

Ausgabe 05/2004

Bad Honnef, 22. Juni 2004

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

die Ausbildungsabgabe ist tot, es lebe der Ausbildungspakt. Wirtschaftsminister Clement hat sich gegen seinen Parteichef Müntefering durchgesetzt, gewonnen hat aber vor allem die Vernunft. Denn eine mit dem Rechenschieber gezogene Lehrstellenquote hätte die Wettbewerbsfähigkeit unserer Betriebe im internationalen Vergleich weiter geschmälert.

Ein Unternehmen der Holzindustrie mit 100 Beschäftigten und fünf Azubis hätte danach jährlich 14.500 Euro zahlen müssen, ein Mittelständler mit 20 Mitarbeitern und einem Azubi wäre immerhin mit rund 3.000 Euro dabei gewesen. Sicher wäre ein großer Teil dieses Geldes vom bürokratischen Apparat seiner Eintreiber sinnlos wieder aufgefressen worden, und genau so sicher hätte die Umlage keine neuen Lehrstellen geschaffen. Ausbildung muss sich am Bedarf der Betriebe orientieren und die Qualifikationen der Jugendlichen berücksichtigen, sonst findet sie nicht statt.

Der „Nationale Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs in Deutschland“ stellt das duale Ausbildungssystem auf den Prüfstand und sichert seine Zukunftsfähigkeit. Der Pakt ist nicht einklagbar, er ist aber verbindlicher und weit reichender als frühere Ausbildungsoffensiven, denn er enthält über Appelle an die Unternehmen hinaus auch Zusagen von Politik und Arbeitsverwaltung. Die mit Fördermitteln unterstützten Betriebspraktika, der „Kompetenzcheck“ für nicht vermittelte Bewerber und eine gezieltere Steuerung von Angebot und Nachfrage sind sinnvolle Instrumente, die sowohl den Jugendlichen als auch den ausbildenden Betrieben eine Perspektive geben.

Jetzt steht die deutsche Wirtschaft im Wort, jährlich 30.000 neue Ausbildungsplätze zu schaffen. Auch wir, die Betriebe der Holz- und Möbelindustrie, sind aufgerufen, unseren Beitrag dazu zu leisten. Dafür brauchen wir keine Quoten und keine Zwangsabgaben, sondern wir tun es im eigenen Interesse: Wer jungen Menschen eine Chance gibt, verschenkt keine Almosen, sondern investiert in die Zukunft unserer Branche und seines eigenen Unternehmens.

Betriebe, die heute nicht ausbilden, riskieren ihre Wettbewerbsfähigkeit, weil ihnen morgen Fachkräfte fehlen. Und jeder Jugendliche, der aus der Schule in die Arbeitslosigkeit entlassen wird, kommt Wirtschaft und Gesellschaft teuer zu stehen. Wenn ein Unternehmer nicht ausbildet, geschieht dies nicht aus Mangel an Verantwortung, sondern vor allem aus zwei Gründen: Erstens gibt es für eine ganze Reihe von zukunftsorientierten Jobprofilen keine Lehrberufe. Dies gilt besonders im Umgang mit Hochtechnologie, die schon längst Einzug auch ins Handwerk gefunden hat.

Der zweite und entscheidende Grund ist die fehlende Qualifikation vieler Bewerber für anspruchsvolle Ausbildungsgänge. Ein Mittelständler kann es sich nicht leisten, seinen Lehrlingen elementarste Grundkenntnisse der Mathematik und der deutschen Sprache beizubringen. Er ist darauf angewiesen, dass sie schnell an die betrieblichen Anforderungen herangeführt werden und produktiv mitarbeiten können. Unmotivierte Bewerber mit schlechten Noten sind dagegen nicht nur eine negative Erfahrung, sondern eine Belastung und ein Risiko gerade für kleine Betriebe.

