

INTERVIEW MIT LENA SCHAUMANN

Geschäftsführerin in 4. Generation von Möbel Schaumann

2019 sind Sie in das väterliche Unternehmen Möbel Schaumann eingestiegen. Was war für Sie der entscheidende Punkt, die Nachfolge anzutreten?

„Es gab viel mehr als nur den einen entscheidenden Punkt. Zum einen, dass mein Herz an Möbel Schaumann hängt und für den stationären Handel – für People Business – schlägt und auch die Befürchtung, dass das Unternehmen an eine der größten Möbelketten verkauft werden könnte. Zum anderen konnte ich mein umfangreiches digitales Wissen, was Möbel Schaumann so noch nicht hatte, mit ins Unternehmen einbringen. Damit hatte ich für mich die beste Berechtigung, als mehr, als nur die Tochter meines Vaters, ins Unternehmen zu gehen.“

Was ist das Wichtigste, was Sie potenziellen Nachfolger*innen raten würden, wenn diese vor einer Nachfolge-Entscheidung stehen?

„Nachfolge hat keine klare Struktur, Nachfolge ist so individuell, wie jeder/jede einzelne von uns. Überlegt euch, wie wäre die perfekte Nachfolge, wie komme ich dahin, wie kann ich mit der Nachfolge mein eigenes Leben genauso leben, wie ich möchte und wie kann mich die Nachfolge sogar darin unterstützen? Was motiviert mich, welche Chancen habe ich dabei? Natürlich treten wir in Fußstapfen, aber man kann ganz wunderbar seine eigenen Fußstapfen daneben hinterlassen, ohne im Schatten zu stehen. Die Nachfolge ist eine große Chance und in meinen Augen nicht nur die Zukunft des Gründens, sondern auch die allerschönste Art des Gründens.“

Sie verknüpften die über 110-jährige Tradition des Unternehmens mit Ihren Herzenthemen. Was hat sich mit Ihnen und den neuen Themen im Unternehmen verändert?

„Mein Herzenthema Digitalisierung ist absolute DNA im Unternehmen geworden, bei New Work, female Empowerment und emotional Leadership geht es um Leading by Example, dass ich es lebe und die Erlaubnis weitergebe, dass meine Kolleg*innen sich für diese Dinge Raum nehmen können. Wir haben das Unternehmen logisch in die nächste Zeit geführt und diese Themen mitgenommen. Insbesondere bei New Work geht es um Selbstwirksamkeit, dass jede/jeder die Art und den Weg findet, wie er/sie seine Arbeit bestmöglich mit dem restlichen Leben verknüpfen und somit die besten Ergebnisse erzielen kann. Selbstwirksamkeit ist für mich der Oberbegriff von dem, was ich mir in meinem Unternehmen wünsche, und das probiere ich, Stück für Stück zu etablieren.“



Könnten Sie Ihre Mission SMILE in ein paar Worten erklären und wie Sie diese im eigenen Unternehmen umgesetzt haben?

„Unter dem Namen SMILE haben wir einen großen Kulturwandel angestoßen und alles hinterfragt – wie wollen wir miteinander arbeiten, ist das gut so wie es ist, wie wollen wir gesehen werden und wie soll unsere Marke nach außen auftreten? SMILE in ein paar Worten erklärt: **Unsere Herzen fühlen zu Hause.** Wir verkaufen keine Möbel, sondern wir verkaufen zu Hause und stehen für mehr Lebensqualität ein. Unsere Möbel erhöhen die Lebensqualität unserer Kundschaft und unsere Arbeitsplätze erhöhen die Lebensqualität unserer Mitarbeitenden.“

Ihr Fazit ist: „People First macht uns noch schneller und sicherer.“ Was heißt das für Ihr Unternehmen?

„Wichtig ist, dass es den Mitarbeitenden richtig gut geht und sie wirklich glücklich mit ihrer Arbeit sind. Denn glückliche Menschen sind ca. 31 % produktiver, somit auch effizienter und schneller und folglich auch sicherer, dazu gibt es etliche Studien.“

Worauf achten Sie besonders bei der Bewerbung neuer Mitarbeiter*innen?

„Auf die große Liebe zur Dienstleistung, die Bereitschaft, sich wirklich mit Möbel Schaumann zu identifizieren und sich einzubringen und aktiv unsere Vision mitzugestalten. Ich frage die Bewerber*innen auch bewusst danach, wieviel sie schon über SMILE wissen, und ob es Fragen dazu gibt, um zu spüren, ob sie sich damit identifizieren können.“

Sowohl der E-Commerce Bereich als auch die Möbelbranche waren und sind auch heute noch sehr männerdominiert. Wie finden Sie sich hier als Unternehmerin zurecht?

