it up“ vorgestellt. Die Präsentation begeisterte mit großartigen neuen Raumkonzepten genauso wie mit kleinen Raumwundern.



Auf 4.000 qm Fläche beinhaltet die Ausstellung insgesamt 112 Planungen für unterschiedliche Wohnbereiche. Dabei standen offen geplante Küchenkonzepte inklusive des angrenzenden Wohn- und Essbereichs eindeutig im Fokus.

Dem Themenbereich Bad widmete sich nobilia auf 175 qm Fläche. Gezeigt wurden hier 22 Badplanungen von opulenten Gestaltungen bis zum pragmatischen Bad-Set. 20 Wohn-/ Esszimmerplanungen und 8 Garderobenplanungen komplettierten die Küchenplanungen und veranschaulichten, wie sich die Designkonzepte der Küche ästhetisch auf angrenzende Wohnbereiche übertragen lassen. 5 Hauswirtschaftsraum-Planungen überzeugten mit optimaler Raumnutzung und vielen praktischen Ideen.

Auf der Sonderfläche „Tiny Houses“ waren 6 pfiffige Einrichtungsvarianten für kleine Räume zu sehen. Auf nur 10 bis 20 qm Wohnfläche vereinten sie gestalterischen Esprit mit hoher Funktionalität. Das „nobilis lab“ ergänzte die Präsentation hingegen um großzügige, teils experimentelle Lösungen mit internationalem Flair. Es brachte die nobilia Produkte in neue Zusammenhänge, setzte sie ganz anders in Szene und zeigte ein überraschendes Spektrum an Möglichkeiten.

Space it up

Wie lassen sich Räume attraktiv und gleichzeitig funktional gestalten? Auf diese Frage hat nobilia zur Messe viele gelungene Antworten gefunden. Ganzheitliche Planungskonzepte für Küche, Bad und Wohnen vereinen dabei die Ansprüche an modernes Design perfekt mit den praktischen Planungsanforderungen verschiedener Raumsituationen.



Ein weiteres großes Thema ist die bessere Nutzung vorhandenen Raums. Optimierte Möglichkeiten bietet dafür das erheblich erweiterte LINE N-Programm, dessen grifflose Ästhetik jetzt auch im stauraumorientierten XL-Format erhältlich ist.

Nicht nur mehr Stauraum, auch besser strukturierter Stauraum ist mit der neuen Kollektion möglich. Dafür sorgt das exklusiv bei nobilia erhältliche Auszugs-Ordnungssystem SpaceFlexx®. Es verfügt über die flexible Einteilung, die sich Gegenständen unterschiedlicher Form und Größe mühelos anpasst. So lassen sich Vorratsdosen und andere Küchenutensilien übersichtlich und sicher in Schubladen und Auszügen unterbringen.

Neue Fronten und Farben

Mit den neuen Fronten, Farben und Dekoren sind trendstarke Planungen in allen Preiskategorien und für jeden Lifestyle realisierbar. Der Trend zu Grautönen, Betonoptiken und dunklen Oberflächen setzt sich fort. Ein dunkles Rostrot und ein graugrüner Schilf-Farbtönen im Landhausbereich bringen dezente Farbe in die Kollektion. Bei den Hölzern spielt Eiche weiterhin die Favoritenrolle. Neue Materialtechnologien verbessern die Funktionalität bzw. schaffen eine neue Form von Authentizität.

Das neue Programm „Easytouch“ setzt auf trendige dunkle Oberflächen und punktet zusätzlich mit einer Anti-Fingerprintbeschichtung. Eine besondere Funktionsschicht macht sie zudem extrem widerstandsfähig. Dabei bestechen die ultramatten Lacklaminatfronten durch eine samtige Haptik. In den Farben Grafit Schwarz und Rostrot trifft „Easytouch“ genau den Zeitgeist.

Eine weitere Programmneuheit ist die Rahmenfront „Kansas“. Im neuen Dekor Eiche Sierra und mit passendem Umfeld ist sie eine ideale Basis für besonders wohnliche Lösungen. Die fünfteilige Verarbeitung sowie eine außergewöhnliche Kantenbearbeitung kreieren den authentischen Look einer handwerklich verarbeiteten Rahmenfront aus Massivholz.



