



*Kristin Müller
Geschäftsführerin
InVIDO GmbH
Niederdorf, Deutschland*

Massmöbel – Vertrieb via Internet – und es klappt doch

Massmöbel – Vertrieb via Internet – und es klappt doch

Wer im digitalen Geschäft mithalten will, muss die eigene Strategie stetig anpassen. Viele Mittelständler haben erkannt, dass die permanente Weiterentwicklung der E-Business-Aktivitäten nicht mehr Kür, sondern zwingend eine Pflichtübung ist. Denn nach der Euphorie Ende der 90er Jahre und der darauf folgenden Ernüchterung wird das digitale Geschäft wohl wieder salonfähig.

Mit E-Business steuern wir heute komplette Vertriebsvorgänge, wir automatisieren Prozesse über Firmengrenzen hinweg, verschaffen unseren Außendienst- und Techniker-Teams mit mobilen Anwendungen mehr Flexibilität sowie Kunden mehr Service. Gleichzeitig erschließen wir neue Märkte und versuchen damit dem Wettbewerb zu trotzen.

Aber wie nutzen wir heute unsere Aktivitäten im Netz. Was bringt uns E-Business wirklich und was wollen und können wir künftig in den Ausbau des digitalen Geschäfts investieren.

Damit stellt sich auch die Frage, rechnen sich E-Business-Projekte schneller, zeigen sie sofort ihre Wirksamkeit und sorgen sie für mehr Umsatz und schnelleren Return on Investment? Ist E-Business für die Branche des Holzhaus- und Innenausbau überhaupt nachhaltig geeignet und welche Instrumente müssen wir zielorientiert einsetzen. Den großen Nutzenpotentialen stehen nicht minder große Investitionen ins eigene Haus.

Die Branche des Holzhaus- und Innenausbau steht heute vor einem ähnlichen „Quantensprung“ wie einst die Uhren- und Automobilindustrie (zu Zeiten der ersten asiatischen Exportoffensive).

Heute drücken außereuropäische Wettbewerber wieder mit zunehmend qualitätsgleichen Produkten zu Tiefpreisen die Renditen unserer ganzen Branche in den Keller. Und doch flüchten hierzulande noch Banken und Investoren wenn die Holzindustrien um Hilfe nachfragen.

Dabei ist die neue 21. Jahrhundert-Technologie dieser Branche längst entwickelt, - nur die überalterten Branchenstrukturen verhindern die effiziente Nutzung. Denn bisher erfolgreiche Systeme stellen sich nicht selbst in Frage, auch wenn sich die Zeiten und Bedingungen ändern.

Wie damals die Uhrenindustrie, so steht heute der Holz- und Innenausbau vor der Schicksalsfrage „change or die“.

Die diesjährige Veranstaltung in Meran ist eine eindeutige Antwort auf diese Probleme. Alle, die den Weg hierher gefunden haben, wollen den Aufbruch unserer Branche im 21. Jahrhundert mitgestalten!

Lassen Sie mich mit diesem Vorwort übergehen auf die erlebten und gemachten Erkenntnisse und Erfahrungen der InVIDO GmbH, der ich als gesellschaftende Geschäftsführerin mit vorsetze.

Das Unternehmen InVIDO

Die Gründung der InVIDO GmbH erfolgte im Dezember 1996 mit der Eintragung in das Handelsregister.

Nach Abschluss der Vorleistungen zur Entwicklung und technischen Umsetzung der dem InVIDO - Konzept zugrundeliegenden Fertigungstechnologie erfolgte im Jahre 2000 die Marktfreigabe.

Die Gesellschaft beschäftigt derzeit 40 Mitarbeiter in Festanstellung und 10 freie Mitarbeiter.

Schwerpunkt des **InVIDO - Konzeptes** war weltweit erstmals die Realisierung einer industriellen Einzelfertigung (Losgröße 1) in Serie für frei konfigurier- und gestaltbare Möbel und Möbelteile nach Kundenwunsch mit schneller Verfügbarkeit zu marktgerechten Preisen.

Kernstück des Fertigungskonzeptes ist dabei das von InVIDO entwickelte markt- und aufgabenorientierte Softwaresystem mit modularer Benutzeroberfläche und intelligenter Bausteinlogik, basierend auf einem eigenen Softwarekern.

In bisher verfügbaren Konstruktionsprogrammierungen waren bislang nur Kombinationsmöglichkeiten von Ergebnisprodukten berücksichtigt. Im Vergleich dazu bietet die InVIDO - Software ein regelbasierendes und offenes Kombinationssystem auf Basis einer variablen Programmierlogik, die nach Abschluss von Veränderungen lediglich noch eine Plausibilitätsprüfung automatisch durchführt.

