**Die Möbelbranche inmitten digitaler Transformation**

**Iwofurn Summit 2018: Branchenevent und Impulsgeber zur 100 % Prozess-Digitalisierung**

**Das Technologieunternehmen Iwofurn Service GmbH (Holzgerlingen) veranstaltete vom 17. zum 18. Oktober seinen nunmehr sechsten „Summit“ – das zentrale Vortrags- und Netzwerkevent zum Thema Digitalisierung der Möbel- und Einrichtungsbranche in diesem Jahr. Folgend auf eine beeindruckende Präsentation von Prof. Wolfgang Henseler (Pforzheim) setzten zwölf spannende Fachvorträge wichtige Wegmarken für die Digitalisierung der Wertschöpfungskette Möbel – von der Industrie über den Handel bis zur Möbellogistik.**

Die Tagung fand im „bauwerk köln“ in Köln-Kalk statt und stand unter dem Thema „Die Möbelbranche im Umfeld der 100 % Prozess-Digitalisierung“. Hierbei kann die Branche stolz auf manche Erfolge verweisen, wofür gerade der Veranstalter wichtige Impulse gibt. Dennoch liegt ein weiter Weg vor Möbelindustrie und -handel, vor dem Zuliefersegment und der Möbellogistik.

**Wer Daten ökonomisiert, überlebt als Unternehmen**

Zum Auftakt-Networking am 17. Oktober machte Keynote-Speaker Prof. Wolfgang Henseler unter dem Titel „Die digitale Transformation und ihre Auswirkungen auf Branchen, Wirtschaft und Denken“ deutlich, wie stark die fortschreitende Digitalisierung in technische wie gesellschaftliche Prozesse eingreift und ethische Fragen aufwirft. Der Spezialist für Industrie 4.0 machte deutlich, dass Daten und Dienste künftig wichtiger werden als Produkte und dass auch bei Investitionsgütern Nutzung den Besitz ablöst.

Der folgende Vortragstag des Summits wurde nach einleitenden Worten durch Moderator Sebastian Deppe (BBE) von Iwofurn-Geschäftsführer Klaus Bröhl eröffnet. Als Partner von mehr als 1.000 Herstellern, stationären Händlern, Verbundgruppen, Baumärkten, Konsumenten, Online-Händlern, Zentralregulierern und Logistikern hat Iwofurn eine Community vernetzt, die inzwischen jährlich über 400 Mio. Positionen zwischen Warenwirtschaft, ERP- und Planungssystemen kommuniziert.

**Die Prozess-Digitalisierung braucht standardisierte Daten**

Deppe setzte sich in seinem Vortrag mit dem aktuellen Digitalisierungsgrad in der Möbelbranche auseinander. Ob vor, bei oder nach dem Möbelkauf: Ohne Nutzung digitalisierter Daten und der Implementierung digital unterstützter Prozesse ginge in Zukunft kaum noch etwas, so der Referent.

Dietmar Weber (Iwofurn) und Dr. Olaf Plümer (DCC) berichteten anschließend über aktuelle Entwicklungen bei der Datenstandardisierung, die die Grundlage für jedwede Digitalisierungsvorhaben legt. Beispielsweise können inzwischen alle eingesetzten Warenwirtschaftssysteme mit IDM-Daten arbeiten – und dies in weit über 100 Ländern der Welt.

**Industrie 4.0 – in der Möbelbranche herrscht Handlungsdruck**

Für den erkrankten Uwe Bojarra (Nolte Küchen) ergriff Dr. Plümer das Wort. Hierbei stand das strategische Vorhaben „Digital von Planung bis Lieferung“ sowie dessen betriebliche Umsetzung im Fokus. Danach arbeitete Lars Zielke von der dänischen Actona Company die Komplexität der Kundeninteressen im Zusammenhang mit der Datenkommunikation heraus.

Ein Round-Table-Gespräch beendete den Industrieteil des Summits, an dem neben Sebastian Deppe Dr. Plümer, Dietmar Weber, Jörn Schröder (Wellemöbel) und Sebastian Baldauf (Ekornes) teilnahmen.

