

# NEWS

Das Magazin für HolzLand-Partner

1/2021



## HQ

Spürbar in der Zentrale

## Schwerpunkt Schweiz

Immer nah am Kunden

## Neue Anschlusspartner

Dutt und Arma im Porträt





KONTAKT

**Erfahrung seit 150 Jahren !**

– Das ist LEBO

- ✓ Verkäufliches Vollsortiment
- ✓ Für Privat und Objekt die passenden Wohnraum- und Funktionstüren
- ✓ Für Neubau, Umbau, Sanierung und Modernisierung
- ✓ Für jeden Stil und jedes Budget
- ✓ Nicht billiger, sondern besser dank hochwertiger Materialauswahl
- ✓ Moderne Verarbeitung und montagefreundliche Produkte
- ✓ Herausragender Kundenservice

**Was HolzLand-Fachhändler von uns erwarten können**

Mehr Service – Mit unserem ServicePlus



**Auftragsbestätigungen innerhalb 2-3 h**

Nach der Bestellung erhalten Sie unsere Auftragsbestätigung in der Regel schon innerhalb von 2-3 Stunden.



**Zeitsparende Zuordnung zum Auftrag / im Objekt**

Wir drucken kommissionsbezogene Informationen auf unsere Türen. Ob Auftragsnummer Ihres Kunden oder Verortung im Objekt.



**Angebote innerhalb 48 h**

Sollten Sie Hilfe bei der Kalkulation benötigen oder größere Anfragen haben, erhalten Sie Angebote in der Regel binnen 48 Stunden.



**Schneller am Bau - Vorgebohrte Rosettengarnituren**

Problemlos und schnell montiert: Auf Wunsch erledigen wir die präzisen Drücker- und Rosettenbohrungen für Sie. Keine Bohrschablonen, kein lästiges Bohren.



**Persönlicher Service & Order-Management**

Ihr Auftrag wird von der Bestellung bis zur Lieferung durch unsere Mitarbeiter betreut. So haben Sie immer einen persönlichen Ansprechpartner.



**Separate Kommissionierung größer 3 Teile**

Kein sortieren – nur noch runternehmen, weiterverladen, fertig. Aufträge ab drei Teilen je Auftrag kommissionieren wir auf separater Palette.



**Auftragsverfolgung**

Jederzeit online Ihre Aufträge einsehen und nachverfolgen. Das ermöglicht Ihnen eine optimale und effiziente Planung.



**Schnelle Beanstandungs-Abwicklung**

Wenn doch einmal etwas schiefgegangen ist, helfen wir mit einer unkomplizierten Beanstandungsabwicklung, sogar per WhatsApp!

# Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Corona hat uns ohne Vorwarnung in die unangenehme Situation gebracht, von heute auf morgen ernsthaft über Veränderungen nachzudenken und diese zumeist schnellstmöglich umzusetzen. Ohne Netz und doppelten Boden. Das bringt Unsicherheit und Risiken mit sich, aber auch Chancen.

Worauf kommt es an, wenn man Veränderungen erfolgreich umsetzen will?

- ▶ FOKUS – auf die wesentlichen Themen
- ▶ MUT – auch „Nein“ zu sagen
- ▶ COMMITMENT – nicht in Phrasen zu denken und zu sprechen, sondern die ernsthafte Bereitschaft zur Veränderung in sich zu tragen. Erst dort, wo wir die Komfortzone komplett verlassen, beginnt Veränderung wirklich.
- ▶ EHRLICHKEIT & KONSEQUENZ – Marschrichtungen, die wir nur halbherzig (mit)tragen, scheitern mit großer Wahrscheinlichkeit.

Letztendlich geht es um den Willen, sich auf das Ungewisse einzulassen und persönliche Ziele hinter die neu definierten Ziele zurückzustellen. Wenn wir an den Sinn, die Notwendigkeit und den Erfolg der Transformation glauben, kann Veränderung in der Organisation und im Geschäftsmodell möglich werden. Und somit auch nachhaltiger Erfolg.

Für die Umsetzung sind das Vertrauen in die Mitarbeiter und agiles Arbeiten unabdingbar. Kontrolle und Mikromanagement funktionieren nicht mehr als Führungsprinzipien. Die Mitarbeiter müssen vielmehr wissen, WAS zu tun ist. Über das WIE entscheiden sie in erfolgreichen Unternehmen zukünftig selber.

