

# Ein gutes Gespür für Holz

Solide Möbel für den Wohn- und Essbereich sind das Metier der Firma Sit aus Mönchengladbach. Modern und zugleich zeitlos sollen sie sein, doch vor allem Leuten mit Geschmack gefallen, so der Anspruch von Chef Jochen Floethe



**Jochen Floethe**, 41, ist gelernter Bankkaufmann und stieg vor 20 Jahren in das Familienunternehmen Sit Möbel ein.

„Wir sollten mal was in Erle machen!“ Als Jochen Floethe, Inhaber und Geschäftsführer von Sit Möbel, das vor gut einem Jahr seinen 25 Mitarbeitern vorschlug, waren die wenig überzeugt. Erle sei doch vollkommen out, versuchten sie den Chef zu bremsen. „Die hielten mich für verrückt“, erinnert sich der 41-Jährige und grinst.

Floethe ließ dennoch Muster anfertigen, nicht aus amerikanischer, sondern aus europäischer Erle, „die ist ausdrucksstark und kein bisschen langweilig“. Das Ergebnis seiner Ahnung, dieses Holz könne demnächst im Trend liegen, kann sich sehen lassen: „Boston“ heißt die Produktlinie, die seit September 2008 auf dem Markt ist. Sie umfasst unter anderem ein Anbauprogramm, Speisezimmermöbel und Kommoden aus massivem Erlenholz. Vertrieben werden die zeitlos schönen Stücke unter dem vor knapp zwei Jahren gegründeten Label „Sit Fine Furniture“, einer Kollektion innerhalb der Marke „Sit Möbel“. „Wir fragen uns immer: Was kommt als nächstes?“, beschreibt Floethe die Arbeitsweise seiner Firma. Um die

richtige Antwort zu finden, beschäftigt er weder Trendscouts noch lässt er teure Marktforschung durchführen. „Das ist zu fast 100 Prozent Intuition“, so der gelernte Banker, der vor 20 Jahren in die 1986 vom Vater gegründete Firma einstieg und sie seit mehreren Jahren leitet.

„Wir sind ein vergleichsweise kleines mittelständisches Unternehmen und auf unseren eigenen Riecher angewiesen.“ Der riet Floethe frühzeitig, in Programmlinien wie beispielsweise „Matrix“ auf massive, naturgeölte Eiche zu setzen, als dieses Holz noch als altmodisch galt. Doch dieses Bauchgefühl kommt keineswegs aus dem Nichts. Gespeist wird es von sehr genauer Beobachtung. „Meine Mitarbeiter und ich sind alle viel unterwegs, im In- und Ausland.“ Ideen lassen sich auf Reisen eigentlich überall finden, in Top-Hotels ebenso wie in den Flagship-Stores renommierter Modehäuser, die oft mit großem Aufwand eingerichtet werden. „Manche Dinge nimmt man dann erst wahr, wenn man sie drei oder vier Mal gesehen hat.“ So kann zum Beispiel eine Wandvertäfelung oder ein Parkett aus

Mooreiche, das plötzlich in vielen schicken Läden liegt, zu dem Gedanken führen, dieses Material auch selbst zu verarbeiten. Ein Designer-Team in Deutschland setzt dann die Ideen von Floethe und seinen Mitarbeitern in konkrete Entwürfe um. Heraus kommen moderne, geradlinige Stücke, die edel wirken, ohne dabei die Welt zu kosten.

„Wir sind keine Künstler und keine Philosophen. Wir sind Möbellieferanten“, stellt Floethe klar. Deshalb sollen seine derzeit zehn verschiedenen Massivholz-Produktlinien auch „designmäßig nicht überzogen“, sondern zeitlos sein und eine solide Wertigkeit besitzen. Seine Hauptkunden seien Familien mit eigenem Heim, die zwar nicht über unbeschränkte Geldmittel, dafür aber über reichlich Geschmack verfügen. Erhältlich sind die Tische und Stühle, Bänke, Schränke, Sideboards oder Anbausysteme von Sit „nicht an jeder Ecke“, darauf legt Jochen Floethe Wert. Seine Partner sind große Möbelhäuser und Einzelhändler.

Besonders erfolgreich ist das Label „Sit Fine Furniture“, an dem sein Herz hängt. Präsentiert wird es mit einem „Shop-im-Shop“-Konzept, für das es bereits 89 Partner gibt. „Der Umsatz liegt bei 2500 Euro pro Quadratmeter Ausstellungsfläche pro Jahr“, sagt Floethe mit Stolz, das sei knapp drei Mal so viel wie sonst üblich. Sorgen, dass die

derzeitige Wirtschaftskrise sich auf die gesamte Branche auswirken könnte, hat der Sit-Chef nicht: „Unser Geschäft läuft wirklich gut.“ Grund dafür könnte auch der derzeit viel beschriebene Trend zum Homing sein – die Menschen gehen weniger aus, bleiben lieber zu Hause, machen es sich dort gemütlich und verabreden sich in den eigenen vier Wänden. „Da ist was dran“, bestätigt Floethe, „in der Krise besinnen sich viele Menschen auf Werte wie Freundschaft, Familie oder ein schön gestaltetes Zuhause.“

Und weil beim Homing auch jüngere Leute mitmachen, hat Sit gerade ein neues Label für einen jüngeren Kundenkreis geschaffen. „Sit For Young“ heißt es und bietet teilmassive Möbel an, von denen einige zum Mitnehmen und selbst Zusammenbauen verkauft werden. Damit wird Floethe auch seinem eigenen Ziel gerecht: „Unsere Aufgabe ist es, Trends zum richtigen Zeitpunkt zu besetzen.“



**Cooler Design, sinnliches Holz** – das ist Programm bei Sit: Highboard aus der Serie Max, Wildeiche, 2400 €. Sideboard aus der Serie Boston, Erle, 999 €. Die Kommode, Serie New Mexico, kostet 499 €.

Text: Susanne Kohl. Adresse ab Seite 85