Allen Mitarbeitern des InVIDO-Teams war damals klar, dass sie nicht die einzigen waren, die versuchten, die grundsätzliche Machbarkeit eines Technologie- und Effizienzsprunges - trotz gegenteiliger Generalmeinung in der Branche - als fachliche Herausforderung im Praxisversuch nachzuweisen.

Im Groben waren uns die Schwierigkeiten bekannt, die richtige "roadmap" für eine profitable und qualitätsgerechte neue Gesamtwertschöpfungskette zu ermitteln.

Ende Juli 1999 scheint unserem InVIDO-Team der Durchbruch gelungen zu sein. Am 23.7. konnte der Wirtschaftsminister Sachsens den offiziellen Beginn der Herstellung von "Möbelunikaten in Serienfertigung" bekannt geben. In einer Feierstunde würdigte er den erfolgreichen Abschluss des Projektes als "Technologiestart ins 21. Jahrhundert"

Eine Schrankwand, die sich der Minister zu Beginn seines Besuches am Computer selbst zusammengestellt hatte, wurde ihm nach knapp einer halben Stunde bereits als fertiges Produkt präsentiert (diese wurde eine Spende für den örtlichen Kindergarten).

Damit scheint u.E. auch, dass die Fa. InVIDO die erste Etappe eines Technologiewettlaufs gewonnen hat. Die Betonung legen wir bei InVIDO bewusst auf "scheint", da das alles entscheidende Kriterium - der Sprung in die Profitabilität - von außen heute noch schwer nachprüfbar ist und sich erst im weiteren Verlauf der Entwicklung erweisen wird.

Weltweit sind heute bereits eine ganze Reihe Teams in der Lage, eine solche Demonstrationsproduktion aufzubauen. Bisher wäre nur keiner in der Lage, dabei auch den theoretischen Produktivitäts- und Rentabilitätssprung bei gleich bleibender Qualität im Dauerbetrieb zu sichern.

Aktuelle vorliegende Beispiele aus verschiedenen Studien sind ein anschaulicher Beleg dafür, welche große Erkenntnislücken hier im Bereich des richtigen Zusammenspiels der neuen Systemelemente (über die ganze Wertschöpfungskette) noch existieren.

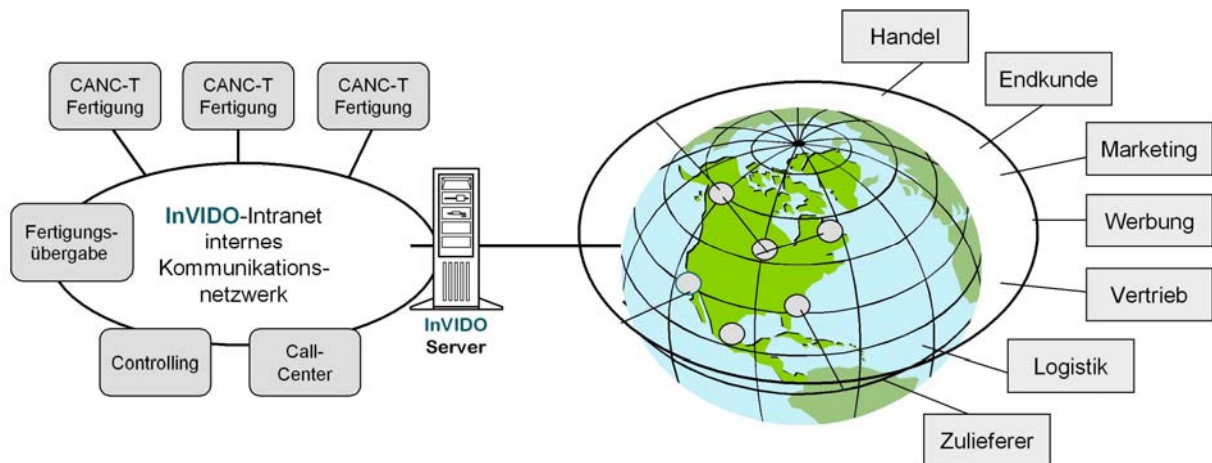
Allen oben angestellten Überlegungen zum Trotz ist zunächst festzustellen, dass das InVIDO-Team erfolgreich war. Damit ist das Grundsatzziel und der Ausgangspegel, die prinzipielle Machbarkeit für klassische Branchenprodukte nachzuweisen bzw. diese Praxisversuche vorzubereiten - von InVIDO erbracht worden.

So erübrigen sich alle bereits entwickelten Vorstellungen, wie ein Praxistest zur Übertragbarkeit auf andere Branchen praktisch anzugehen ist - es gibt ihn inzwischen durch InVIDO belegt und es macht keinen Sinn, so fortzufahren als gäbe es ihn noch nicht.