Viele Bewerber suchen vergeblich nach einem Ausbildungsplatz, weil ihnen die Schule die nötigen Grundlagen nicht vermittelnen konnte. Hier ist der Hebel anzusetzen, sollen die Chancen für solche Jugendlichen steigen, die bisher leer ausgegangen sind. Eltern und Lehrer können ausbildungsunwilligen Betrieben die Argumente nehmen, indem sie Jugendliche richtig auf den Start ins Berufsleben vorbereiten. Denn die „Quelle aller Trefflichkeit“, das wusste schon der antike Lehrmeister Plutarch, „ist eine wohlgeordnete Erziehung.“

In diesem Sinne grüßt Sie herzlich

Ihr

Dirk-Uwe Klaas

P.S.: In dieser Ausgabe finden Sie die Eckpunkte des Ausbildungspaktes als Zusammenfassung

Inhalt

Die wirtschaftliche Lage der deutschen Holz- und Möbelindustrie von Januar bis April 2004	2
Die Möbelindustrie auf dem Vorjahresniveau	3
Die wirtschaftliche Lage der Kunststoffindustrie von Januar bis April 2004	3
Ifo-Geschäftsclima im Mai	3
Eckpunkte des Ausbildungspaktes	5
Neuer Anlauf für den Ausbildungsberuf „Einrichtungsmechaniker“	5
Tarifrunde 2004 nahezu abgeschlossen	6
Communiqué EU-Möbelindustrie geplant	6
EU-Erweiterung	6
VDM-Pressereise 2004 zu Rauch Möbelwerken und den Vereinigten Spezialmöbelfabriken	7
VDM-Design-Pressereise	7
Seminar für Presse- und Öffentlichkeitsarbeiter in der Holz- und Möbelindustrie	7
Der 9. Deutsche Trendtag in Hamburg	8

Die wirtschaftliche Lage der Holz- und Möbelindustrie von Januar bis April 2004

Nach der negativen Umsatzentwicklung in den ersten zwei Monaten des Jahres und dem Umsatzplus im März kam es im April erneut zu einem leichten Umsatzanstieg der Gesamtbranche um 2,8 Prozent. In der Summe der ersten vier Monate betrug der Umsatz der deutschen Holz- und Möbelindustrie 12,3 Mrd. Euro und somit 400 Mio. Euro oder 3,2 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Diese Umsatzsteigerung war zum Teil auch auf die höhere Anzahl von Arbeitstagen in den ersten vier Monaten des Jahres 2004 zurückzuführen. Zum Vergleich: Im entsprechenden Vorjahreszeitraum betrug der Umsatzrückgang noch 3,4 Prozent.

Nach wie vor wird der Umsatzanstieg vor allem vom Holzgewerbe mit plus 2 Prozent im Januar, plus 5,4 Prozent im Februar, plus 16,9 Prozent im März und plus 5,4 Prozent im April getragen. Das kumulierte Ergebnis für die Monate Januar bis April lag bei 5,1 Mrd. Euro und somit um 400 Mio. Euro oder um 7,8 Prozent höher als in den ersten vier Monaten des Vorjahrs.

Alle Sparten des Holzgewerbes bis auf die Holzveredelung mit minus 1,3 Prozent verzeichneten in den ersten vier Monaten des Jahres 2004 positive Wachstumsraten. Besonders ausgeprägt war der Umsatzanstieg bei den Holzverpackungen (+ 11,9%), bei den Holzwerkstoffen (+ 11,1%), bei den Sägewerken (+ 9,9%) und bei den Kork-, Flecht- und Korbwaren (+ 8,6%). Unter durchschnittlich – wenn auch deutlich positiver als im Vorjahr – entwickelte sich der bau nahe Bereich (+ 4,5%). Das positive Auslandsgeschäft trug wesentlich zum guten Ergebnis bei den Holzwerkstoffen bei.

Der gestiegene Umsatz wurde mit einer geringeren Zahl von Betrieben bzw. Beschäftigten erwirtschaftet, was für die gestiegene Auslastung spricht. Die durchschnittliche Zahl der Betriebe im Holzgewerbe betrug von Januar bis April 1.492 und somit 5,9 Prozent weniger als ein Jahr zuvor. Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten sank im gleichen Zeitraum weniger deutlich um 4,6 Prozent auf 86.095 Arbeiter und Angestellte.

