



Die Wüste lebt: Herforder Unternehmer und Manager blicken gen Südosten, auf unserem Foto (v.l.) Wolfram Jacob (Arbeitsgeberverband), Klaus Brinkmann, Bankkaufmann Eckhard Schunck (Hypovereinsbank, als Gast), Andreas Peter, Gero Frommholz und Dr. Philip Maloney (Poggenpohl). FOTO/FOTOMONTAGE: FRANK-MICHAEL KIEL-STEINKAMP

Im Wüstensand liegt der Gewinn

Herforder Firmen am Golf: Was Frommholz, Poggenpohl und Brinkmann für Erfahrungen machen

VON HARTMUT BRAUN

■ Kreis Herford. In die Wüste geschickt hat Gero Frommholz sich selbst schon zum zweiten Mal. Die gleiche Wüste ist Schuld daran, dass der Premium-Küchenbauer Poggenpohl zur Zeit eine ziemlich gute Auftragslage hat. Mode-Unternehmer Klaus Brinkmann hat seinen ersten Wüstenritt zwar noch vor sich, sein Unternehmen ist dort jedoch schon längst angekommen.

Drei Unternehmen aus dem Herforder Land, drei Konzepte im Umgang mit den Märkten im mittleren Osten: Im MARTa war gestern ein „arabischer Tag“ angesagt. Abends verwandelte sich das Haus in einen „Souk“ voller orientalischer Genüsse, tagsüber gaben die Firmen Frommholz Polstermöbel, Poggenpohl Küchen und Brinkmann/Bugatti Antworten auf die Frage: Was treibt Herforder Unternehmen in die Wüste?

Veranstalter des Programm-Mix aus Info und Unterhaltung waren Arbeitgeberverband und Industrie- und Handelskam-

mer. Adressaten waren Herforder Mittelständler. Die interessierten sich in größerer Zahl.

Dass derzeit in Dubai und Abu Dhabi, in Oman und Saudi Arabien in der Folge der Wirtschaftskrise der heiße Boom spürbar abgekühlt ist, schreckte weder Referenten noch Zuhörer. Man ist sich sicher, dass es eine Zeit nach der Krise gibt – und dafür will man vorbereitet sein.

Poggenpohl, in der Herforder Wirtschaft ein Vorreiter der Globalisierung, ist schon seit mehr als 20 Jahren mit einem Partner in Mittelost vertreten. Doch auch für die Export-erfahrenen Küchenmöbler war es ein weiter Weg, ehe die ersten Großaufträge in Herford eintrafen, wie Poggenpohl-Mann Dr. Philip Maloney berichtete.

Der Vor-Ort-Partner ebnete den Herfordern den Weg ins Objektgeschäft: Einige luxuriöse Apartment-Landschaften werden seit einigen Jahren, zu einem kleinen Teil, mit Poggenpohl-Küchen eingerichtet. Maloney betont eindringlich die Bedeutung des örtlichen Akteurs: „Wir möchten dort nicht ohne

Trotz Krise nach Dubai

◆2011 wird der geplante „german business park“ in Dubai zur Verfügung stehen – als Operationsbasis vor allem für kleine und mittlere Unternehmen. Dagmar Abdelatif, General Manager dieses Zentrums, rief Herforder Unternehmen auf der Veranstaltung im MARTa dazu auf, die Dienste dieser Einrichtung bei der Markterschließung zu nutzen.

Partneragieren“. Inzwischen haben die Herforder es geschafft, ihre Qualitäten als Hersteller von „Luxus-Küchen für einen Luxusmarkt“ ins rechte Licht zu rücken: Maloney beziffert den Marktanteil bei Küchen-Importeuren auf 50 Prozent.

Doch auch Poggenpohl hat bislang Erfolg nur bei Großobjekten – der Einzelverkauf von Luxusküchen wie Plusmodo, Segmento oder Porsche-Küche steht noch in den Anfängen. Immerhin plant man ein zweites Studio in Dubai und ein erstes in Abu Dhabi.

◆Auch wenn die Emirate von der Wirtschaftskrise überdurchschnittlich betroffen sind, empfiehlt Deutsche-Bank-Experte Alexander Schütz deutschen Unternehmen, sich dort aktuell zu engagieren. Nach seiner Einschätzung wird die Wirtschaft in Dubai die Krise nutzen, sich nachhaltiger und stabiler aufzustellen. *hab*

Am Anfang steht in Dubai auch der Polstermöbel-Hersteller Frommholz (Spenge). Gero Frommholz war als Student zu Beginn des Jahrzehnts erstmals an den Golf gereist. „Damals sind wir sehr blauäugig an die Sache herangegangen“, erinnert er sich. Es gab keine Präsenz am Ort, keinen qualifizierten Agenten – nach drei Jahren zog man sich wieder zurück.

2007 nahm der Spezialist für hochwertige Sitzmöbel neuen Anlauf – diesmal mit einem Partner, Messeauftritten an deutschen Gemeinschaftsständen

und besonderen Stoffkollektionen, die auf den Geschmack der dortigen Luxuskunden zugeschnitten waren. Auch Frommholz hofft vor allem auf große Objekt-Aufträge aus Hotels oder Unternehmen – doch bislang vergeblich. „Es platscht so vor sich hin“, stellt Gero Frommholz fest.

300.000 Euro Umsatz ist für die Brinkmann-Gruppe (238 Millionen Euro) nicht viel. Doch für die bisher zwei Bugatti-Shops in Dubai ist das kein schlechtes Volumen. Klaus Brinkmann ist sicher, dass er am Golf in den dortigen Super-Malls noch deutlich mehr Bugatti-Produkte verkaufen kann – gerade weil Bugatti keine Luxusmarke ist. 2003 hatten die Brinkmänner den ersten Shop in der Boom-Metropole eröffnet – und Geschmack daran bekommen.

Bis Ende 2010 werden neun Shops in Betrieb sein und zugleich zeigt Bugatti sich im Oktober erstmals auf einer Modemesse in Abu Dhabi. Die Wüste lebt. Gut möglich, dass noch mehr Herforder demnächst dienstlich an den Golfreisen.