Viel wichtiger erscheint uns die Frage, wie nun mit der hier inzwischen entwickelten Kompetenz unter den neuen Bedingungen umzugehen ist, damit KMU's und Arbeitsplätze nicht nur dieser Branche nicht von einer 21. Jahrhundert-Technologie "hinweggespült" werden, sondern mit den von InVIDO inzwischen erarbeiteten Erkenntnissen ebenfalls so schnell wie möglich in die Lage versetzt werden, technologie-tauglich für das 21. Jahrhundert zu werden!

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist mit dem Produktionsstandort in D. 09366 Niederdorf und der stetigen Weiterentwicklung ergänzender Softwarebausteine die Grundbasis des InVIDO - Konzeptes geschaffen.

Das Konzept selbst basiert auf einem **hochinnovativen vernetztem Kunden- und Fertigungskonzept** (siehe Grafik 1), bei dem sowohl der Handel wie auch der Kunde direkt in die Produktgestaltung mit einbezogen wird und seine Möbelstücke selbst entwerfen, in höchster Qualität fertigen und mit kurzen Terminen liefern lassen kann.



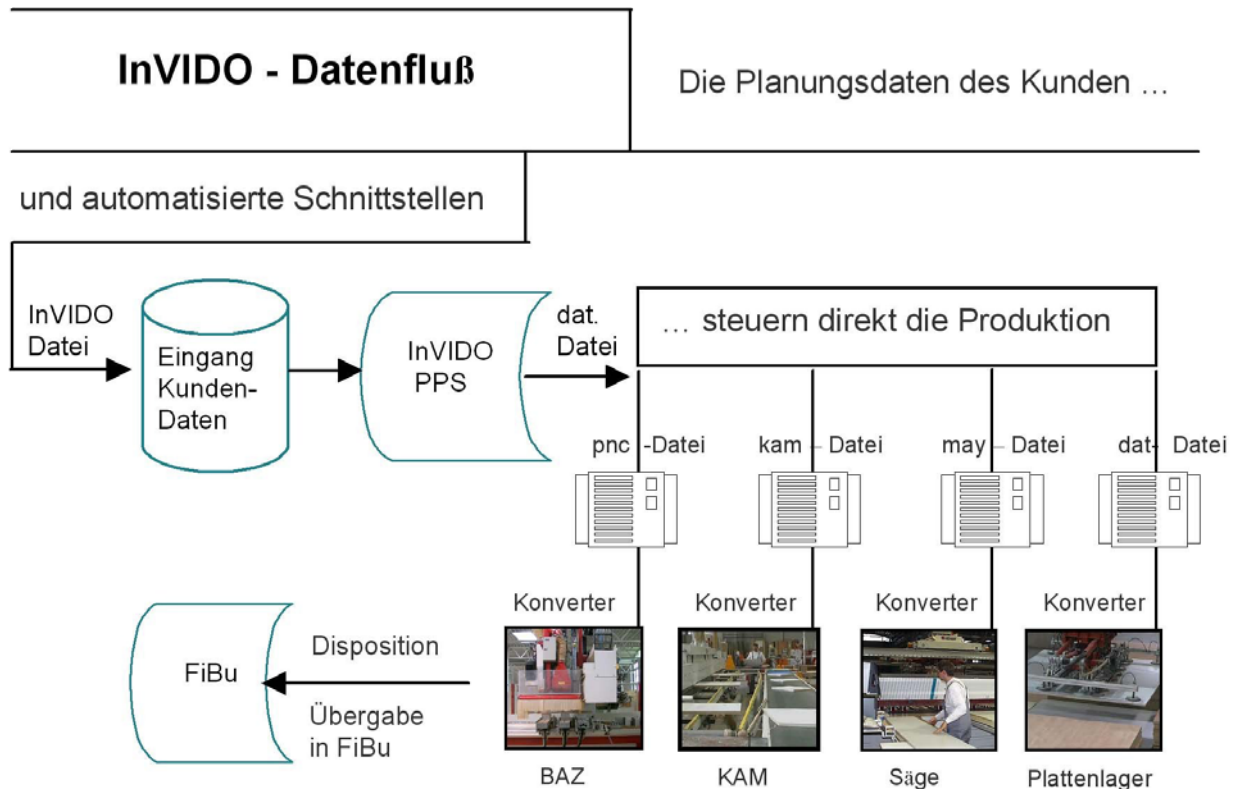
Grafik 1

Basis des InVIDO-Konzeptes bildet die **intelligente Fertigungstechnologie**, bei der die vom Kunden mit Hilfe einer Planungssoftware (CD-ROM) erzeugten Daten direkt mit den automatisierten Fertigungsprozessen verbunden werden.

