



Plantag Coatings: In Sachen Internationalität und Leistungsportfolio breit aufgestellt

# Mehr Präsenz im DEUTSCHEN MARKT

**Plantag Coatings ist als Spezialist für hochwertige Lacke und Oberflächenqualitäten international eine der ersten Adressen. Doch über das gesunde globale Wachstum rückte der deutsche Markt etwas in den Hintergrund. Das soll sich ändern. Das Unternehmen will seine Präsenz in heimischen Gefilden erhöhen. Geschäftsführer Hanno Baumann und Vertriebsleiter Holzlacke Jürgen Rost erläutern, welche Strategien dabei greifen sollen und wie die aktuellen Herausforderungen für Lackhersteller aussehen.**

**möbelfertigung: Herr Baumann, Herr Rost, die Qualität und Vielfalt in der Möbeloberfläche steigt unaufhörlich. Welchen Anteil hat ein Unternehmen wie Plantag an dieser Entwicklung?**

**Hanno Baumann:** Einen sehr großen, denn immer wenn es um Möbeloberflächen geht, ist der Lack gefragt. Das hat in den letzten Jahren viel Entwicklungsarbeit gekostet. So musste am Zusammenspiel von Lack und Oberflächenqualität viel getan werden. Auch war es erforderlich, unterschiedliche Systeme wie UV und Wasser zu

kombinieren. Am Lackaufbau hat sich dann nochmal einiges verändert, weil aus dem Markt erhöhte Anforderungen hinsichtlich Chemikalien- und Wasserfestigkeit auf uns zukamen.

Zudem stand in letzter Zeit das Thema Kratzfestigkeit sehr im Fokus. Zusammengefasst kann man sagen: Es wurde in den letzten Jahren kräftig an der Qualitätsschraube gedreht.

**Jürgen Rost:** Darüber hinaus ging der Trend Richtung Umweltfreundlichkeit. Dieses Thema nimmt aktuell richtig Fahrt auf.

**möbelfertigung: Diese ganzen Entwicklungen sind sehr aufwendig. Wird die damit ver-**

**bundene Mehrleistung von Plantag vom Kunden bezahlt? Hanno Baumann:** Nein, leider oft nicht, denn auch unsere Kunden erhalten für ihre Möbel, zumindest solange es vergleichbare Produkte auf dem Markt gibt, nicht mehr Geld.

Der Möbelmarkt ist gesamt gesehen und in allen Wertschöpfungsschritten sehr preisfokussiert. Es gibt aber auch Kunden, die in der Werbung und im Verkauf über emotionalere Ansprachen mit Argumenten wie Wertigkeit, Lebensfreude oder Status ihre Möbelmarken positionieren, um Endverbraucher von höherer Qualität zu angemessenen Preisen zu überzeugen.

**„Wenn es im deutschen Markt um Lacke geht, wird Plantag zukünftig immer dabei sein.“**

**Jürgen Rost**

**möbelfertigung: Gibt es vor dem Hintergrund dieses Preisdrucks Konsolidierungen im Lackbereich?**

**Hanno Baumann:** Die sehe ich noch nicht. Sicher wird die eine oder andere Firma zum Beispiel den Generationswechsel nicht überstehen. Doch grundsätzlich gehen wir davon aus, sofern die hohe Zahl der Anbieter erhalten bleibt.

**Jürgen Rost:** Die Mehrzahl der Anbieter sind mittelständische Familienunternehmen, und der Markt ist wenig konzentriert. Ein Grund könnte sein, dass viele Kunden nach individuellen Lacklösungen verlangen. Die können in den Laboren und Produktionsanlagen mittelständischer Unternehmen besonders gut entwickelt und hergestellt werden. Diese Flexibilität und Kundennähe waren schon immer die besonderen Leistungsstärken des deutschen Mittelstands. Damit differenzieren wir uns von der Großindustrie.

**möbelfertigung: Welche Rolle spielt das Thema Funktionalität in der Möbelloberfläche?**

**Jürgen Rost:** Immer noch keine besonders große, wenn wir darunter Zusatzfunktionalität verstehen. Wir haben in den letzten Jahren viele Trends gesehen. Nicht alle sind erfolgreich im Markt angekommen. Zum Teil wurden sie kontrovers diskutiert: Nano war solch ein Thema.