Küchen in Beton- und Zementoptiken verkörpern nach wie vor ein modernes, junges und urbanes Lebensgefühl. nobilia ergänzt seine beliebten Fronten in diesem Bereich jetzt durch ein neues Highlight: die Front „Cemento“ in Lack Zementgrau. Sie ist eine besonders authentische, aber dennoch pflegeleichte Betonnachbildung mit unebener Oberfläche, Spachtelspuren und Lufteinschlüssen. In einem aufwendigen Herstellungsprozess erhält „Cemento“ einen handwerklichen Charakter. Jede Front besitzt daher einen individuellen Look.

Umfassende Lösungen fürs Bad

Unser Badsortiment ist vom Markt sehr gut angenommen worden. Wir haben es mit der neuen Kollektion umfassend ausgebaut. Neben Waschtischschränken komplettieren jetzt badtypische Sideboards und Midi-Schränke das Möbelspektrum. Wandhängend und höher als normale Unterschränke bringen sie Leichtigkeit und Schick ins Bad, bieten aber gleichzeitig viel praktischen Stauraum. Noch mehr Gestaltungsmöglichkeiten ergeben sich durch die Ausweitung der grifflosen nobilia Designlinie LINE N auf das Bad.



Vielfältige Optionen gibt es im Bereich der Spiegelschränke. Sie sind in fünf Breiten erhältlich, und lassen sich individuell um Zusatzausstattungen wie Steckdosen und Beleuchtungselemente ergänzen. Damit sind alle gängigen Breiten und Ausstattungsmerkmale abgedeckt.

Neben zwei Aufbauwaschtischen gehören auch fünf exklusive Möbelwaschtische aus Mineral Composite zur Kollektion. Sie decken die gesamte Schrankbreite der Waschtischunterschränke ab und sind für nobilia maßgeschneidert. Vielfältiges Zubehör wie Handtuchhalter, Armaturen und mehr ermöglichen Badeinrichtungen aus einer Hand.

Die positive Entwicklung der Bad-Platzierungszahlen im Handel zeigt, dass unsere Handelspartner sowohl im Inland als auch im Export die Erweiterungen im Badsortiment positiv aufgenommen haben.

nobilias elements

Mit nobilia elements hat nobilia zum 01.10.2019 ein flexibles und modular aufgebautes Schnelllieferprogramm für den Handel im Markt eingeführt. elements ist ein leicht zu planendes, kurzfristig verfügbares Möbel-, E-Geräte- und Zubehör-Programm mit ausgewählten Küchen-, Bad- und Living-Artikeln für den Fachhandel.



Das nobilia elements-Konzept richtet sich an Händler, die neben den kommissionsweise gefertigten nobilia Planungen mit regulärer Lieferzeit von drei bis vier Wochen, Zugriff auf eine schnell verfügbare Alternative wünschen.

nobilias elements bietet mit einem reduzierten Modell- und Typenspektrum eine unkomplizierte und schnelle Lösung in gewohnter nobilia Qualität. elements-Küchen sind innerhalb von 24 bis 48 Stunden aus dem nobilia eigenen Lager lieferbar. Die Schränke sind fertig montiert, es handelt sich nicht um zerlegte Ware. Die Lieferung zum Endkunden und die Montage erfolgt wie gewohnt durch den Handel.

nobilia Pflegemittel

Auf der Hausmesse hat nobilia zudem ein eigenständiges Sortiment an Pflegemitteln für seine Produkte vorgestellt. Die Serie haben wir in Zusammenarbeit mit einem Reinigungsspezialisten entwickelt und im hauseigenen Prüflabor umfangreichen Tests unterzogen. Die Pflegeprodukte sind online über den nobilia Shop in Deutschland und in Kürze auch EU-weit lieferbar.



5.