Die technische Umsetzung dieser Zielsetzung basiert auf einem konsequenten und durchgängigen Produktionssteuerungssystem im InVIDO - Werk.

Der Kunde kann somit jedes Möbel im gewünschten Millimetermaß sowie in verschiedenen Oberflächenausführungen (von Dekor, Echtholz furnier oder Lack) selbst erstellen und auf einer dreidimensionalen Oberfläche mit allen gewünschten Accessoires detailliert betrachten, wobei gleichzeitig bei jeder Veränderung die aktuellen Preise angezeigt werden.

Wenn der Kunde beim Möbelhändler oder dem Tischler den angezeigten Preis akzeptiert, kann online sofort ein Auftrag an die Fertigungsstätte bei InVIDO erteilt werden, die sodann – unter Ausnutzung der technischen und wirtschaftlichen Vorteile – diese individuellen Möbel fertigt (Siehe dazu Grafik 2).



Grafik 2

Zudem hat der Kunde, der z.B. bei seinem Schreiner oder Tischler das Möbel in Auftrag gibt, nach wie vor das Gefühl, das Möbelstück „beim Schreiner um die Ecke“ mit persönlicher Betreuung erworben zu haben.

Das InVIDO-Prinzip

Die **Produktsortimente** von InVIDO umfassen die Erstellung von maßgenauen Schrank- und Regalelementen für nahezu alle Raumbereichen einschließlich der Erstellung von Sondermöbeln wie Büro- und Ladeneinrichtungen.

Ausgehend von den gestalterischen Möglichkeiten der Planungssoftware verfügt InVIDO somit über eine serielle Unikatfertigung, bei der Individuallösungen schnell und einfach umgesetzt werden.

Durch konsequente Weiterentwicklung der InVIDO - Softwarebausteine wird in Kürze auch die Möglichkeit zur freien Gestaltung maßgenauer Möbel für Wandschrägen geschaffen.

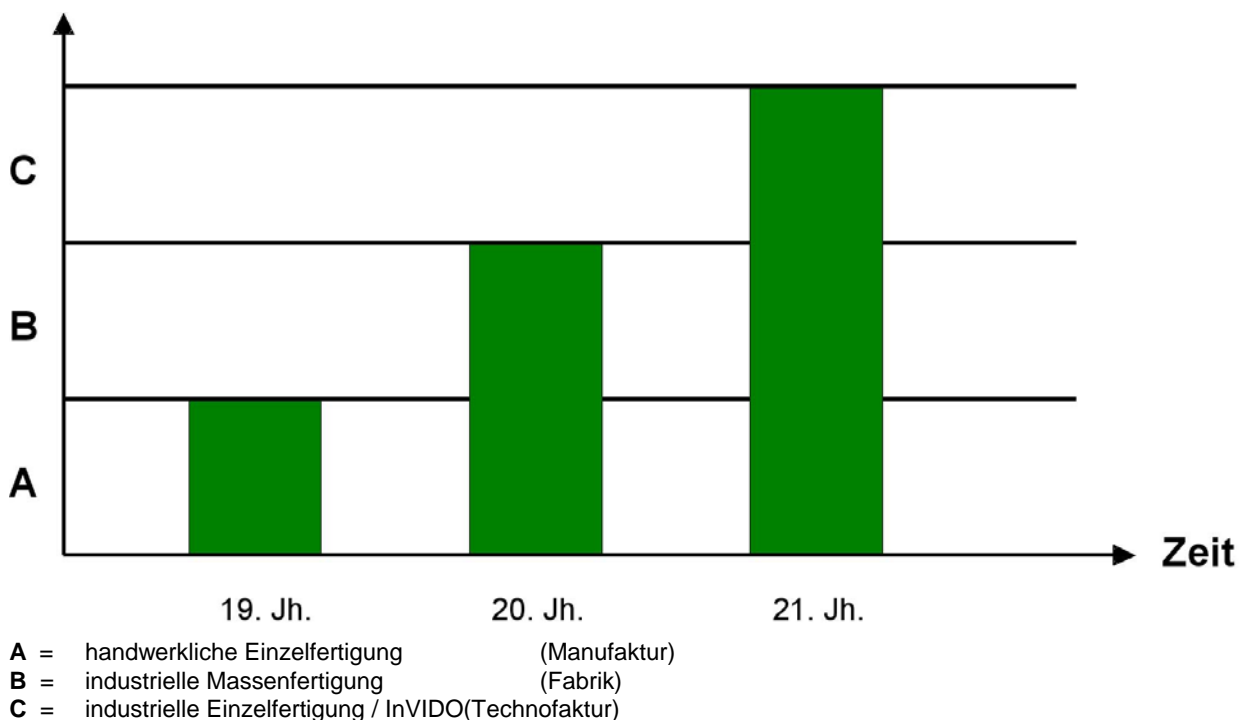
Mit dem durch Gestaltungsvielfalt und hoher Fertigungsqualität gekennzeichneten Produktsortiment positioniert sich InVIDO im gehobenen bis mittleren Preissegment.