Das sind die Herausforderungen, mit denen wir alle konfrontiert sind und denen wir uns gemeinsam bei HolzLand stellen. Mit dem Ziel, Sie als Händler bestmöglich am Markt zu positionieren.



Zur Leistungsfähigkeit und Funktion des Handels in der Wertschöpfungskette Holz bezieht Michael Widmer, Geschäftsführer des Verbands Holzwerkstoffe Schweiz, im Interview auf Seite 6 klar Stellung. Ich bin mir sicher, dass seine Einschätzung sich auf alle Länder, in denen Sie als HolzLand-Unternehmen aktiv sind, übertragen lässt.

Viel Spaß beim Lesen und passen Sie auf sich auf.

Herzliche Grüße



3



10



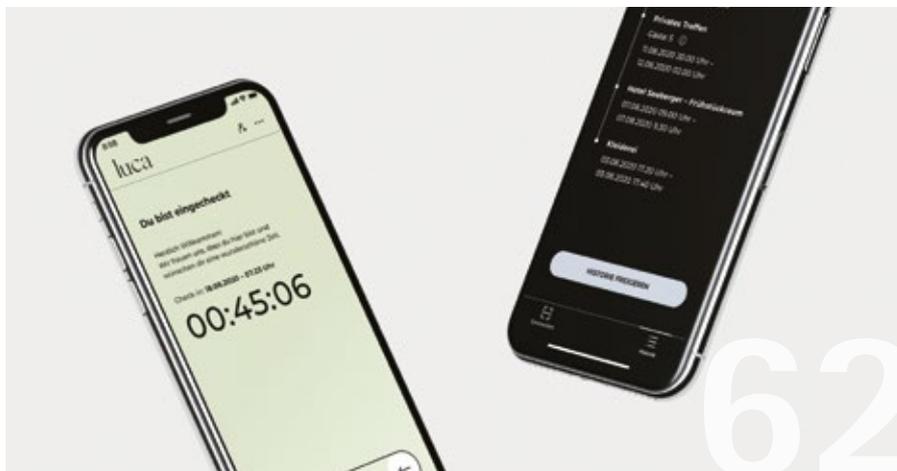
22



26



52



62

## Inhalt

<b>Editorial</b> .....	<b>3</b>	▶ PIM/EDI.....	36	<b>Unsere Lieferanten</b> .....	<b>66</b>
<b>Aus der Zentrale</b> .....	<b>6</b>	▶ Insolvenzrisiken – Komplexes Thema prägnant und praxisnah erklärt.....	37	▶ elka-Holzwerke Wohngesunde Produkte .....	66
▶ Experteninterview mit Michael Widmer (HWS) .....	6	▶ HOPA-Tagung.....	40	▶ MeisterWerke Neues Paneelsortiment.....	69
▶ 23. ProSpezialisten-Tagung.....	10	<b>Unsere Mitglieder</b> .....	<b>42</b>	▶ Osmo Neues Sichtblendensystem.....	72
▶ Marktbericht interaktiv als Videokonferenz .....	13	▶ Händler-Anwenderkreis.....	42	▶ FN Neuhofer Leisten mit WOW .....	74
▶ Dirk Plosinjak leitet neuen Bereich „Beratung und Prozesse“ .....	14	▶ Schwerpunkt HolzLand Schweiz .....	45	▶ Scobalit Profil- und Stegdoppelplatten.....	76
▶ Neu bei HolzLand .....	17	▶ Küng Platten AG – Tradition, Verlässlichkeit und Qualität .....	50	▶ PRÜM-Türenwerk Farbige Vielfalt.....	78
▶ HQ wird in der Zentrale erlebbar .....	19	▶ Belgische Gruppe wächst auf 14 Mitglieder .....	52	▶ Südmetall ABACO®-Beschläge.....	80
▶ Strafzölle bei Birken-Sperrholz .....	22	▶ Arma SA – „HolzLand passt perfekt zu unserem Geschäftsmodell“ .....	54	▶ GAH Alberts 170 Jahre Tradition .....	82
▶ Online-Seminar – HolzLand denkt den Vertrieb weiter .....	24	▶ SPA Sperrholz-Platten AG – Kompetenz in Sachen Holz.....	56	▶ ter Hürne Design-Vinylböden.....	84
▶ Beim Dreh der HQ Roadshow 2021 digital.....	26	▶ CustomerExpert – Keplinger nutzt Wissens-App für den Holzhandel.....	58	<b>Vermischtes</b> .....	<b>87</b>
▶ HolzLand-Online-Shop mit Rekord- niveau im ersten Quartal 2021 .....	29	▶ Holzfachhandel Mohren – neue Türenaussstellung .....	60	▶ Neue Mitglieder.....	87
▶ Ausbildung bei HolzLand – Interview mit Tobias Esch, Holz Gießen .....	30	▶ HolzLand Hegener – Kunden können sich mit Luca App registrieren.....	62	▶ Save the date.....	87
▶ Interne Praktikumsbörse für Auszubildende.....	33	<b>Unsere Dienstleister</b> .....	<b>64</b>	<b>HolzLand-Ansprechpartner</b> _	<b>88</b>
▶ HolzLand-Marketing stellt sich neu auf – Aus 2 mach 7 .....	34	▶ easysub plus Dienstleistungsvereinbarung.....	64	<b>HolzLand persönlich</b> _____	<b>90</b>