„Ich habe mich immer gut damit zurechtgefunden. Meistens werde ich eher unterschätzt – das liegt vielleicht auch daran, dass ich alle Klischees erfülle, wie klein, blond, usw., aber trotzdem kann ich die Leute sehr gut von mir überzeugen. Ich denke, es ist sogar eigentlich einfacher, als wenn die Erwartungen sehr hoch lägen.“

Hat sich Ihrer Meinung nach in den letzten Jahren diesbezüglich in der Möbelbranche etwas verändert?

„Wenn ich auf die Messen, Lieferantengespräche oder die Verbandsstruktur schaue, dann hat sich leider in meinen Augen wenig verändert. Es sind immer noch viel zu wenig Frauen. Aber trotzdem gibt es natürlich auch einige Frauen, die nach vorne gehen, wie z. B. Janine Bernskötter. Man merkt, dass sich etwas bewegt, aber die Mühlen mahlen langsam. Ich finde sehr schade, dass Frauen in der Branche oft auf die Leitung der Bereiche Boutique und Fachsortimente reduziert werden. Dabei machen Frauen nicht nur in der Boutique, sondern auch in der Geschäftsführung einen richtig guten Job. Auch wenn in vielen Unternehmerfamilien die Männer im Vordergrund stehen, stecken auch sehr viele Frauen hinter erfolgreichen Möbelunternehmen.“

2019 hat Möbel Schaumann einen Nachhaltigkeitsrat gegründet. Wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit in der Möbelbranche?

„Das Thema Nachhaltigkeit ist maximal wichtig, so wie in allen anderen Lebensbereichen auch. Als einzelner Händler können wir leider nur wenig bewirken, wir brauchen in der Branche den Zusammenhalt und müssen mit den Lieferanten und mit den Verbänden zusammenarbeiten. Ich weiß, dass zum Glück viele Lieferanten auch in Zusammenarbeit mit den Verbänden an den Themen arbeiten und wir da ganz, ganz schnell große Sprünge nach vorne machen.“

2022 eröffneten Sie die Abteilung TRENDHOPPER in Kassel und Korbach – erstmals in Deutschland. Was hat Sie zu dieser Entscheidung gebracht?

„Wir stellten uns damals die Frage, bringen die Fachsortimente die Frequenz für die anderen Abteilungen, oder die anderen Abteilungen für die Fachsortimente? Wir glauben, dass man sich eher ein Sofa kauft und dazu aus Versehen noch zwei Kissen, als anders herum. Wir haben uns für Trendhopper entschieden, weil wir auch von Weiterempfehlungen leben und

gerade die Generation zwischen 25 bis 40 oftmals nicht abholen konnten, da die Ware zu konservativ und auch preisintensiver als bei Ikea ist. Mit dem jungen Konzept von Trendhopper können wir diese Lücke schließen. Wir lieben TRENDHOPPER und sind absolut davon überzeugt, dass unsere Kunde*innen hier ein modernes Umfeld mit sehr viel Inspiration finden.“

Was ist Ihre Zukunftsvision?

„Dass wir die local Heroes und Champions bleiben, die Kund*innen bei uns ein ganz besonderes Einkaufserlebnis haben und Möbel Schaumann auch über die Grenzen von Kassel und Korbach hinaus einen Besuch wert ist. Auch, dass sich viel mehr Menschen für Nachfolge begeistern können und somit mittelständische Unternehmen nicht ihren Geschäftsbetrieb einstellen oder an große Investorengruppen verkaufen müssen. Außerdem, dass wir unsere Arbeitswelt völlig neu erfinden. Ich glaube an meine Definition von New Work, dass jeder die Möglichkeit hat, sich seine (Arbeits-)welt so zu gestalten, dass es für ihn am besten funktioniert. Eine Welt von Selbstwirksamkeit, Selbstverantwortung, bei der in der Belegschaft ein unternehmerisches Denken vorherrscht und alle erkennen, dass sie ein Teil vom Ganzen sind und damit das Unternehmen und somit unsere Welt ein bisschen besser machen.“



Vielen Dank Frau Schaumann ...

Möbel Schaumann
www.moebel-schaumann.de