Für eine geradlinige **Vertriebsstrategie** werden für alle Absatzkanäle voneinander getrennte Produktnamen mit eigenständiger Softwareoberfläche, Layout und Gestaltung eingesetzt.

Die Softwareprogramme von InVIDO sind im Möbelfachhandel unter dem Markenlabel „InVIDO Design your Design“ und im Handwerksbereich für Tischler/Schreiner unter dem Markenlabel „InVardo Innovation im Handwerk“ im Einsatz.

Eine neue Softwareversion unter eigenständigem Markenlabel „InQuino“ für den Absatzmarkt des Holzfachhandels folgte zum Jahresende 2003.

InVIDO hat damit einerseits ein System geschaffen, kostengünstig und schnell im automatisierten und vernetzten Durchlauf auf hohem **Technologie-Niveau** (siehe Grafik 3) völlig variabel Möbel zu produzieren und andererseits individuelle Kundenwünsche mit besonders hohem Nachhaltigkeits-Effekt zu erfüllen.



Grafik 3: Technologie-Niveau

Zudem versteht sich InVIDO als zukunftsfähige Alternative zum traditionellen Wegwerf-Konzept des größten Teils der heutigen Möbelwirtschaft, die so offensichtlich in einer Sackgasse steckt.

Dazu wird der „Sustainability“-Gedanke branchenspezifisch heruntergebrochen und zur Neugestaltung der eigenen Wertschöpfungskette neu durchdekliniert.

Produkt

Nicht mehr auf Verdacht produzieren, - Kunde stellt vom Fachverkäufer assistiert sein genau gewünschtes Produkt zusammen („Design your Design“)

Fertigung

CAD/CAM-Konzept mit neuartiger innovativer Software, (Technofaktur), ökologisch orientierte Fertigung, Ökodesign-Konzept, entwickelt gemeinsam mit der Hochschule für Kunst und Design Burg Giebichenstein

Service

Produktlebensdauer-Verlängerung durch neugestaltetes Frontplatten-Wechselprogramm, Bodenständiger Kundenkontakt durch InVIDO - Serviceheft (periodische Checks für follow-up services)

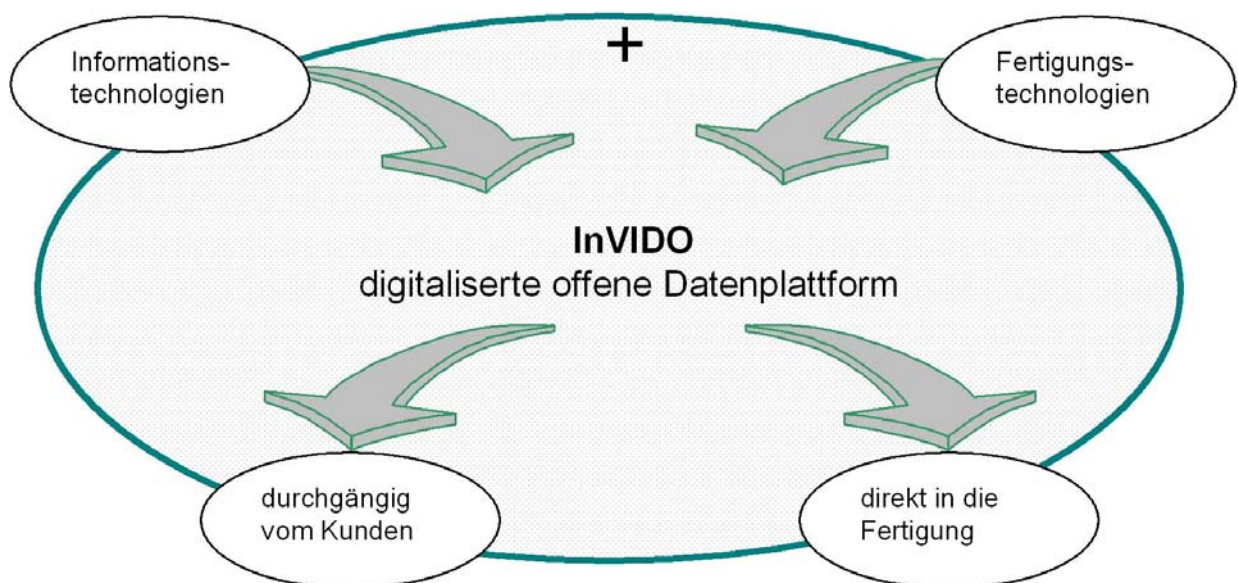
Produktlebensende

Keine Entsorgung als Abfall/Sperrmüll; Produkt erfüllt Anforderungen der AltholzV – verkaufbar an örtliche Brennstoffhändler (InVIDO – Altmöbel - Dividende)