**Hanno Baumann:** Selbst die antibakteriellen Oberflächen, die kurzzeitig in ihrem Potenzial sehr hoch eingeschätzt worden waren, werden außerhalb von Laboren und Krankenhäusern kaum noch nachgefragt. Und Themen wie „aromatisierte Oberflächen“ konnten sich überhaupt nicht durchsetzen.

**Jürgen Rost:** Natürlich spielt die Funktionalität im Sinne der Oberflächenbeanspruchung beim Fußbodenbelag eine sehr große Rolle. In diesem Maße ist das beim Möbel jedoch nicht so entscheidend.

**möbelfertigung: Plantag verfügt über ein sehr gut ausgestattetes Technikum. Welche Bedeutung hat es für das Unternehmen?**

**Jürgen Rost:** Eine sehr wichtige. Dort können wir im Haus neue Produkte praxisnah testen. Es ist unsere Versuchsbühne, auf der wir zum Beispiel verschiedene Aufbauten ausprobieren und so dem Kunden einen auf seine Bedürfnisse ausgerichteten Lack anbieten können. Im Kundenunternehmen muss für diese Testläufe kein Produktionsprozess unterbrochen werden.

**Hanno Baumann:** Unsere Kunden sind stets eingeladen, an den Entwicklungsprozessen teilzuhaben. So können wir dabei entstehende Fragen direkt beantworten oder Anforderungen umsetzen und Parameter verändern. Für unseren Anwender ist es dabei von Vorteil, dass sie sich der angestrebten Lösung – auch mal mit Abstand zu ihrem Tagesgeschäft – gemeinsam mit uns ganz widmen können.

**möbelfertigung: Welche Rolle spielt das Technikum in der Zusammenarbeit mit Hochschulen?**

**Hanno Baumann:** Eine wichtige. Plantag lebt diese Zusammenarbeit intensiv. Wir haben mit der Hochschule OWL seit Jahren eine Kooperation. Die Hochschule OWL bildet Holztechniker zum Bachelor of Engineering aus, die – begleitet von dem zuständigen Professor – in unserem Technikum in der Lackiertechnik geschult werden. Hier lernen sie an den Maschinen verschiedene Lackierverfahren wie zum Beispiel Spritzen, Gießen oder Walzen praktisch kennen.

**Jürgen Rost:** Dabei stellen wir nicht nur die Maschinen, sondern auch das Personal und natürlich den Lack.

machen uns bei den zukünftigen Ingenieuren als attraktiver Arbeitgeber bekannt.

**möbelfertigung: Herr Rost, Sie sind seit Anfang 2014 Vertriebsleiter Holzlacke von Plantag. Was hat Sie an dieser Aufgabe gereizt?**

**Jürgen Rost:** Hier stimmten die Rahmenbedingungen. So handelt es sich bei Plantag um ein erfolgreiches, inhabergeführtes Unternehmen, das seit Jahren – vor allem im Ausland – Erfolge verbucht. Zudem beeindruckten mich das breite Produktportfolio sowie die konsequente Servicestrategie. Außerdem wurde hier stets viel in das Unternehmen investiert, wobei – für mich als Vertriebler – ein besonderes Plus der Firma das eben erwähnte Technikum mit dem umfang-

„Professionelle Serviceangebote wie unser Technikum unterscheiden uns vom Wettbewerb.“

Hanno Baumann



exklusiv

>In vielen ausländischen Märkten ist Plantag ein bekannter Lieferant von Lacken. Nun wollen Hanno Baumann und Jürgen Rost das Unternehmen auch in Deutschland bekannter machen.

„Jordan Lacke hört da auf, wo Plantag anfängt.“

Jürgen Rost

**Jürgen Rost:** Für einige unserer Kunden ist genau diese Tatsache entscheidend. Sie arbeiten mit uns zusammen, weil wir diese besondere Serviceleistung bieten. In diesem Zusammenhang stellt das Technikum einen wichtigen Wettbewerbsvorteil dar.