PRODUKTION UND INVESTITIONEN



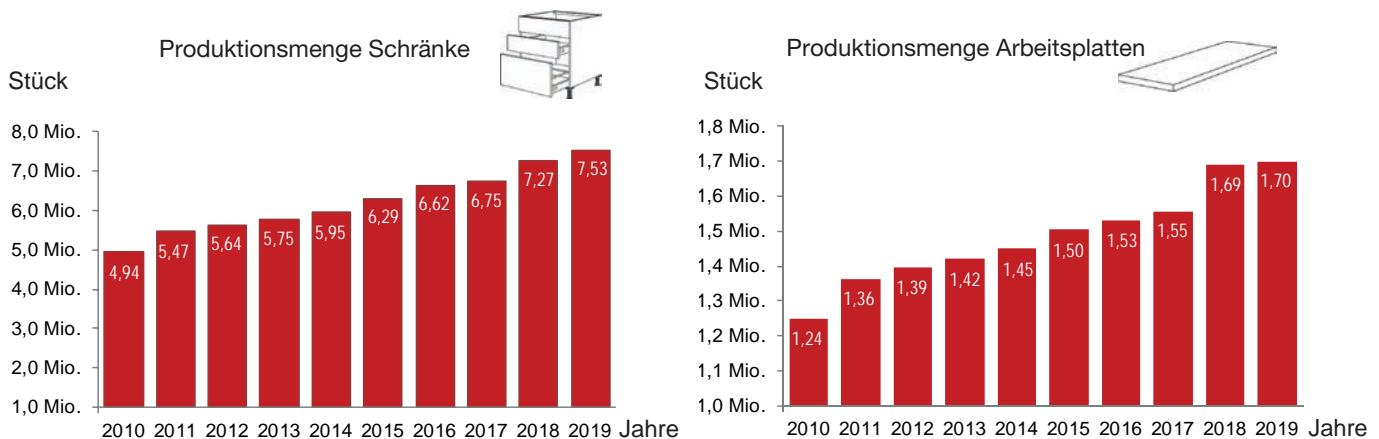
5. Produktion und Investitionen

Unser Produktionsvolumen ist gegenüber dem Vorjahr um rund 260.000 Schränke angestiegen. Mit mehr als 753.000 Küchenkommissionen, ca. 7,53 Millionen Schränken und über 1,7 Millionen Arbeitsplatten haben beide Werke neue Höchstwerte erzielt.

Die tägliche Produktionsleistung ist auf 34.200 Holzteile pro Arbeitstag angestiegen.

Mit täglich über 17.000 produzierten Typen sowohl im Werk I als auch im Werk II haben wir die Ausbringungsmenge in beiden Werken erneut steigern können. Über 3.400 Küchen verlassen inzwischen täglich unsere beiden Produktionsstandorte in Verl.

Produktionsmengen 2010 bis 2019



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG



nobilia hat im vergangenen Geschäftsjahr vielfältige Investitionen in nahezu allen Unternehmensbereichen getätigt. Das Investitionsvolumen stieg auf 131,5 Millionen Euro. In beiden Werken standen weiterhin Maßnahmen zur Steigerung der Ausbringungsmenge sowie Ersatzinvestitionen zur Erneuerung von einzelnen Fertigungsanlagen im Mittelpunkt der Investitionen.

Im Laufe des Jahres 2019 haben auch die Baumaßnahmen für die neuen Produktionsstandorte „Am Hüttenbrink“ in Gütersloh und am „Lisdorfer Berg“ in Saarlouis sichtbare Fortschritte gemacht. An beiden Standorten sind mittlerweile die Gebäude im Wesentlichen fertiggestellt, so dass die Industrialisierung im Verlauf des Jahres in beiden Werken planmäßig beginnen kann.

Innerhalb der Verwaltung bildeten umfassende Digitalisierungsprojekte den Schwerpunkt der Investitionen. In diesem Zusammenhang haben wir beispielsweise den kompletten Vertriebsinnendienst – und damit etwa 400 Arbeitsplätze – auf eine vollständig digitale Arbeitsweise umgestellt.

Weitere Investitionen flossen in den Fuhrpark, für den erneut 20 neue Zugmaschinen und 100 neue Auflieger angeschafft worden sind. Der eigene Fuhrpark umfasst somit derzeit 220 Zugmaschinen und mehr als 800 Auflieger.