Die Möbelindustrie auf dem Vorjahresniveau

Für die Möbelindustrie verliefen die ersten vier Monate des Jahres weniger zufriedenstellend: Nach deutlichem Umsatzrückgang von 6,2 Prozent im Januar und 4,1 Prozent im Februar und einem Umsatzanstieg von 8 Prozent im März stieg das Ergebnis im April geringfügig um 0,9 Prozent. Das kumulierte Ergebnis für die Monate Januar bis April entsprach mit 6,8 Mrd. Euro exakt dem Vorjahreswert. Demnach haben sich die positiven Erwartungen der Möbelindustrie vom Jahresanfang nicht bestätigt, vielmehr ist von einer Umsatzstagnation für das Gesamtjahr 2004 auszugehen.

Dabei entwickelten sich die einzelnen Teilsarten der Möbelindustrie von Januar bis April durchaus unterschiedlich. Die Hersteller von Küchenmöbeln konnten dank der günstigen Entwicklung bei den Baugenehmigungen einen Umsatzanstieg von 2,6 Prozent vermelden. Auch die Matratzenhersteller lagen mit plus 1,3 Prozent im positiven Bereich. Bei den Herstellern von Büro- und Ladenmöbeln sank der Umsatz dagegen um 6 Prozent und bei den Herstellern von Wohn-, Ess- und Schlafzimmermöbeln um 2,5 Prozent. Für die Sparte Sitzmöbel weist das Statistische Bundesamt einen Umsatzanstieg von 2,4 Prozent aus, wobei die amtliche Statistik die konjunkturelle Entwicklung der Branche durch die Einbeziehung der Kraftfahrzeugsitze systematisch verzerrt. Der vom HDH berechnete Konjunkturindex der Polstermöbelindustrie weist für die ersten vier Monate einen Umsatzrückgang um 9 Prozent aus.

Die negative konjunkturelle Entwicklung der letzten drei Jahre führt zu einem zeitlich verzögerten Abbau von Betrieben und Arbeitsplätzen. Die Zahl der Betriebe in der Möbelindustrie ging im Durchschnitt der ersten vier Monate im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 8,2 Prozent auf 1.206 Betriebe zurück. Ein ähnlicher Trend zeigte sich bei der Beschäftigtenzahl, die sich um 8,5 Prozent auf durchschnittlich 129.439 Arbeiter und Angestellte reduzierte.

In der Anlage finden Sie eine Übersicht über die wirtschaftliche Entwicklung der Branche von Januar bis April 2004.

Die wirtschaftliche Lage der Kunststoffindustrie von Januar bis April 2004

Für die Hersteller von Kunststoffwaren fiel der Umsatzanstieg im April 2004 mit einem Plus von 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat zwar geringer aus als im März, entsprach jedoch dem Durchschnitt der ersten vier Monate. Der kumulierte Branchenumsatz betrug von Januar bis April 14,3 Mrd. Euro und somit rund 600 Mio. Euro mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

Die Hersteller von Platten und Folien aus Kunststoff erwirtschafteten mit plus 6,2 Prozent den höchsten Zuwachs der Branche. Die Hersteller von Baubedarfsartikeln und die Verpackungshersteller konnten ihren Umsatz um jeweils 5,4 Prozent, die Hersteller sonstiger Kunststoffwaren um 2,3 Prozent steigern.

Die Zahl der Betriebe in der Kunststoffindustrie blieb mit 2.804 registrierten Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten nahezu unverändert (- 0,1%). Die Zahl der Beschäftigten sank im gleichen Zeitraum um 0,7 Prozent auf 278.707 Arbeiter und Angestellte.

In der Anlage finden Sie ebenfalls eine Übersicht über die wirtschaftliche Entwicklung von Januar bis April 2004.