**möbelfertigung: Warum betreibt Plantag einen solchen Aufwand?**

**Hanno Baumann:** Wir betrachten diese Kooperation als Win-Win-Situation: Die Uni kann ihren Studenten eine praxisnahe Ausbildungsumgebung bieten und wir

senden Maschinenpark darstellt. Somit hat Plantag eine gute Perspektive, um auch in Zukunft ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten.

**möbelfertigung: Gab es einen Bereich, in dem Sie Handlungsbedarf sahen?**



> Jürgen Rost und Hanno Baumann erläutern „möbelfertigung“-Redakteur Stefan Müller die aktuellen Strategien von Plantag.

**Jürgen Rost:** Plantag hat sich lange Zeit sehr auf das Auslandsgeschäft konzentriert. In der Folge ist der deutsche Markt etwas in den Hintergrund getreten. Das werden wir ändern. Unsere Marke und unsere Produkte sollten allen potenziellen Kunden bekannt sein. Wenn es um das Thema „Lack für die Möbelindustrie“ geht, wird die Marke Plantag künftig damit verbunden werden.

**möbelfertigung: Wie kam es dazu, dass ein Unternehmen, das im Zentrum der deutschen Möbelindustrie sitzt, hier nicht bekannt ist?**

**Hanno Baumann:** Wir hatten uns in den 90ern entschieden, verstärkt in den potenzialstarken Auslandsmärkten aktiv zu werden. Was auch sehr gut funktioniert hat. Dank der breiten internationalen Aufstellung des Unternehmens, aktuell sind wir in sechs Ländern mit Tochtergesellschaften und Niederlassungen aktiv, blieben wir unanfälliger für Krisen und sind auf

**„Ich rechne damit, dass unsere Produktion auch 2014 wieder deutlich steigt.“**

**Hanno Baumann**

Wachstumskurs. Es war die richtige Entscheidung zum richtigen Zeitpunkt. Heute sehen wir, dass die Plantag auf dem nationalen Markt Chancen hat und präsenter sein sollte. Dementsprechend wird nun investiert.

**möbelfertigung: Mit welcher Strategie gehen Sie den deutschen Markt nun an?**

**Jürgen Rost:** In einem ersten Schritt soll der Bekanntheitsgrad von Plantag generell erhöht werden. Deshalb sind wir auf der ZOW und der Holz-Handwerk mit relativ großen Ständen präsent gewesen. Dann tun wir einiges in Sachen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und nutzen Internetplattformen intensiver. Darüber hinaus werden potenzielle Kunden vertrieblisch verstärkt angesprochen, also unsere Präsenz erhöht.

**möbelfertigung: Gibt es besondere Herausforderungen im deutschen Markt?**

**Jürgen Rost:** Deutschland ist kein wachsender Markt für Möbel-lacke. Man kann nur über Verdrängung eigene Marktanteile erhöhen. Dafür braucht es innovative Produkte, marktgerechte Preise und das passende Servicepaket. Da die Zahl der Wettbewerber, wie gesagt, nicht abgenommen hat und nach unserer Einschätzung auch nicht wesentlich abnehmen wird, differenzieren wir uns über unsere umfassenden Serviceleistungen: Liefertreue, Entwicklungsunterstützung, Flexibilität in der Produktion – letztendlich gibt das Vertrauen des Anwenders in uns den Ausschlag. Gerade weil wir es mit einer mittelständisch geprägten Kundschaft zu tun haben.

**möbelfertigung: Welche Rolle spielt bei Ihrer Wachstumsstrategie die von Plantag übernommene Firma Jordan Lacke?**

**Jürgen Rost:** Jordan ist ein wichtiger Teil dieser Strategie, denn das Unternehmen hört beim Kundenprofil da auf, wo Plantag anfängt. Sie bedient vor allem das holzverarbeitende Handwerk: Schreiner, Tischler und Ladenbauer. Der Plantag-Kundenfokus liegt hingegen auf der Industrie. Es gibt gute Ergänzungen für die Produktentwicklung beider Unternehmen und für die technischen Services. Jordan ist in Deutschland die bekanntere Marke. Deshalb sind wir gemeinsam auf den nationalen Messen aufgetreten.