6.
NACHHALTIGKEIT



6. Nachhaltigkeit

Wirtschaftlicher Erfolg verbunden mit einem verantwortungsvollen und effizienten Umgang mit Ressourcen bildet die Grundlage für ein kontinuierliches Wachstum von nobilia. Als unabhängiges und langfristig orientiertes Unternehmen ist sich nobilia dabei auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung für ökologische und soziale Belange bewusst. Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist daher fest in unseren Unternehmenswerten verankert.

Dabei wollen wir Produktleistung und Qualität mit der Verantwortung für unsere Umwelt in Einklang bringen. Sicherheit, Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit stehen unternehmensweit im Fokus. Das integrierte Managementsystem von nobilia vereint die Bereiche Qualität, Umwelt und Energie insofern in einem ganzheitlichen Ansatz.



Im Rahmen der jährlichen Bewertungsaudits durch den TÜV Rheinland werden sämtliche Abteilungen und Prozesse im Hinblick auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess durchleuchtet. Die neuen nobilia Standorte „Am Hüttenbrink“ in Gütersloh (Werk III) und „Lisdorfer Berg“ in Saarlouis (Werk V) werden im Laufe dieses Jahres auch in die bestehenden Prozesse integriert und zukünftig nach denselben Kriterien zertifiziert. Damit ist gewährleistet, dass an allen nobilia Standorten nach identischen Qualitätsmaßstäben und vergleichbaren Standards produziert wird. Zahlreiche Projektteams arbeiten dauerhaft an unternehmensweiten Projekten mit Blick auf Nachhaltigkeit in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht.

Carbon Footprint

Im Jahr 2019 hat nobilia im Zuge des DGM-Klimapakts erneut den sogenannten Carbon Footprint, also den CO₂-Fußabdruck des Unternehmens, in Zusammenarbeit mit einer Klimaschutzberatung ermitteln lassen. Aus dem Emissionsbericht lassen sich konkrete Einsparpotenziale ableiten. Unser Energie- und Umweltteam entwickelt daraus Maßnahmen, um den Verbrauch energetischer Ressourcen sowie die damit verbundenen Kosten weiter zu reduzieren.

Papierloses Büro im Vertriebsinnendienst

Im Sommer 2019 haben wir die größte Abteilung im Verwaltungsbereich – den Vertriebsinnendienst mit rund 400 Mitarbeitern – auf eine vollständig digitale Arbeitsweise umgestellt. Das spart gleichermaßen Arbeitsschritte und Ressourcen.



Sämtliche Informationen des vollständigen Prozesses liegen jetzt digital vor: Das Drucken, Sortieren und Scannen von Aufträgen ist nicht mehr erforderlich. Auf neuen, hochmodernen Touchscreens können die Mitarbeiter ihre Aufträge mit einem Stift bearbeiten wie auf Papier, aber auch Details wie auf einem Tablet heranzoomen. Das macht die Prozesse schneller und effizienter. Die Kunden profitieren ebenfalls von dieser Umstellung, denn sie erhalten nun auch direkt eine Eingangsbestätigung für ihre Aufträge. Die neue Arbeitsweise beschleunigt die Auftragsabwicklung für beide Seiten und schont die Umwelt. Die Umstellung auf die papierlose Arbeitsweise führt zu einer Einsparung von jährlich ca. 60 Tonnen Papier.

Energiemanagement

In den Werken Sürenheide (Werk I) und Kaunitz (Werk II) haben wir das Messsystem E3CON installiert. Es erstellt für jeden Fertigungsbereich einen wöchentlichen Energiebericht für definierte Prozesse. Anhand dieser Berichte sieht jeder Fertigungsverantwortliche die relevanten Energieverbräuche in seinem Bereich. So kann er schnell Verbesserungspotenziale erkennen und durch geeignete Maßnahmen ausschöpfen. Die Einführung dieses Messsystems ist ein weiterer Baustein zur Reduzierung des Energieverbrauchs in der Produktion.