Standort

InVIDO arbeitet nach den Grundsätzen einer ökologisch und ethisch orientierten Unternehmensführung mit vielfältig engen Standort-Kontakten.

Mit den im Vorgang bewusst sehr technologischen Ausführungen habe ich darauf abgezielt, Ihnen die Bedeutung einer vernetzten Fabrik- und Fertigungssteuerung als durchgängige Lösung darzustellen, wie sie bei InVIDO eingesetzt wird, um für das digitale Zeitalter gerüstet zu sein.



Grafik 4

Sie werden nun Fragen, was ist eine digitale Fabrik und was ist der Unterschied zur digitalen Produktion?

Als digitale Fabrik bezeichnen wir unsere Planungsumgebung, die alle Prozesse in unserem Unternehmen abbildet, um die Fertigung zu planen, zu verifizieren und zu optimieren. Die digitale Produktion ist dagegen ein Steuerungsinstrument, sie vernetzt und unterstützt unsere Produktion mit digitalen Systemen.

Als Unternehmen der Zukunft werden wir immer gefordert, uns in Märkten zu etablieren, die hinsichtlich der Herausstellung von Alleinstellungsmerkmalen der Produkte einen strategischen Erfolgsfaktor gegenüber der Konkurrenz und dem Wettbewerber ermöglichen. Eine optimale Vernetzung und Gestaltung der Produktionssysteme erfordert Gestaltungs- und Strukturierungsansätze, die ein starke Integration von Markt- und Kundenorientierung als Ausgangspunkt besitzen und in der Erschließung neuer Geschäftsfelder im Bereich der Produktverifizierung nach Kundenanforderungen Wachstumspotentiale erschließen lassen.

Unsere Branche hat zwar die Bedeutung solcher Lösungen erkannt, nutzt die Ansätze aber erst wenig. Oft fehlt verständlicherweise die Kompetenz, einzeln vorhandene digitale Instrumentarien durchgängig zu verknüpfen und das Zeit- und Kostensparpotential entlang der gesamten Wertschöpfungskette auszunutzen. Für Zurückhaltung sorgt auch immer wieder der Umstand, dass viele IT-Lösungen nicht zusammenpassen, wie aus unseren eigenen Erfahrungen bekannt. Zudem wurden wir von Anbietern sehr oft mit Funktionalitäten erschlagen, die wir gar nicht benötigten.

Die InVIDO-Nutzen-Formel

Die Voraussetzung für einen überlegten Einstieg in die Welt des Internets und E-Bussines ist ein maßvolles Vorgehen. Wir hatten daher in den Anfängen eine sehr einfache und wirkungsvolle Anforderungsanalyse erstellt, die wir in drei Hauptgruppen unterteilten, um uns nicht in ein unüberschaubares **Internet-Abenteuer** zu stürzen. Die Hauptgruppen wurden nach Nutzungsgrad, Einsatzbereiche und Nutzwert in nachstehender Tabelle festgeschrieben.

Nutzungsgrad <i>Wie nutzen wir das Internet ?</i>	Einsatzbereiche <i>Welche Prozesse wollen wir abdecken ?</i>	Nutzwert <i>Was bringt uns der Einsatz tatsächlich ?</i>
Nur Internetanschluss/ E-Mail Ja / Nein	Elektronische Kommunikation und E-Mail Ja / Nein	Produktivitätssteigerungen Ja / Nein
Nur eigene Homepage Ja / Nein	Elektronische Beschaffung Ja / Nein	Reduzierung Organisationskosten Ja / Nein
Homepage mit Bestellfunktion Ja / Nein	Elektronischer Vertrieb B2B Ja / Nein	Kürzere Lieferzeiten Ja / Nein
Vernetzung mit Geschäftspartner Ja / Nein	Kundenpflege / CRM Ja / Nein	Umsatzsteigerung Ja / Nein
Geschäftsprozesse über das Netz steuern Ja / Nein	Elektronischer Vertrieb B2C Ja / Nein	Reduzierung Beschaffungskosten Ja / Nein
Dynamisch Online Ja / Nein	Mobile Anwendungen Ja / Nein	Reduzierung Vertriebskosten Ja / Nein
		Reduzierung Lagerkosten Ja / Nein

Der Nutzungsgrad, die Einsatzbereiche und der Nutzwert lt. vorstehender Tabelle stellen sich heute für InVIDO wie folgt dar.