**möbelfertigung: Also bleibt die Marke Jordan erhalten?**

**Hanno Baumann:** Auf jeden Fall. Wir möchten die Marke Jordan auch international bekannter machen. Schließlich verfügt Plantag über die nötigen Strukturen, um dies zu tun. Aktuell testen wir das recht erfolgreich in Polen.

**möbelfertigung: Wie gut ist Jordan zu diesem Zeitpunkt in Plantag integriert?**

**Hanno Baumann:** Wir gehen da sehr vorsichtig vor, schließlich hat das Unternehmen seine eigene Kultur, die erhalten bleiben soll. Unsere Jordan-Mitarbeiter sollen weiterhin überzeugt und motiviert zu ihrem Unternehmen stehen können. Und wir wollen auf keinen Fall die Marke Jordan beschädigen.

**möbelfertigung: Planen Sie weitere Übernahmen?**

**Hanno Baumann:** Aktuell ist nichts geplant. Aber das heißt nicht, dass ich das langfristig ausschließen möchte. Wenn sich eine Möglichkeit ergeben sollte, die die Plantag – national wie international – voranbringt, werden wir über weitere Übernahmen nachdenken. Die Erfahrung mit der Jordan-Übernahme bestärkt uns in dieser Haltung.

**möbelfertigung: Sie waren das erste Mal auf der Holz-Handwerk. Was gab den Ausschlag zur Teilnahme?**

**Hanno Baumann:** Es ist die Leitmesse fürs Handwerk, insofern für Jordan eine ganz wichtige Veranstaltung. Zudem konnten wir uns erstmals gemeinsam dem holzverarbeitenden Handwerk präsentieren.

**möbelfertigung: Hat sich die Präsenz gelohnt und werden Sie die Messe wieder belegen?**

**Hanno Baumann:** Für Jordan auf jeden Fall. Für Plantag gab es – erwartungsgemäß – unter den Besuchern wenige Industriekunden. Uns war es wichtig, dass beide Unternehmen gemeinsam Flagge zeigen. Jordan wird auch bei der nächsten Holz-Handwerk sicher wieder vertreten sein.

**möbelfertigung: Welche möbelrelevanten Messen sind für Plantag interessant?**

**Jürgen Rost:** Wir waren in diesem Jahr erneut auf der ZOW in Bad Salzuflen.

**Hanno Baumann:** Wobei die ZOW eine Jahr-zu-Jahr-Entscheidung für uns geworden ist.

#### **möbelfertigung: Wie sieht es mit der Interzum aus?**

**Hanno Baumann:** Die Interzum ist ein wichtiger Branchentreffpunkt. Dort sind wir mehrere Tage als Besucher unterwegs. Wir treffen unsere Industriekunden, diskutieren die angekündigten Innovationen und vereinbaren Nachfolgegespräche, zum Beispiel im Plantag Technikum, um schnell für die neuen Marktanforderungen innovative Produkte bereitzuhalten.

#### **möbelfertigung: Welche anderen Messen sind interessant?**

**Jürgen Rost:** Mit Fokus auf die Fußboden- und Türenindustrie ist es die Bau in München.

**Hanno Baumann:** Auch international sind wir gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern und Niederlassungen auf Messen dabei.

#### **möbelfertigung: A propos international – welche Auslandsmärkte laufen gerade gut?**

**Hanno Baumann:** Gerade im Geschäftsjahr 2014 eigentlich alle. Osteuropa und Indien entwickeln sich überdurchschnittlich gut. Nach den Wechselkursschwankungen des letzten Jahres können wir nun

auf allen Märkten eine positive Entwicklung verzeichnen.

#### **möbelfertigung: Und in Südeuropa?**

**Hanno Baumann:** Die Länder in Südeuropa verfügen über eine eigene starke Lackindustrie. Dort sind wir nur sehr punktuell tätig.