Bei der Planung und Errichtung der beiden neuen Werke in Gütersloh (Werk III) und in Saarlouis (Werk V) haben wir die Energieeffizienz der Gebäude und den Einsatz neuester Technologien zur Emissionsreduktion besonders im Blick. So werden wir in den neuen Werksstandorten CO₂-neutrale Biomasse-Heizanlagen installieren. Die Heizungsanlagen sind nach den Vorgaben der neuesten Bundesemissions-Schutzverordnung ausgelegt und unterschreiten die geforderten Grenzwerte in deutlichem Maße.

Fuhrpark

Im Jahr 2019 haben wir die letzten LKW-Zugmaschinen auf die Abgasnorm Euro 6 umgestellt. Der konsequente Wechsel des nobilia eigenen Fuhrparks zu Euro 6 reduziert die Verbräuche, senkt die Emissionen und entlastet die Umwelt.



Ein weiterer Schwerpunkt unserer Maßnahmen war die ganzheitliche Optimierung unserer logistischen Planungsprozesse von der Tourenplanung bis zur LKW-Disposition. Im laufenden Jahr werden wir dazu ergänzend ein neues Telematiksystem im Fuhrpark einführen.

Ausschussreduzierung

Darüber hinaus haben wir 2019 weitreichende Effizienzsteigerungsprogramme in der Fertigung aufgesetzt, um den Ressourcenverbrauch noch weiter zu reduzieren. Durch eine verbesserte optische Inspektionskontrolle sowie flankierende Maßnahmen an den Bearbeitungsmaschinen verringerte sich der jährliche Ausschuss im Sektor „Holzwerkstoffe“ um 10.000 Tonnen. Diese Reduzierung des Ausschusses steigert die Effizienz im Betrieb und führt zu einer entsprechenden Entlastung unserer Umwelt. Des Weiteren führten zahlreiche Maßnahmen bei der Verpackungsoptimierung zu einem verbesserten Schutz unserer Möbel und damit zu einer weiteren Ausschussreduzierung.

7.