Ifo-Geschäftsklima im Mai

Die Hoffnungen auf eine rasche Belebung der Konjunktur in der Holz-, Möbel und Kunststoffindustrie erlitten nach Ergebnissen des jüngsten Ifo-Konjunkturtests vom Mai zum zweiten Mal in Folge einen kräftigen Dämpfer. Vor allem die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung verschlechterte sich in allen drei Teilbranchen dramatisch und rutschte zum ersten Mal seit Juli 2003 in den negativen Bereich. Auch die aktuelle Geschäftslage wird von der überwältigenden Mehrheit der Unternehmen als negativ eingestuft, wobei diese pessimistische Einschätzung in der Möbelindustrie besonders ausgeprägt ist. Im Mai 2004 schätzten 6 Prozent der Möbelhersteller ihre Geschäftslage als gut, 40 Prozent als befriedigend und 54 Prozent als schlecht ein. Zum Vergleich hatten vor einem Jahr noch 2 Prozent der Möbelhersteller die Geschäftslage als gut, 34 Prozent als befriedigend und 64 Prozent als schlecht beurteilt. Auch für die Zukunft lassen sich keine positiven Signale ableiten: bot die

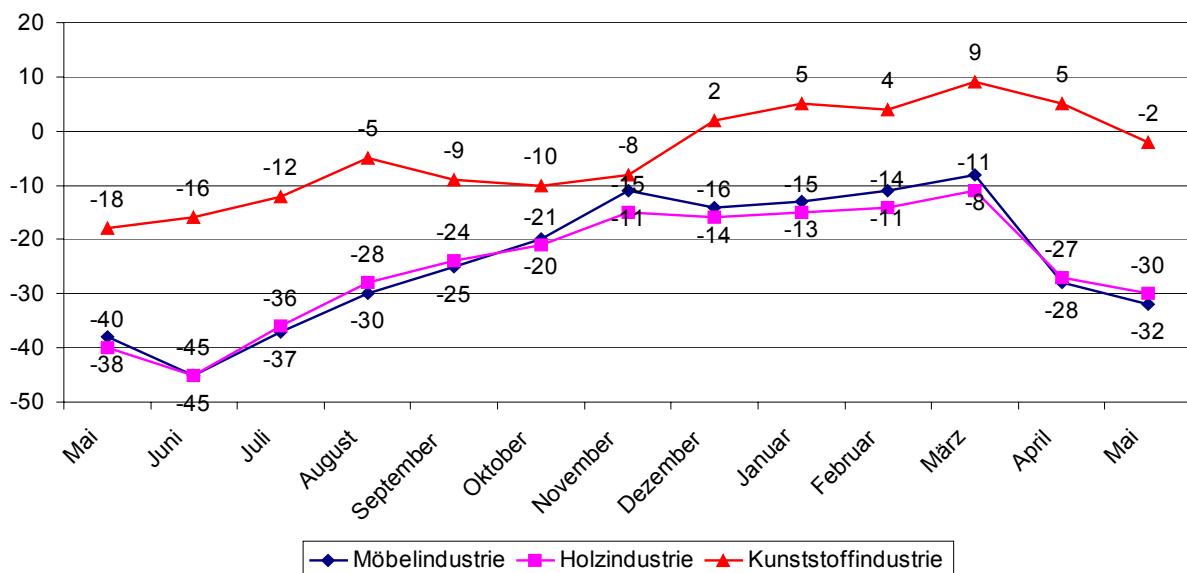
erwartete Geschäftsentwicklung für die nächsten sechs Monate bereits vor einem Jahr kaum Anlass zum Optimismus, wird diese jetzt lediglich von 15 Prozent als gut, von 55 Prozent als befriedigend und von 30 Prozent als ungünstig eingestuft. Positive Signale gehen derzeit allenfalls vom Exportgeschäft aus: 20 Prozent der Unternehmen glauben an ein steigendes, 65 Prozent an ein stabiles und nur 13 Prozent an ein rückläufiges Auslandsgeschäft.