Der vorhandene Internetanschluss (= Vernetzung mit der „Aussenwelt“) wird für die klassische Kommunikation im Internet und Intranet genutzt. Dies gilt für alle Absatzschienen im B2C- und im B2B- Bereich. Zudem nutzen unsere Partner das Internet für jegliche Art von Warenorder.

Die Homepages unserer verschiedenen Absatzgruppen stellen weiterhin eine aktive Informationsplattform für angeschlossene Partnerbetriebe und Endkunden dar.

Im B2B-Partnerweb befinden sich ebenso „Stück“ - Produkte und Dienstleistungen, wie Werbung, PR- und Seminarangebote und sonstige Informationen des Servicebereiches.

Einfach nur ein Internetanschluss und E-Mail genügen aber heute nicht mehr. Der Hauptnutzungsgrad der angeschlossenen InVIDO-Partner liegt demnach in der „dynamischen Online Nutzung“ durch Bereitstellung verschiedener Software-Tools, die den Kunden in die Lage eines Co-Produzenten versetzen. Sprich, mit den Softwarelösungen von InVIDO wird er zugleich Besitzer einer eigenen virtuellen Möbelproduktionsstätte und löst Online nur noch seine gewünschten Produktionsprozesse aus.

Die Vorteile für InVIDO liegen dabei in der direkten, unmittelbar variablen Verarbeitung aller vom Kunden erstellten und via Internet gelieferten Fertigungsinformationen für einen optimierten Produktionsprozess.

Mit dieser „dynamischen Online-Nutzung“ ermöglichen wir die Abkehr von Massenprodukten jeglicher Art (auch Stück-Produkte genannt, wie z.B. Bücher, Bekleidung, Serienmöbel, etc.) und bieten ausschließlich nach Kundenwunsch individuelle Einzelprodukte via Internet an, die hier geordert und direkt von uns in der automatisierten Produktion erzeugt werden können.

Ein vollautomatisch integriertes Warenwirtschaftssystem überträgt zudem sofort x-beliebige Datensätze an Zulieferfirmen für deren CNC-Maschinen, wie z.B. Glas – und Metallbauer für die notwendigen Materialdispositionen. Alle Material- und sonstigen Warenzulieferungen erfolgen an unser Unternehmen per Just in Time.

Mit diesem sehr aufwendigen und durchgängigen Ablaufsystem verkürzen wir zudem die Lieferzeiten für variable Produkte extrem und garantieren Fertigungszeiten von fünf bis maximal fünfzehn Arbeitstagen in Abhängigkeit der Materialausführung.

Auch angeschlossene Logistikbetriebe erfahren unmittelbar, wann, wohin und in welchem Umfang eine Auslieferung zu erfolgen hat. Der Kunde erhält einen verbindlichen Liefertermin bereits mit seiner Bestellung und kann damit seine weitere Ablauforganisation bis hin zum gewünschten Montagetermin beim Endkunden frühzeitig verplanen.

Der so skizzierte Vertrieb via Internet zeigt uns per heute hohen Nutzwert und größere Flexibilität bei der Kundenansprache rund um die Uhr. Er löst sozusagen einen Doppel-Effekt aus. Zum einen werden Abläufe durch die schlankere Organisationen beschleunigt und die Produktivität unseres Unternehmens wird gesteigert, zum anderen beschert uns das Engagement im E-Business deutliche Umsatzsteigerungen. Wir erzielen heute nahezu 100% unseres Umsatzes via Auftragseingang per Internet.

Den großen Nutzungspotenzialen stehen aber nicht minder große Herausforderungen gegenüber. So müssen wir im E-Business als aktive Unternehmer kontinuierlich auf dem laufenden bleiben. Wettbewerb, Kostendruck und Lieferantenanprüche fordern immer anspruchsvollere Lösungen.

Die Folgen des E-Commerce

Betrachten wir nun abschließend das klassische **Internet und E-Commerce** für die Branche des Holz- und Innenausbaus oder der Möbelindustrie.

Soweit erkennbar, ist die Branche des Holz- und Innenausbaus angewiesen auf eine Umgebung, die relativ wohlhabend (nicht reich) ist und die individuelle Produkte benötigt und schätzt. Diese Kulturbindung kann innerhalb der wohlhabenden Ländern sehr wohl zu unterschiedlichen Diffusionsverläufen führen.