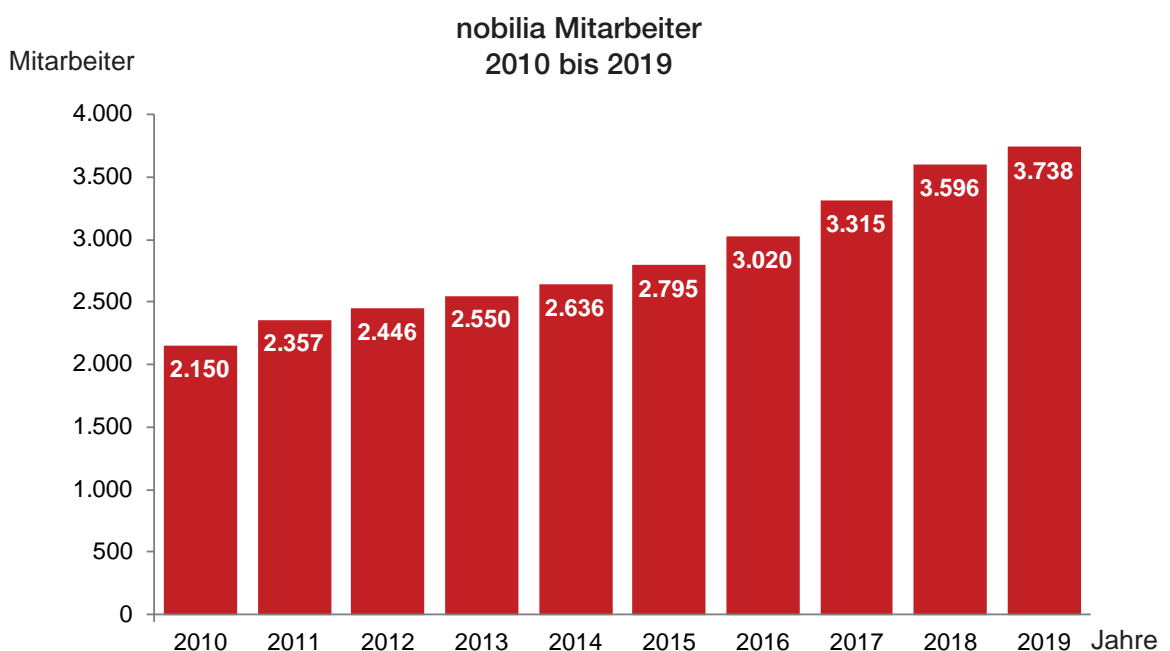
MITARBEITER UND AUSBILDUNG



7. Mitarbeiter und Ausbildung

Unsere Mitarbeiter prägen nobilia durch ihr Engagement, ihr Wissen und ihr Können. Sie sind maßgeblich für unseren kontinuierlichen Erfolg verantwortlich. Um unsere gemeinsamen strategischen Ziele voranzutreiben, setzen wir seit jeher auf eine leistungsorientierte und motivierende Unternehmenskultur. Dazu schaffen wir ein inspirierendes und förderndes Arbeitsumfeld, in dem der Teamgedanke überwiegt. Die Grundlage dafür ist eine offene und wertschätzende Führungskultur. Um unsere Mitarbeiter zu binden und zu motivieren, fördern wir sie gezielt und unterstützen sie in ihrer persönlichen Entwicklung.

Mit 3.738 Mitarbeitern zum Jahresende 2019 liegt die Zahl der Beschäftigten um 142 Mitarbeiter über dem Vorjahr. Im Zusammenhang mit dem Ausbau der Fertigungskapazitäten haben wir insbesondere das Personal in den Werken aufgestockt sowie erste Neueinstellungen für Werk V in Saarlouis vorgenommen. Weitere Schwerpunkte für Neueinstellungen waren der Vertrieb und der Fuhrpark.



Quelle: nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG

Um die hohe Zahl der Neueinstellungen trotz der strukturellen Herausforderungen am Arbeitsmarkt realisieren zu können, haben wir vielfältige Wege in der Bewerberansprache verfolgt. Klassische Recruiting-Maßnahmen wurden durch die Ansprache über professionelle Netzwerke, die Teilnahme an Jobmessen und die Durchführung von Bewerbungstagen im Hause nobilia ergänzt. Medial flankierten Radio-Spots und Videos zu Jobprofilen diese Maßnahmen.

Aus- und Weiterbildung

Die interne Ausbildung und die berufliche Weiterbildung sind uns wichtig. Aus diesem Grund haben wir im Sommer 2019 ein neues Ausbildungszentrum mit einer Fläche von rund 2.000 m² eröffnet. Aktuell erlernen 123 junge Menschen einen von zehn kaufmännischen oder technischen Berufen im Unternehmen. In 2019 haben 36 neue Auszubildende und Studierende ihre berufliche Qualifikation bei nobilia begonnen. Zum Ausbildungsportfolio zählen auch drei duale Studiengänge in den Fächern Betriebswirtschaft, Holztechnik oder Wirtschaftsingenieurwesen.

Seit 2019 bringen sich unsere Auszubildenden aktiv in das Weiterbildungsangebot von nobilia ein. Sie bereiten selbständig Excel- und Outlook-Schulungen vor und führen diese inhouse durch. Das innovative Programm bereichert so die Aus- und Weiterbildung im Unternehmen gleichermaßen.



Fremdsprachenunterricht und die Möglichkeit, im Rahmen der Ausbildung einen Auslandsaufenthalt zu absolvieren, runden das vielseitige Ausbildungsangebot ab. Im Anschluss an die erfolgreichen Abschlussprüfungen haben wir auch im Jahr 2019 allen Auszubildenden einen Arbeitsplatz im Unternehmen angeboten.

In unseren Weiterbildungsprogrammen legen wir traditionell Wert auf Maßnahmen, die die Flexibilität unserer Mitarbeiter erhöhen und diese weiter qualifizieren. Im vergangenen Jahr konzentrierten sich diese Maßnahmen verstärkt auf die Qualifizierung von eigenen Mitarbeitern für eine Teamleiter-Funktion innerhalb der Produktion sowie den Ausbau von spezifischen Softwarekenntnissen und Sprachtrainings.

