

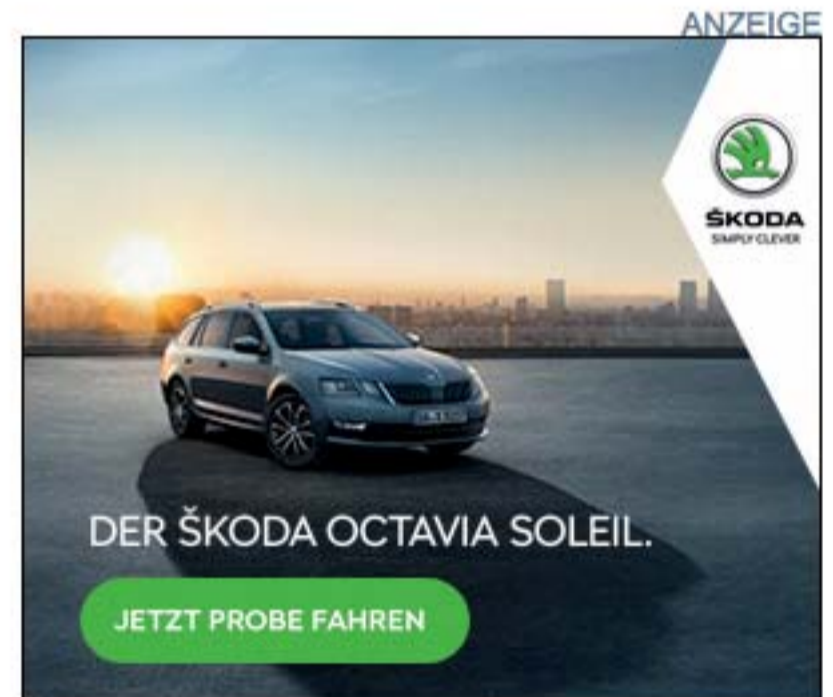
Palmberg erneut mit Rekordumsatz

Der Schönberger Büromöbelhersteller bleibt das Maß der Dinge auf dem deutschen Markt.



Die Geschäftsführer Uwe Blaumann, Nicole Eggert (rechts) und Julianne Utz von Palmberg in Schönberg
Quelle: Michael Prochnow

Schönberg. Der Schönberger Büromöbelhersteller Palmberg bleibt das Maß der Dinge auf dem deutschen Markt. Mit einem Jahresumsatz von 105,7 Millionen Euro hat das Unternehmen, das vor allem in den deutschsprachigen Raum und die Beneluxländer exportiert, erneut seine Wachstumsbestrebungen untermauert, 2017 lag die Zahl bei 96,5 Millionen Euro. Und die Zielrichtung heißt auch weiterhin Expansion. Allein in diesem Jahr hat das Unternehmen rund elf Millionen Euro investiert in neue Gebäude auf dem Werksgelände in Schönberg und die neue Produktionsstrecke in Rehna, die im März eröffnet werden soll. „Und wenn es weitere Möglichkeiten für Erweiterungen gibt, dann werden wir uns dem nicht verschließen“, sagt Geschäftsführer Uwe Blaumann, der inzwischen mit Julianne Utz und Nicole Eggert die zweite Generation in die Führungsetage geholt hat. Ganz aus der Hand legt Uwe Blaumann das Steuer allerdings noch nicht. „In vier Jahren wird es so weit sein, wir haben uns für den Wechsel realistische Ziele gesetzt.“





Produktionsräume bei Palmberg in Schönberg Quelle: Michael Prochnow

538 Mitarbeiter, darunter 34 Azubis, zählt das Unternehmen inzwischen. Mit der Eröffnung des Rehnaer Werkes werden einige Mitarbeiter den Standort wechseln. Wie Julianne Utz erklärt, werde der Produktionsbeginn mit den erfahrenen Kräften gestartet. „Rehna ist perspektivisch für 50 Mitarbeiter ausgelegt, dauerhaft wollen wir natürlich das Team aufstocken.“ Doch der Büromöbelhersteller stößt ebenso wie viele andere Unternehmen in Deutschland an die Grenzen des Arbeitsmarktes. Fachkräfte sind überall Mangelware. „Und deshalb sorgen wir dafür, dass die Mitarbeiter sich wohlfühlen“, betont Uwe Blaumann. Angefangen bei der Kantine, die auch die Spätschicht bis 20 Uhr versorgt, über die maximal drei Jahre alten und voll ausgestatteten Zugmaschinen des eigenen Fuhrparks, die neuesten Maschinen und Werkzeuge bis hin zur ärztlichen Versorgung und der Bezahlung schafft das Unternehmen einen Rahmen, der die besondere Stellung auf dem Markt untermauert. „Wir haben hohe Ansprüche an unsere Produkte, und um die zu erfüllen, brauchen wir motivierte Mitarbeiter“, so Julianne Utz.

38 Lastzüge besitzt das Unternehmen, doch trotz des umfangreichen Fuhrparks greift die Firma in Spitzenzeiten auf fremde Speditionen zurück. „Aber es wird immer schwerer, genügend Fahrer zu finden. Wir bilden zwar selbst Berufskraftfahrer aus, aber auch das wird dauerhaft nicht ausreichen“, erklärt Nicole Eggert.



Produktionsräume bei Palmberg in Schönberg Quelle: Michael Prochnow

Wie sehr sich der Markt verändert hat, das zeigt ein Blick auf die aktuelle Modellpalette des Schönberger Herstellers. „Vor 20 Jahren musste der Schreibtisch eine entsprechende Größe haben, damit der Bildschirm drauf- und der Bürostuhl davor passte“, so Uwe Blaumann. „Heute geht es um Gesamtlösungen, wenn wir über Arbeitsplätze in Büros sprechen. Die Ergonomie ist ein wichtiger Faktor, kein Schreibtisch geht ohne elektrische Höhenverstellung raus. Und die Akustik – wir schaffen es mit den verschiedensten Lösungen, Großraumbüros so einzurichten, dass es wohnlich wird für die Mitarbeiter.“ Ständig seien neue Ideen gefragt, die Schränke seien heute deutlich kleiner, weil die Daten statt in Aktenordnern digital aufbewahrt würden. Die Oberflächen der Möbel sollen nicht nur optisch überzeugen. „Die Haptik ist inzwischen genauso wichtig, wir sind in der Lage, Oberflächen so zu beschichten, dass sie Schall schlucken oder so verändern, dass er nicht mehr als störend wahrgenommen wird.“ Der stetige Lernprozess ist für Uwe Blaumann, der das Werk vor 28 Jahren übernahm und auf völlig neue Füße stellte, noch längst nicht abgeschlossen. In den vergangenen fünf Wochen hat er beispielsweise 11 000 Kilometer im Auto zurückgelegt und knapp 50 Kunden besucht. „Das sind zum Teil Kunden, die wir über viele Jahre kennen und wo auch Freundschaften entstanden sind. Wichtig bei diesen Besuchen ist zum einen die Kundenbindung, zum anderen geht es auch darum, was wir anders und besser machen können.“