Bei der Bewertung des Technologieeinsatzes im Worldwideweb ist daher die Produktauswahl zur Individualisierung von Lebensstilen ein entscheidenderer Erfolgsfaktor. Hierzu zählen wir alle Produkte mit ausgeprägt hohen Variabilitätsmöglichkeiten, die es sinnvoll erscheinen lassen, ein qualitatives Wachstum in den bisherigen Massenmengenmärkten zu generieren.

Wenn wir erfolgreich unter diesen Bedingungen agieren möchten, dürfen wir uns nicht als "Bedarfsdecker" verstehen, sondern müssen einen individualisierten multipolaren Verbraucher ansprechen.

Schon als Folge der weiteren globalen Arbeitsteilung dürfte es bald keinen Sinn machen, z.B. chinesischen oder indischen Anbietern in Massensegmenten das Geschäft per Online-Shopping streitig machen zu wollen.

Unsere Hochlohnstandorte erfordern die Orientierung auf die Hochpreis-Marktsegmente kundenindividueller Produktion (wie sie heute in der technologischen Entwicklung adäquat ist). Nur innovative Produkte und Prozesse - möglichst eng am/mit dem Kunden entwickelt, können sich auf übervollen Märkten halten und wachsen.

Es ist daher verständlich, wenn die Meinungen über den **Stellenwert des Internets** in unserer Branche heute (noch zu Beginn einer solchen epochalen Entwicklung) weit auseinandergehen.

Die einen verweisen auf die aktuelle Orientierung des E-Commerce auf andere, passgerechtere Produkte im Bankwesen, der Tourismus- oder Musikbranche.

Sie können sich für den Holz- und Innenausbau nur vorstellen, dass hier der Nutzen bei orientierenden Erstinformationen, bei Produkt-, Preis- und Bezugsvergleichen liegt, glauben aber, dass das "Anfassen" des Produktes nicht dadurch ersetzt werden kann.

Andere uns bekannte Unternehmen (Serienhersteller) setzen ganz auf die virtuelle Vermarktung und setzen die ganze Breite von Multi-Media dafür ein. Vertreter dieser Konzepte glauben an den parallel erfolgenden Wandel der Kundenbedürfnisse in Richtung einer virtuellen Einkaufswelt.

Aus der Tatsache, dass ca. 60% der Kunden in die großen Einkaufspaläste gehen, weil sie aus einem größeren Angebot wählen möchten, schließen sie, dass eine gute Multi-Media-Präsentation (unzählig vieler Modellvarianten) die bisherige Absatzbarriere kleiner Anbieter und Händler durchbrechen kann (ohne besondere Mehrkosten).

Das virtuelle Einkaufen kann bei einer Tasse Kaffee stattfinden, oder der Händler gibt dem Kunden die CD-ROM mit nach Hause.

Es wird daher erwartet, dass auch in den nächsten Jahren zunächst die professionellen Internetnutzer im Business-to-Business - Sektor schneller wachsen als die privaten - ein wenig auch in Abhängigkeit von den noch relativ hohen Kosten der Nutzung.

Für die Zukunft gewappnet sein

Ein brisantes Problem für den Holz- und Innenausbau wird die Frage aufwerfen, ob der bisher weitgehend durch politische Lobbyarbeit abgeblockte Fabrikverkauf jetzt via Internet, also über die elektronische Hintertür, ins Land kommen kann (Factory Outlet).

Ob der Direktkauf mit Hilfe des Internets für den Endkunden wirklich attraktiver ist als der Kauf beim Fachpartner, erscheint zumindest lt. vereinzelter Aussagen von Möbelverbänden fraglich.

Schließlich sorgen sie doch mit ihren gut strukturierten Verbänden und ihrer aggressiven Einkaufspolitik schon für äußerst günstige Verbraucherpreise, die beim Online-Shopping kaum zu unterbieten sein dürften.

Wenn das das einzige Argument ist - dann sind Zweifel angebracht, ob es dem Effizienz-Sog des neuen Technologiekonzeptes lange standhält.

Nach unseren heutigen Erkenntnissen sei ein wichtiger Aspekt abschließend hervorgehoben:

Durch das Internet werden keine neuen Märkte geschaffen! Die Zahl der Kunden bleibt auch bei alternativen Handelsmethoden wie E-Commerce gleich ("Nullsummenspiel").

Es wäre aber für alle Beteiligten in Meran sicherlich interessant zu untersuchen, wie sich eine solche rationellere Kundenbetreuung per Saldo in Arbeitsplätzen und Qualifikationsanforderungen auswirkt, um darauf - als demokratische Bürgergesellschaft - reagieren zu können.