#### **möbelfertigung: Also großer Optimismus hinsichtlich des internationalen Geschäfts?**

**Hanno Baumann:** Grundsätzlich schon, wobei das Auslandsgeschäft immer ein gewisses Risiko mitbringt. Auch im letzten Jahr hatten wir eine positive Geschäftsentwicklung, also wachsende Umsätze und Marktanteile bei den Auslandstöchtern. Die Ertragsseite sah jedoch anders aus. Währungsschwankungen, politische Konflikte, andere unbeeinflussbare Faktoren lassen sich eben nicht planerisch abfangen. Je mehr Märkte auf der Firmenlandkarte erscheinen, desto komplexer sind die Herausforderungen, mit denen wir umgehen, desto umsichtiger und flexibler müssen wir in der Lage sein, uns auf die jeweiligen nationalen, internationalen und interkulturellen Bedingungen einzustellen. Klar ist aber auch: Würden wir dieses Engagement nicht grundsätzlich als lohnend bewerten, würden wir es nicht vorantreiben.

**Jürgen Rost:** Auch vor diesem Hintergrund ist es sehr wichtig und entlastend, wenn eine Unterneh-

## **„Wir investieren in weitere Lagerkapazitäten, um noch kürzere Lieferzeiten zu realisieren.“**

**Hanno Baumann**

mensleitung wie die von Plantag dafür sorgt, dass das Unternehmen auf einer finanziell gesunden Basis steht. Im Mittelstand war das in den vergangenen Jahren ein wichtiger Erfolgsfaktor.

#### **möbelfertigung: Gestaltet sich die aktuelle Rohstoff-Preissituation schwierig?**

**Hanno Baumann:** Nein, aktuell ist sie stagnierend auf hohem Niveau. Auch bei der Verfügbarkeit haben wir aktuell eine eher entspannte Situation, selbst bei den Rohstoffen, die noch im letzten Jahr heiß umkämpft waren. Hier ist als Beispiel die schwierige Situation beim Weißpigment Titandioxid zu nennen.

#### **möbelfertigung: Würden Sie sagen, dass Plantag insgesamt gut dasteht und in vernünftigem Maße ausgelastet ist?**

**Hanno Baumann:** Wir sind sehr gut beschäftigt. So reche ich damit, dass wir 2014 13.000 bis 14.000 Tonnen Lack produzieren werden. Dies ist eine deutliche Steigerung zu 2013. Das ist natürlich erfreulich, kann aber auch zu Problemen führen, denn Lieferengpässe können wir uns nicht leisten. Schließlich hat jeder Kunde in der Regel mehr als einen Lackliefer-

anten und kann sich also von Bestellung zu Bestellung neu entscheiden.

#### **möbelfertigung: Ordern Ihre Kunden immer kurzfristiger?**

**Hanno Baumann:** Ja. Ein weiterer wichtiger Aspekt. Deshalb müssen wir immer entsprechend Rohstoffbestände vorhalten, weshalb wir vor drei Jahren ein neues Rohstofflager mit 2.400 Palettenplätzen gebaut haben. Auch spielen flexible Arbeitszeiten in diesem Zusammenhang eine große Rolle. An dieser Stelle ist es wichtig auf das Engagement und die Loyalität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hinzuweisen. Ohne ihren Einsatz wären unsere Flexibilität und unser guter Ruf im Markt nicht zu halten.

#### **möbelfertigung: Welche weiteren Investitionen plant Plantag?**

**Hanno Baumann:** Aktuell ein Gefahrgutlager mit 550 Palettenplätzen für Fertigware. Auch hier stehen erneut die noch kürzeren Lieferzeiten im Vordergrund. Das neue Lager hilft uns, Nachfragespitzen abzufangen und Produktionsaufwände berechenbar zu halten.

**Jürgen Rost:** Aus Kostengründen reduzieren viele Kundenunternehmen ihre Lagerkapazitäten, zu allererst für die Zulieferprodukte. Deshalb wandern diese Aufwände immer mehr zu den Lieferanten.

**Hanno Baumann:** Flexibel auf die Anforderungen der Kunden zu reagieren – in allen Belangen – ist unser Unterscheidungsmerkmal zum Wettbewerb. Hier investieren wir und reichen diese Nutzen an unsere Kunden weiter. Das ist bei der Plantag Strategie.



**> Im gut ausgestatteten Technikum testet Plantag – oft gemeinsam mit Kunden – seine Neuheiten. Darüber hinaus stellt das Unternehmen der Hochschule OWL die Räumlichkeiten, die Maschinen und auch Personal regelmäßig zu Schulungszwecken zur Verfügung.**