Im Rahmen der Einarbeitungsprogramme für neue Mitarbeiter stehen vor allem unser Anspruch an Produkt- und Prozessqualität, der Umgang mit unseren Kunden, der Umgang miteinander und die Vermittlung der nobilia Unternehmenskultur im Vordergrund.

nobilia Gesundheitsmanagement

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber möchten wir zur Förderung und zum Erhalt der Gesundheit unserer Mitarbeiter beitragen. Deshalb liegt der Fokus des nobilia Gesundheitsmanagements auf der Konzeption und dem Ausbau von entsprechenden Präventionsmaßnahmen. Vor diesem Hintergrund gab es auch 2019 ein vielfältiges Angebot. Es reichte von der Hautkrebsvorsorge über Sehtests und Arbeitsplatzbrillen bis zur Gripeschutzimpfung.



Rund 600 nobilia Mitarbeiter nutzen regelmäßig das „Sportnavi“. Über dieses Programm haben sie Zugriff auf ein breit gefächertes Angebot aus den Bereichen Sport, Fitness und Wellness. Zudem gibt es mehrere firmeninterne Laufgruppen. Bereits seit 2018 können nobilianer ein „Job-Rad“ leasen. Mittlerweile wurden fast 700 Diensträder über diesen Service aktiviert.



Wir legen viel Wert auf eine ausgeglichene Altersstruktur. Um diese zu erhalten und um der demografischen Veränderung Rechnung zu tragen, bemühen wir uns, die Bedürfnisse aller Mitarbeiter in ihren jeweils unterschiedlichen Lebensphasen mit geeigneten Arbeitsmodellen zu berücksichtigen. Hierzu zählen zum einen verschiedene Altersteilzeitangebote, aber auch der Ausbau von Home-Office-Arbeitsplätzen und Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen, um eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu gewährleisten.

Engagement

Wesentlich für den anhaltenden Erfolg von nobilia und ein Beispiel für die hohe Identifikation der Mitarbeiter sind das persönliche Engagement und die Ideen der Mitarbeiter. Über das nobilia Ideenmanagement – die „Ideenküche“ – haben sie im vergangenen Jahr 975 Ideen eingereicht und zur Umsetzung gebracht.

Ende 2019 hat jeder Mitarbeiter neben dem Urlaubs- und Weihnachtsgeld eine Sonderzahlung als Dank für das außergewöhnliche Engagement und die hohe Flexibilität im vergangenen Geschäftsjahr in Höhe von 1.500 Euro brutto erhalten. Der Aufwand für das Unternehmen belief sich insgesamt auf mehr als 6 Millionen Euro.

„Ideenküche“

975 eingereichte und umgesetzte Ideen

A modern living room interior featuring a brick wall, a large TV, a wooden coffee table, and a grey cabinet with open shelving. The scene is brightly lit, with a stack of magazines on the floor in the foreground.

8. GESAMTWIRTSCHAFTLICHER AUSBlick UND PROGNOSE



8. Gesamtwirtschaftlicher Ausblick und Prognose

Das Wachstum der Weltwirtschaft hat sich in den letzten Monaten merklich verlangsamt. 2020 dürfte sich die konjunkturelle Dynamik weiter verhalten entwickeln. Zu den Risiken für die künftige Entwicklung zählt eine erneute Eskalation der Handelskonflikte. Neben den direkten Effekten dürften die damit verbundene zusätzliche politische Unsicherheit und der Rückgang des wirtschaftlichen Vertrauens die Investitionen weiter dämpfen.

Im Euro-Raum hat sich das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) ebenfalls verlangsamt. Dabei zeigt sich insbesondere bei den großen Mitgliedsstaaten eine heterogene Entwicklung. Für 2020 erwartet der Sachverständigenrat Zuwachsraten des BIP im Euro-Raum von etwa 1,1 Prozent.