Die Ergebnisse des Konjunkturtests für die gesamte Holzindustrie stimmen im wesentlichen mit denen für die Möbelindustrie überein, so beurteilen nur 6 Prozent der

Unternehmen der Holzindustrie ihre Geschäftslage als gut, 41 Prozent als befriedigend und 53 Prozent als schlecht. Im Vergleich zum sehr schwachen Vorjahresmonat hat sich die Beurteilung somit geringfügig verbessert: im Mai 2003 waren es entsprechend 2, 34 und 64 Prozent. Etwas besser schätzen die Geschäftslage die Unternehmen der Kunststoffindustrie ein: 11 Prozent betrachten sie als gut, 66 Prozent als befriedigend und 23 Prozent als schlecht. Hier hat sich die Einschätzung im Vergleich zum Vorjahresmonat allerdings verschlechtert: damals waren es entsprechend 7, 66 und 27 Prozent.

Die Entwicklung des aggregierten Ifo-Geschäftsklimaindex in den letzten 12 Monaten ist dem Schaubild zu entnehmen.

Ifo-Geschäftsklimaindex in der Holz- und Kunststoffindustrie 2003/2004



Eckpunkte des Ausbildungspaktes

Die umstrittene Ausbildungsplatzabgabe ist vorerst vom Tisch. Am 16. Juni 2004 unterzeichneten Wirtschaftsminister Clement und Bildungsministerin Bulmahn für die Bundesregierung sowie die Präsidenten der Wirtschaftsverbände DIHT, BDA, BDI und ZDH den „Nationalen Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs in Deutschland“. Nachfolgend die wichtigsten Eckpunkte dieser freiwilligen Vereinbarung:

Kernpunkt ist die verbindliche Verpflichtung der Wirtschaft, während der dreijährigen Dauer des Paktes jährlich 30.000 neue Ausbildungsplätze einzuwerben. Zusätzlich sollen jährlich 25.000 Betriebspрактиka für Berufseinsteiger angeboten werden, deren Unterhaltskosten von der Bundesagentur für Arbeit bezuschusst werden. Die Bundesregierung wird die Zahl ihrer eigenen Ausbildungsplätze in der Verwaltung im Jahr 2004 um 20 Prozent erhöhen.

Der Vermittlungsprozess wird optimiert. Über ein Callcenter werden bereits vermittelte Jugendliche herausgefiltert, Kammern und Agenturen für Arbeit tauschen ihre Daten aus. Unvermittelte Bewerber werden persönlich eingeladen, um ihnen ein geeignetes Ausbildungsbereich machen zu können. Falls erforderlich, wird mittels eines „Kompetenzchecks“ ein Eignungsprofil für die Berufsausbildung des einzelnen Jugendlichen erstellt. Die aktive Mitwirkung der Jugendlichen wird vorausgesetzt: Wer zu den Terminen nicht erscheint, wird aus dem Kreis der Bewerber ausgeschlossen.

Als Brücke in die Berufsausbildung bietet die Wirtschaft zunächst in einigen Schlüsselbranchen eine sechs- bis zwölfmonatige „Einstiegsqualifizierung“ mit Kammerzertifikat an. Die Qualifizierung kann auf die Dauer einer späteren Ausbildung ange rechnet werden.

DIHK und ZDH als Organisationen der regionalen Kammern setzen 800 zusätzliche Ausbildungsplatz-Werber ein. Verstärkt werden ausländische Unternehmen sowie Selbstständige und deren Verbände angesprochen. Die Wirtschaft engagiert sich außerdem bei der überregionalen Vermittlung von Jugendlichen. Die Bundesagentur für Arbeit unterstützt diese durch „Mobilitätshilfen“.

Der Pakt richtet sich auch an die öffentlichen Einrichtungen. Als entscheidend für seinen Erfolg werden die allgemeinbildenden Schulen und die Schnittstelle Schule/Beruf betrachtet. Die Länder stehen in der Verantwortung, die hohe Zahl an Schulabgängern ohne Abschluss zu verringern und die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen wie Schreiben, Lesen und Rechnen besser zu gewährleisten. Eine intensivere Kooperation der Betriebe und der Berufsbildungsträger wird angestrebt. Dazu bietet die Wirtschaft den Einsatz von fachkundigen „Mentoren“ aus der betrieblichen Praxis an.