**Customers comes first!**

Arne Stock (moebel.de) eröffnete den Tagungsteil „100 % digital im Möbelhandel“ und stellte sofort den Endkunden ins Zentrum seiner Ausführungen. Für dessen Kaufentscheidung müssten alle relevanten Daten digital vorliegen und auch kommuniziert werden. Kurz gesagt: Wer informiert, der verkauft auch! Deshalb sei auch die Qualität gelieferter Daten elementar wichtig, so Stock.

Verständlicherweise schlug Dr. Kirstin Hüttner-Tong (home24) in die gleiche Kerbe und bemerkte, dass die Wertschöpfungskette Möbel faktisch gezwungen sei, sich prozesstechnisch und logistisch am Endkunden auszurichten. Sonst, so Hüttner-Tong, gäben Kunden ihr Geld anders aus. Denn Alternativen gibt es reichlich – und die Online-Giganten setzen die Maßstäbe.

Patrick Sönke (Integrated Worlds) richtete sein Augenmerk auf Feedback-Daten entlang der Wertschöpfungskette. So arbeitet sein Unternehmen über Feedback-Kollektoren und Schnittstellen-Reporting an der digitalen Ansprache aller Touchpoints, über die die Customer Journey führt.

**Logistik in Digitalisierung einbinden**

Dr. Martin Ahnefeld (AMÖ) stellte in seinem Vortrag zur Digitalisierung in der Möbellogistik fest, dass der Branchenzweig Logistik nur über wenige Ressourcen für „100 % digital“ verfüge. Mit Blick auf Digitalisierung und EDI sei deshalb die gemeinsame Logistikinitiative Zimlog so bedeutsam.

Für den erkrankten Heiko Hufenbach präsentierte Martin Wieland (Hermes Einrichtungs Service) zusammen mit Sandra Broszat (Iwofurn) gemeinsam entwickelte digitale Lösungen bei der Endkundenbelieferung. Das Dropshipping des „Hermes 2-Mann-Handling“ sorgt dank EDI für hohe Geschwindigkeit, Kosteneinsparungen und Kundenzufriedenheit.

Bei Hardeck-Möbel braucht es nur 4 Minuten, um aus einem Kundenauftrag im Online-Shopsystem die Pakete zur Auslieferung zu belabeln, wie Olaf Polk berichtete. Nach der Kommissionierung startet dann der logistische Workflow als Crossdocking ausschließlich über externe Dienstleister.

**Digitalisieren ‚step by step‘**

Dietmar Weber schloss die Vortragsreihe – vertretungsweise für Jana Dücker (FZI) – mit einer Vorstellung des Mikroprojekts „Mittelstand 4.0“ des Kompetenzzentrums Stuttgart und riet den angereisten Gästen zur Beteiligung an diesem Vorhaben. Bevor der diesjährige Iwofurn Summit mit einer Zusammenfassung durch Moderator Sebastian Deppe endete, fanden Dr. Kirstin Hüttner-Tong, Martin Wieland, Sebastian Deppe, Arne Stock und Dr. Martin Ahnefeld zu einer zweiten Diskussionsrunde mit den Schwerpunkten Handel und Logistik zusammen.

Mit Blick auf das von der Iwofurn gesetzte Rahmenthema „100 % digital“ waren sich alle Summit-Teilnehmer einig, dass es besser sei, Schritt für Schritt alle Prozesse zu digitalisieren, als von heute auf Morgen sofort zu einhundert Prozent. Ein zweites Fazit des Summit: Obwohl jede digitale Transformation einzelfallbezogen bliebe, sei es wichtig, erfolgreiche Global Player zu beobachten und von diesen zu lernen. Denn diese seien weit voraus und prägen nachhaltig Verhalten bzw. Erwartungen der Kunden. Und ausschließlich um deren ‚Glück‘ gehe es – auch für die Möbelbranche!