Dennoch erweist sich die Binnenwirtschaft bislang als robust. Die kräftigen Lohnsteigerungen sowie die günstigen Finanzierungsbedingungen stärken die Nachfrage. Die Küchenmöbelindustrie profitiert von anhaltend niedrigen Zinsen und von einem Mangel an Wohnraum, der Investitionen in Wohnimmobilien nach sich ziehen wird. Zudem wird sich die zurückhaltende Nachfrage der Endverbraucher nach neuen Autos für die Küchenmöbelindustrie voraussichtlich eher positiv auswirken. Der Vertrauensverlust im Zusammenhang mit dem Abgasskandal wirkt noch immer nach. Hinzu kommt die Unsicherheit, welche Motorentchnik sich letztlich als zukunftsweisend herausstellen wird. Auch dies hat zur Folge, dass die Küche und die Wohnungseinrichtung für viele Endkunden immer bedeutender werden und dem Auto den Rang ablaufen.

In einem so heterogenen und von zahlreichen Unsicherheiten geprägten wirtschaftlichen Umfeld bleibt die Unabhängigkeit von einzelnen Ländern und Märkten für nobilia von zentraler Bedeutung. Insofern werden wir unsere erfolgreiche Internationalisierungsstrategie weiter forcieren. nobilia hat sich mit seinem weltweiten Exportgeschäft in rund 90 Ländern der Erde gezielt breit aufgestellt. Mit unserem vielseitigen Produktspektrum und unseren hohen Ansprüchen an Produkt- und Servicequalität sind wir für die individuellen und komplexen Anforderungen im Exportgeschäft bestens

aufgestellt. Insofern eröffnet das Auslandsgeschäft uns nach wie vor zahlreiche Wachstumsmöglichkeiten. Zusätzliches Potenzial bieten zudem die vorgestellten Produktlösungen für Bad und Wohnen, die auch international hervorragend angenommen wurden.

Für das Inlandsgeschäft in unserer Branche rechnen wir 2020 mit einer leicht positiven Nachfragesituation, die jedoch weiterhin durch ein preisaggressives Umfeld sowie eine zunehmende Konzentration auf der Handelsseite bestimmt wird. Auch hier bieten die erweiterten Produktlösungen für das gesamte Wohnumfeld für nobilia zusätzliches Potenzial.

Zusammenfassend schauen wir also vorsichtig optimistisch auf das vor uns liegende Jahr. Unsere langfristige Strategie zur Fortsetzung eines organischen Wachstums werden wir daher fortsetzen.

Mit unseren Planungen und Investitionen in die neuen Standorte Werk III am Gütersloher Hüttenbrink und Werk V in Saarlouis haben wir die Weichen für ein weiteres Wachstum auch im 75. nobilia Jahr rechtzeitig gestellt. Produktionsseitig schaffen wir damit die Voraussetzungen für weitere erfolgreiche Kapitel in der Firmengeschichte.



9.

DATEN UND FAKTEN 2019



Daten und Fakten 2019

Umsatz:	1.288 Millionen Euro
Exportquote:	49,8 %
Handelskunden:	in über 90 Ländern weltweit
Mitarbeiter:	3.738
Produktionsstätten:	2 in Verl, Ostwestfalen
Produktionsfläche:	250.000 m ² , davon: 110.000 m ² in Werk I, Verl-Sürenheide 140.000 m ² in Werk II, Verl-Kaunitz
Produktionszahlen:	753.000 Küchen / Jahr 7,53 Millionen Schränke / Jahr 1,70 Millionen Arbeitsplatten / Jahr ca. 3.400 Küchen / Tag ca. 34.200 Schränke / Tag
Investitionen:	131,5 Millionen Euro
Eigener Fuhrpark:	220 LKW und 800 Auflieger 380 qualifiziert geschulte Fahrer
Frachtvolumen:	2.840.000 m ³ / Jahr
Geschäftsführung:	Dr. Lars Bopf (Vors.) Michael Klein Frank Kramer Dr. Oliver Streit

Pressekontakt:

Sonja Diermann

nobilis-Werke
J. Stickling GmbH & Co. KG
Waldstraße 53-57
33415 Verl

Fon: + 49 (0) 52 46 | 508 - 0
Mail: info@nobilis.de