Neuer Anlauf für den Ausbildungsberuf „Einrichtungs monteur“

Die Möbelbranche sieht zusätzlichen Ausbildungsbedarf. Nicht vornehmlich in der Industrie – dafür aber im Handel und bei den Möbelspeditionen. Dies ist das Ergebnis einer Gesprächsrunde beim Bundesinstitut für Berufsbildung Ende Mai. Es geht um den neu zu schaffenden Ausbildungsberufs „Fachkraft für Küchen und Möbel service“ – auch bekannt unter dem Namen „Einrichtungs monteur“. Dieser Beruf stand bereits im Jahr 1997 zur Debatte, ist damals allerdings an verschiedenen Widerständen gescheitert. Jetzt soll ein neuer Anlauf genommen werden.

Ausgebildet werden sollen Fachkräfte, die nicht nur Möbel montieren können, sondern zudem in der Lage sind, die Montage planerisch vorzubereiten und mit anderen Serviceleistungen wie z.B. Elektro- und Wasseranschlüssen zu kombinieren. Küchenmontage aus einer Hand, könnte ein Schlagwort sein. Aber auch andere Planungs- und Montage aufwändige Möbel sind im Focus. Die Ausbildung richtet sich damit in erster Linie an den Handel, der – laut BVDM – dringend solche Fachkräfte benötigt. Doch auch das Möbel speditionsgewerbe hat starkes Interesse an der Ausbildung. In der Industrie könnte ein solcher Lehrberuf eine sinnvolle Ergänzung sein. Der VDM unterstützt die Schaffung dieses neuen Berufsbildes, weil damit ein sinnvoller Schritt im Kampf gegen Reklamationen unternommen werden kann. Bis Ende Juni müssen sich noch das Schreiner handwerk und die IG Metall als anzu hörender Sozialpartner positionieren. Läuft alles glatt,

könnten die ersten Azubis ab dem Herbst 2006 ausgebildet werden.

Tarifrunde 2004 nahezu abgeschlossen

Die diesjährige Tarifrunde für die Holz- und Kunststoffe verarbeitende Industrie ist nahezu abgeschlossen. Wie bereits berichtet, gab es ausgehend von einer IG Metall-Forderung von 3 Prozent für 12 Monate einen ersten richtungsweisenden Abschluss in Baden-Württemberg, wo Lohn- und Gehaltssteigerungen von 1,5 Prozent für 13 Monate vereinbart wurden.

Dieser erste Abschluss für die Branche wurde bestätigt durch die weiteren Abschlüsse in Westfalen-Lippe, Nordrhein, Niedersachsen und Berlin-Brandenburg, wo ebenfalls eine Entgelterhöhung von 1,5 Prozent bei einer Laufzeit von hier 12 Monaten vereinbart wurde. Ende Mai kam es dann zusätzlich zu einer Einigung für das Tarifgebiet Bayern, wo nach einem Leermonat die gleiche Steigerung von 1,5 Prozent vereinbart wurde. In Thüringen einigten sich Arbeitgeber und Gewerkschaft auf eine Einmalzahlung von 30 Euro für die Monate April und Mai und danach auf einen Entgeltanstieg von 1,5 Prozent. Der jüngste Abschluss in Rheinland-Pfalz von Mitte Juni sieht einen Leermonat und eine Einmalzahlung von 40 Euro für einen weiteren Monat und danach die bekannte Steigerung von 1,5 Prozent vor.

Ausnahme in Sachen Tarifabschluss stellt Sachsen dar, wo nach 4 Nullmonaten und einer Einmalzahlung von 50 Euro eine Entgelterhöhung von 1,5 Prozent für 14 Monate ausgehandelt wurde. Abweichungen gab es auch bei der NRW-Polstermöbelindustrie, die sich auf einen 25monatigen Abschluss mit zwei Mal 1,5 Prozent nach einer Einmalzahlung für zwei Monate einigte.

Communiqué EU-Möbelindustrie geplant

Der Europäische Möbelverband UEA (Union Européenne De L'Ameublement) steht in Verhandlungen mit der Europäischen Kommission für ein Communiqué zur Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Möbelindustrie. Solche Communiqués erstellt die Kommission relativ selten und wenn, dann

nur für solche Branchen, die sich besonderen Herausforderungen gegenüber sehen. Die ist zweifellos der Fall bei der Europäischen Möbelindustrie.

