

HEIBAD

# Ideenreich und flexibel (fast) am Ziel



**Reinhard Schmidpeter,  
Geschäftsführer von  
Heibad**

Badmöbelhersteller sind vielleicht mehr noch als andere Hersteller auf die Ausstellungen und die Beratungsleistungen der dort tätigen Mitarbeiter angewiesen. Dass gerade der Weg in die Ausstellungen des Großhandels für Neueinsteiger nicht leicht ist, davon kann Reinhard Schmidpeter, Geschäftsführer von Heibad, aus den Erfahrungen der vergangenen 8 Jahre berichten.

Seit einigen Monaten, vielleicht begünstigt durch die Vorkommnisse in verschiedensten Unternehmen der Badmöbelbranche, öffneten sich aktuell wichtige Türen von Großhandelsunternehmen für das Familienunternehmen.

„3-stufig bundesweit bei verschiedenen Großhändlern vertreten zu sein, das ist aber nur ein Zwischenziel. Wir sind jetzt mehr denn je gefordert, unsere Leistungsfähigkeit in diesen sicher spannenden Zeiten, gerade für Badmöbelproduzenten, unter Beweis zu stellen, schätzt Schmidpeter die eigene Situation nüchtern ein. „Wir wollen keinesfalls aber nur Exklusiv-Lieferant einer Gruppe sein. Wir sind sicher aktuell interessant mit unserer Leistung für alle Großhandelsgruppen. Dies zeigt auch schon die Liste unserer derzeitigen Handelspartner.“

Das Unternehmen sieht sich dem angestrebten Vertriebsziel dennoch einen entscheidenden Schritt näher. „Jetzt wo die Chance gegeben ist, wollen wir diese



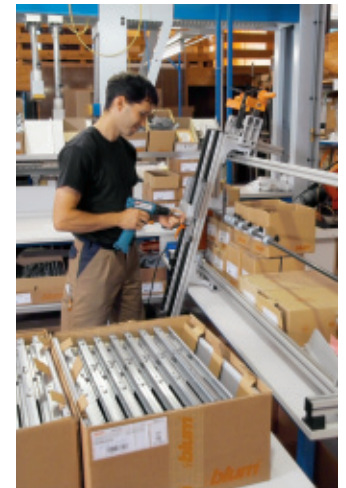
**Die Fertigung ist mit modernster Technik ausgestattet**

auch nutzen. Dass wir marktgerechte Produkte produzieren und dennoch die Flexibilität eines mittelständischen Familienunternehmens besitzen, konnten wir auch in den vergangenen Jahren immer wieder unter Beweis stellen“, argumentiert der Unternehmer. Hierfür hat Heibad in den letzten Jahren viel investiert, dies ist in der Produktion nachvollziehbar sichtbar. Denn die Strategie, Qualität zum akzeptablen Preis anbieten zu können, davon will man nicht abgehen. Verschraubte

Rückwände, deutsche Beschläge und hochwertige Spiegel nennt uns Schmidpeter beispielhaft als Beleg für seine Aussage.

## Investitionen in Menschen und Maschinen

Schmidpeter führt weiter aus: „Wir wollen wachsen, müssen jedoch den Bedürfnissen und Anforderungen der Märkte gerecht werden. Hierfür geben wir die richtigen Impulse. Heibad verfügt jetzt über das Fertigungs-



Know how, sowohl auf Personal- seite als auch im Hinblick auf die technische Ausstattung. Gegen meine frühere Überzeugung, haben wir einen großen Teil unserer jüngsten 500.000 ? Investition in einen Maschinenpark investiert, um Badmöbel zeitnah in jeder gewünschten Abmessung und Form zu fertigen. Und das bis hin zur Stückzahl „1“.

Diese Art der Fertigung braucht einen Mittler, der beraten kann, der Möglichkeiten erkennt und dies dann im Beratungs- oder Ver-

