



Geschäftsführer Hans-Jörg von Rhade.

Ehrgeizige Ziele

Südwest Ein neues Logistikzentrum, das klare Bekenntnis zum Fachhandel und das Ziel, eine der Top-3-Industriemarken im Fachhandel zu werden: Südwest Lacke+Farben verfolgt ehrgeizige Ziele. Wir haben Geschäftsführer Hans-Jörg von Rhade dazu ein paar Fragen gestellt.

Birte Penshorn

Alu-Haustüren: Serienmäßig sicher



Weihten das neue Südwest-Logistikzentrum am Standort in Böhl-Iggelheim ein, das seit Herbst 2021 aktiv ist (v. l.): Clemens Körner, Landrat Kreisverwaltung Rhein-Pfalz Kreis, Peter Christ, Bürgermeister von Böhl-Iggelheim, Hans-Jörg von Rhade, Geschäftsführer Südwest.

Herr von Rhade, wie sind die vergangenen Jahre für Südwest verlaufen – natürlich auch unter dem Aspekt der Pandemie?

Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen bislang sehr gut. Unsere Mannschaft hat die Situation extrem engagiert und flexibel gemeistert. Dafür danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Gerade in den vergangenen Monaten haben sie bewiesen, dass sie unser wichtigster Erfolgsfaktor sind. Daher blicke ich auch optimistisch auf 2022. Unser Dank gilt ebenso unseren langjährigen Kunden, die ähnliche Herausforderungen bestehen mussten. Südwest wächst seit zehn Jahren schneller als der Markt, im ersten Halbjahr 2021 lagen wir erneut zweistellig im Plus, was sich zum Jahresende allerdings deutlich abschwächte. Insgesamt gehen wir für 2021 von einem soliden einstelligen Wachstum aus – dies vor allem mit Innen- und Fassadenfarben sowie Wärmedämmverbundsystemen.

Wie hat sich bei Ihnen die nicht nur branchenweite Rohstoff- und Materialknappheit bemerkbar gemacht?

Das haben wir selbstverständlich auch gespürt. Bei einigen Produkten hatte es dazu geführt, dass sich unsere Lieferzeiten verlängert haben. Das ist nun wieder aufgeholt. Wie in der gesamten Branche mussten wir außerdem die gestiegenen Rohstoffpreise weiter geben, wobei wir befürchten, dass noch nicht das Ende der Fahnenstange erreicht ist. Auch unter dem Aspekt der knappen Versorgung war es gut, in unseren Standort zu investieren: Mit dem ausgebauten Lager können wir nun auch Engpässen besser vorbeugen.

Haben Sie sich für 2022 und die nächsten Jahre besondere Ziele gesetzt? Wenn ja, welche?

Ich sage es hier nun erstmals außerhalb interner Gespräche: Bis 2026 will Südwest in Deutschland eine der Top-3-Industriemarken im Fachhandel werden. Ich halte das für realistisch, die Weichen dafür sind gestellt. Wir haben zum Beispiel mehr als zehn Millionen Euro in unser neues Logistikzentrum in Böhl-Iggelheim investiert und es im Herbst 2021 mit 3.200 Quadratmeter Fläche und 4.000 Palettenplätzen eröffnet – ein Zuwachs von rund 50 Prozent.

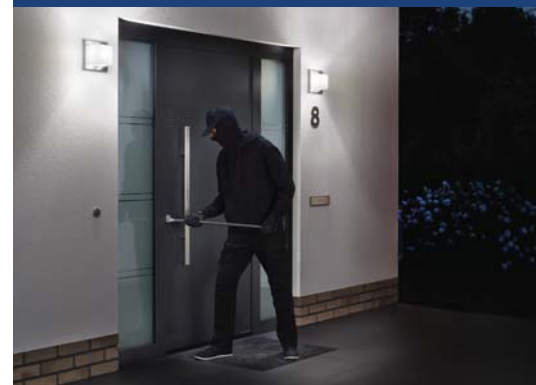
Jetzt wollen wir unser Sortiment weiter ausbauen, unseren Kundenauftritt modernisieren sowie durch unsere Zuverlässigkeit, zusätzliche Services und Kundennähe punkten. Gerade in schwierigen Zeiten wollen wir dem Handel als berechenbarer Partner zur Seite stehen. Dementsprechend ist die Top-3-Platzierung weniger als reine Absolutgröße zu betrachten als vielmehr als kraftvoller strategischer Partner des Handels, der die Zukunft gemeinsam mit dem unabhängigen Handel gestalten will.

Was genau bedeutet das, beispielsweise das erweiterte Sortiment, können Sie das schon präzisieren? Und welche Vorteile hat dies für den Baustoff-Fachhandel?

Ein Beispiel: Die Nachfrage nach Beschichtungen auf Wasserbasis steigt, es bleibt aber ein Bedarf für lösemittelbasierte Lacke. Das heißt, dass unser Angebot breiter werden muss, wenn wir Handwerk-Profis umfassend als Voll-Sortimenter ansprechen wollen. Daher haben wir neue „Aqua-Vision“-Lacke entwickelt, die jetzt in den Markt kommen, weitere folgen in den kommenden Monaten. Der Vorteil für unsere



- hochwertige Aluminium-Haustüren für exklusive Eingänge



- hohe Sicherheit dank serienmäßiger RC 3 Ausstattung



- NUR BEI HÖRMANN: 10 Jahre Sicherheitsversprechen* im Falle eines Einbruchs

* Weitere Infos finden Sie unter www.hoermann.de/sicherheitsversprechen

HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe

Partner im Handel: Mit diesem Voll-Sortiment bieten sie den Malern Lösungen für jeden Fall — so, wie es ein Profi-Kunde von „seinem“ Profi-Handel erwartet. Das ist unser Anspruch an uns: Wir wollen unseren Handelspartnern Beschichtungen für jeden Anwendungsfall liefern.