Ökonomische Schwierigkeiten in vielen Ländern in Kombination mit nachlassender Nachfrage und zunehmender Konkurrenz durch (Billig-) Importe aus Osteuropa oder Asien führen zu enormem Anpassungsdruck. Auch wenn die EU-Kommission an diesen Rahmenbedingungen nur bedingt etwas ändern kann, so könnten eine genaue Analyse des Ist-Zustandes und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen für die Branche insgesamt nützlich sein. Ein ähnliches Instrument für die Textilindustrie vor einigen Jahren hat zumindest EU-Gelder für konkrete Projekte (z.B. Exportunterstützung) freigesetzt. Dies könnte der EU-Möbelindustrie z.B. in Amerika oder Asien vielleicht helfen, ein paar Türen zu öffnen.

EU-Erweiterung

Am 1. Mai sind zehn neue Mitgliedstaaten (Polen, Tschechien, Ungarn, Slowenien, Slowakei sowie die drei baltischen Staaten Estland, Lettland und Litauen und die Mittelmeerstaaten Malta und Zypern) der EU beigetreten. Der Beitritt wurde mit Festakten in ganz Europa gewürdigt. Die Aufnahme der zehn neuen Staaten markiert die bisher größte Erweiterung der Union. Auf die Gründung der Gemeinschaft (EWG) durch sechs Gründerstaaten (Frankreich, Deutschland, Italien und die drei Benelux-Staaten) im Jahre 1957 waren zunächst folgende Erweiterungen gefolgt:

- 1973: Dänemark, Irland und Großbritannien,
- 1981: Griechenland,
- 1986: Spanien und Portugal,
- 1995: Österreich, Finnland und Schweden.

Mit dem Beitritt übernehmen die neuen Mitgliedstaaten den Gesamtbestand des Europäischen Rechts (acquis communautaire). In einer Reihe von Bereichen gelten allerdings Übergangsfristen. Vor der Einführung des Euro müssen die neuen Mitgliedstaaten zunächst die „Maastricht-Kriterien“ erfüllen. Dies wird erst nach einem längeren Konvergenzprozess der Fall sein und selbst von den am weitesten fortgeschrittenen Staaten erst

mittelfristig erreicht werden können. Als erstes Beitrittsland könnte Estland 2006 die Euro-Einführung erreichen. Während sich die neuen Mitgliedstaaten teilweise durch überdurchschnittliche Wachstumsraten auszeichnen, weisen sie vielfach noch erheblich defizitäre Haushalte und trotz des wirtschaftlichen Aufschwungs nur langsam sinkende Arbeitslosenzahlen auf.

VDM-Pressereise 2004 zu Rauch Möbelwerken und den Vereinigten Spezialmöbelfabriken

Mitte Juni fand die diesjährige große VDM-Pressereise statt. Ziel der 24-Stunden-Veranstaltung waren zwei der bedeutendsten und namhaftesten Möbelhersteller in Deutschland: die Rauch Möbelwerke in Freudenberg/Main und die Vereinigten Spezialmöbelfabriken in Tauberbischofsheim, die im Schul- und Büromöbelsektor tätig sind.

17 Journalisten nahmen teil, u.a. Vertreter der FAZ, des Deutschlandfunks, der Nachrichtenagenturen dpa und ap, der Schwäbisch-Hall-Zeitschrift „house and more“, des Fernsehmagazins „Prisma“ in Köln, der Tageszeitungen Rheinische Post, Main-Post, Nürnberger Zeitung, Mannheimer Morgen, Südwest Presse, Stuttgarter Zeitung und WAZ sowie der Branchenpresse, die mit Möbelmarkt, möbel kultur und EUWID vertreten war.

Am Pressegespräch nahmen neben den führenden Vertretern beider Unternehmen auch der Hauptgeschäftsführer unseres Landesverbandes Baden-Württemberg, Jürgen Bock, und VDM-Hauptgeschäftsführer Dirk-Uwe Klaas, teil.

Erste Berichte von der Pressereise sind bereits erschienen, der FAZ-Artikel vom 21. Juni 2004 liegt hier in Kopie bei, eine Mediendokumentation über die Ergebnisse der Reise (erscheint im August) kann mit beiliegendem Bestellbogen angefordert werden.

VDM-Design-Pressereise

Am 20. und 21. Juli findet unter dem Titel: „Produkt – Profil – Marke - Chancen für die Möbelbranche?“ erstmals eine eigene Design-Pressereise des VDM statt. In München wird zunächst der Hersteller Classi-

Con in seinem neuen Gebäude besucht. Bei ClassiCon dreht sich alles um edle Klassiker, berühmte Designer und Geheimtipps am Designerhimmel. Ein solcher Geheimtipp – nämlich Markus Benesch – wird den Anwesenden beim gemeinsamen Abendessen als Gesprächsteilnehmer zur Verfügung stehen. Am zweiten Tag werden verschiedene Handelshäuser in München besucht. Darunter Focus-Wohnen, Böhmler-Möbel und Lebensart. Als ausgezeichnetes Beispiel aus der Textilbranche wird auch das Unternehmen „Off & Co“ besucht. Abschließend rundet ein Vortrag vom Trendexperten Hans-Gerd Asshauer des Deutschen Modeinstitutes das Programm ab. Eingeladen sind Journalisten der Fach- und Designpresse.

Seminar für Presse- und Öffentlichkeitsarbeiter in der Holz- und Möbelindustrie

HDH und VDM bieten in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutscher Fertigbau den Presse- und Öffentlichkeitsarbeitern innerhalb der Holz- und Möbelindustrie am Dienstag, 20. Juli 2004 von 10 bis 17 Uhr in der Geschäftsstelle in Rhöndorf das Seminar „Medienrecht für Unternehmen“ an.

Als Referent steht Ulrich Hermanski aus Düsseldorf zur Verfügung. Er beherrscht als Rechtsanwalt und Journalist die Thematik und kennt die Probleme aus Sicht des Praktikers auf beiden Seiten. Herr Hermanski war unter anderem Bonner Korrespondent für die Nachrichtenagentur dpa sowie Leiter des Landesdienstes Nordrhein-Westfalen der Nachrichtenagentur ddp. Sein Arbeitsschwerpunkt als Anwalt ist das Presse- und Medienrecht. Zu den Inhalten des Seminars einige Stichpunkte:

- Die deutsche Medienlandschaft im Jahr 2004
- Schranken der Pressefreiheit: Grundlagen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts, Recht am eigenen Bild
- Was erwarten Journalisten von Pressestellen?
- Dürfen unerlaubt Film- und Fotoaufnahmen auf meinem Firmengelände stattfinden?



- Welchen rechtlichen Schutz genießt mein Unternehmen gegen Berichterstattung?
- Wie wehre ich mich gegen firmenschädigende und falsche Berichterstattung?
- Praxistipps für Interview, Leserbrief, Zitat
- Urheberrechte beachten – vor allem im Internet

Interessenten wenden sich bitte an Achim Hannott unter Telefon 0 22 24 / 93 77 - 31.

Der 9. Deutsche Trendtag in Hamburg

Rund 500 Gäste kamen am 13. Mai zum diesjährigen Trendtag nach Hamburg, der sich mit den Hintergründen und Folgen der "Konsumentendemokratie" auseinander setzte. Die Konsumentendemokratie beschreibt die Veränderung des Konsumverhaltens durch neue Technologien. Die Macht ist von den Produzenten auf die Konsumenten übergegangen. Diese wissen um die Produkte, die Preise, die Hersteller, die Alternativen. Mittels vernetzter Medien ergreifen sie die Herrschaft. Sie umgehen die klassischen Vertriebskanäle, tauschen untereinander Informationen aus, suchen nach den besten Angeboten und stellen sich die Produkte selbst zusammen. Diese Entwicklung wird den Trendprognosen zur Folge den Anbietern einen noch härteren Wettbewerb bescheren. Eine Zusammenfassung aller Referate finden Sie unter: www.trendtag.de.