Wie sieht Ihre Strategie aus, mit der Sie eine der Top-3-Industriemarken im Fachhandel werden wollen?

Wir haben die Südwest-Strategie geschärft und sehen uns in Zukunft als marktführendes Unternehmen im dreistufigen Vertrieb — also über den Fachhandel zum Profi an den Endverwender — für professionelle Baubeschichtungen für Boden, Wand, Decke, Dach. Neben klassischen Anstrichen stehen ab 2023 Wärmedämmverbundsysteme (WDVS) verstärkt im Mittelpunkt. Der Markt wie auch unsere Verarbeiter fragen dieses Sortiment wieder mehr nach. Wir setzen dabei voll auf unsere engagierten Teams. Sie leben täglich Flexibilität, Qualität, Verlässlichkeit und Kundennähe. Hier differenzieren wir uns deutlich von großen Wettbewerbern.

Der Vertrieb wird ausgebaut und auf der Basis des Dreiklangs Produktqualität, Kundennähe und Reaktionsgeschwindigkeit will Südwest das Geschäft mit dem unabhängigen Handel als verlässlicher Partner entwickeln. Wir setzen konsequent auf die enge Partnerschaft mit dem Farbengroßhandel und dem Baustoff-Fachhandel. Wir erarbeiten gemeinsam analoge klassische wie auch digitale und lokale Vermarktungskonzepte und bieten maßgeschneiderte Dienstleistungen. Dazu werden wir zusammen mit den Partnern im Handel verstärkt in den Vertrieb wie die Kommunikation investieren. Seit über 20 Jahren gehört Südwest zur Sto-Gruppe. Das Geschäftsmodell des dreistufigen Vertriebs wurde aber nie verlassen. Es ist ein Wachstumsmarkt in Deutschland — und Wachstum streben wir zudem im nahen europäischen Ausland an. Darüber hinaus erfüllen unsere Produkte nachhaltige Anforderungen und sind verarbeitungstechnisch maßgeschneidert auf die Ansprüche der Profis. Technisches Know-how in der Beratung gewährleistet auch die Nähe zu Verarbeitern und Handel-Profis. Mit diesem Angebot aus Produkt und Service für Handel und Verarbeiter sehen wir viel Potenzial.

Können Sie die „nachhaltigen Anforderungen“ noch etwas präzisieren? Was bedeutet das für Sie?

Ein wichtiges Thema, das bei uns schon lange stets mitschwingt. Ressourcenschonung ist ein wesentlicher Teil der Südwest-Produktentwicklung. Heute legen Handel, Verarbeiter und nicht zuletzt deren Auftraggeber immer mehr Wert auf nachhaltige Produkte. Dementsprechend entwickelt sich unser Portfolio. Zum Beispiel der „Aqua-Vision“-Lacke einige weitere: Bei der Hybrid-Lasur haben wir einen großen Anteil der Lösemittel durch Wasser ersetzt, ohne dass sich beide separieren. Oder die bionische und biozidfreie Fassadenfarbe „Lotusan“ und der bionische Holzschutz „Drytec Holz-Protect“. Bei beiden Produkten haben sich unsere Entwickler an der Natur orientiert und umweltfreundliche Farben entwickelt, die die Anforderungen an nachhaltige Produkte besonders erfüllen. Bezüglich der Nachhaltigkeit kommt Baustoffen ohnehin eine wichtige Rolle zu, insbesondere wenn sie im Innenraum eingesetzt werden — schließlich halten wir Menschen uns in der Regel an mehr als 90 Prozent des Tages drinnen auf. ■

Knauf Insulation

Werk in Bernburg wird modernisiert und die Produktion erweitert

Knauf Insulation wird im kommenden Jahr die gesamte Glaswolle-Herstellung im Dämmstoffwerk Bernburg weitreichend umbauen, wie das Unternehmen mitteilte. Im Zuge dieses mehrwöchigen „Rebuilds“ würden die elementarsten Bereiche der Produktion erneuert, modernisiert und erweitert. Ziel sei es, anschließend eine „signifikante Menge“ produzieren zu können. Die Lieferfähigkeit soll in der Modernisierungsphase nicht beeinträchtigt werden. Damit reagiere das Unternehmen nach eigener Aussage auf den hohen Druck des Marktes. „Der Hunger des Markts nach Dämmstoffen verlangt auch von uns eine möglichst effiziente Nutzung aller Produktionsressourcen“, wird Michael Huesmann, Knauf Insulation Geschäftsführer für die Region Zentral-

europa, in der Mitteilung zitiert. „Außerdem hat der ohnehin wichtige Faktor Betriebssicherheit vor dem Hintergrund der sehr wahrscheinlich auch zukünftig andauernden Maximalauslastung unserer Anlagen zusätzliche Bedeutung gewonnen.“

Die Investition in den Standort sei außerdem ein Zeichen an die Belegschaft, dass Bernburg auch in Zukunft eine der weltweit wichtigsten Glaswolle-



Knauf Insulation will im kommenden Jahr die Produktionskapazität des Glaswolle-Werks Bernburg (Sachsen-Anhalt) steigern.

Produktionsstätten von Knauf Insulation bleibe, wird Huesmann abschließend in der Pressemitteilung zitiert. ■