## Impressum

Herausgeber:  
HolzLand GmbH, Deutsche Str. 5, 44339 Dortmund  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-0  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-99  
info@holzland.com, www.holzland.com

Verantwortlich für den Inhalt:  
Nicole Aversch, HolzLand GmbH,  
©HolzLand GmbH

Anzeigenleitung: HolzLand GmbH,  
Tel. +49 (0) 2 31/53 46 40-23

Erscheinungsweise:  
April, Juni, Oktober, Dezember

Satz, Layout:  
Elena Vasilou Kommunikationsdesign

Redaktion:  
Alexandra Edelkötter  
Manuela Querl  
NEWS-Redaktion, HolzLand GmbH

Druck:  
Wentker Druck, www.wentker-druck.de  
Gutenbergstraße 5-7, 48268 Greven

Titelbild:  
HolzLand-Zentrale, Nicole Aversch und  
Marco Israel. Bilder: HolzLand

Die Inserenten:  
GARANT Türen und Zargen GmbH  
Lebo GmbH  
MOSEL TÜREN Vertriebsgesellschaft mbH  
Süd-Metall Beschläge GmbH  
Windmüller GmbH



# Experteninterview mit Michael Widmer (HWS)

## „Wenn der Markt Holz nachfragt, müssen wir bereit sein“

Der Betriebsökonom Michael Widmer ist seit 2018 Geschäftsführer des Verbands Holzwerkstoffe Schweiz (HWS). Die HolzLand NEWS sprachen mit ihm über den Holzfachhandel der Zukunft zwischen Digitalisierung und Wettbewerbskonzentration.

NEWS-Redaktion:

**Sie sind Geschäftsführer des Verbandes Holzwerkstoffe Schweiz. Worin sehen Sie genau Ihre Aufgaben?**

Michael Widmer:

*Zunächst einmal in der klassischen Verbandsarbeit. Im Zentrum meiner Arbeit steht die Interessensvertretung des Handels in der gesamten Wertschöpfungskette Holz - vom Wald bis zum Kunden. Ich sehe den Holzfachhandel da als ganz wichtige Drehscheibe, was aber nicht immer so wahrgenommen wird. Wir müssen diese wichtige Scharnierfunktion, die wir besitzen, viel selbstbewusster kommunizieren. Denn gerade während der Corona-Pandemie haben wir gezeigt, was wir leisten können. Dass wir verlässliche Partner sind, die den Werkstoff Holz zum Kunden bringen, wenn es sein muss bis ins hinterste Tal.*

NEWS-Redaktion:

**Das vergangene Jahr war ein Außergewöhnliches. Wie haben die Schweizer Holzwirtschaft im Allgemeinen und der Schweizer Holzfachhandel im Besonderen die Corona-Krise überstanden?**

Michael Widmer:

*Ich kann sagen, es war ein stabiles Jahr, ohne große Einbrüche. Das leichte Plus, mit dem die Händler Ihrer Kooperation abgeschlossen haben, spiegelt das wider. Dies ist sicher auf den Umstand zurückzuführen, dass die Bautätigkeit in der Deutschschweiz insgesamt nie ganz eingestellt wurde, die Westschweiz und die italienische Schweiz waren da stärker betroffen.*

NEWS-Redaktion:

**Wie nehmen Sie die aktuelle Situation mit all den Unsicherheiten wahr?**

Michael Widmer:

*Als sehr unangenehm, zumal es gewisse Zeichen gibt, die uns nicht gefallen können. Zum Beispiel, wenn millionenschwere Bauprojekte der öffentlichen Hand verschoben werden. Es wäre sehr wichtig, dass die Kantone und der Bund mit gutem Beispiel vorangehen und gerade in schwierigen Zeiten weiter investieren. Die Schweiz hat eine tiefe Staatsverschuldung, die ihresgleichen sucht. Diese Pandemie wird auf die Verschuldungsseite massiv Einfluss haben, aber das können wir verkraften. Wichtig ist aber, dass es im Frühling Öffnungen gibt, und dass das Impfen an Fahrt aufnimmt. Zurzeit liegt die Impfquote bei gerade mal 5 Prozent. Ich bleibe mittel- und langfristig dennoch optimistisch und sehe für unsere Branche eine sehr gute Zukunft. Ich habe keine Angst, dass das Bauen mit Holz einen Einbruch erleben wird. Das CO<sub>2</sub>-Gesetz ist für die Holzwirtschaft in der Schweiz eine riesige Chance. Experten gehen davon aus, dass der Gebäudepark 40 Prozent des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes verursacht. Hier muss der Hebel angesetzt werden. Und Holz wird da eine zentrale Rolle einnehmen.*

NEWS-Redaktion:

**Corona hat viele Entwicklungen beschleunigt oder Schwachstellen aufgezeigt: Digitalisierung, Warenbeschaffung, Lieferketten, Wettbewerbskonzentration. Demgegenüber stehen der Klimawandel und der damit verbundene Wert des Werkstoffs Holz. In diesem Spannungsfeld gilt es, zukunftssträchtige Strategien zu entwickeln. Fangen wir einmal mit Warenbeschaffung und Lieferengpässen an. Muss man die Lieferketten vielleicht neu denken und zum Beispiel Kapazitäten ausbauen?**

Michael Widmer:

*Aus Sicht der Schweiz ist völlig klar, dass wir die Zusammenarbeit in der gesamten Holzketten intensivieren müssen. In der aktuellen Situation mit dem starken Export nach Übersee ist es unser Glück, dass die Lagerbestände zumindest zu Beginn voll waren und der Markt nicht so preissensitiv ist. Dennoch spüren wir, wie und wo der Markt spielt, und das erhöht den Druck auf den hiesigen Handel enorm. Um es klar zu sagen: Wenn der Markt Holz nachfragt, dann müssen wir bereit sein. Und da zeigt sich nun verschärft, dass wir in der Schweiz alleine nicht in der Lage sind, die Nachfrage nach Holz industriell zu bedienen. Der Holzmarkt ist auf die Netzwerke des Handels in den internationalen Markt hinein angewiesen, um ein verlässlicher Partner zu bleiben und die gewohnten Qualitäten abzuholen. Und wenn es da eng wird, müssen wir im Inland reagieren können. Aber dort sind noch einige Hausaufgaben zu erledigen.*

NEWS-Redaktion:

**Das heißt?**

Michael Widmer:

*Die Verbände investieren viel in Marketing und pushen das Schweizer Holz. Dabei werden Erwartungen geschürt, die aus industriellen Kapazitätsgründen nicht erfüllt werden können. Klar, jetzt ist Pandemie gepaart mit einer starken Nachfrage in Übersee und einem enormen Preisdruck – dennoch müssen wir versuchen, daraus unsere Lehren zu ziehen und näher zusammenrücken. Die Holzbranche muss sich als gemeinsamer Wirtschaftszweig verstehen, um stark zu sein. Denn ich denke nicht, dass sich die aktuelle Lage so rasch entspannen wird. Die Nachfrage nach Holz nimmt tendenziell eher zu. Und deshalb ist es absolut richtig, Kapazitäten auszubauen, aber auch den Handel zu nutzen.*

*Die Lage spitzt sich in den nächsten Jahren zu, weil wir durch das CO<sub>2</sub>-Gesetz die Nachfrage nach Holz erheblich steigern können. Das Holz ist eigentlich da. Wir werden uns aber bewegen müssen. Und es laufen ja auch intensive Diskussionen. Wir benötigen jetzt einen Kraftakt und den Willen aller Beteiligten, im Sinne des Marktes gemeinsame Lösungen zu finden. Dem Handel kann dabei als Vermittler und Drehkreuz eine wichtige Rolle zukommen.*



Michael Widmer, Geschäftsführer des HWS. Quelle: privat

NEWS-Redaktion:

**Thema Digitalisierung. Die digitale Transformation stellt auch den Holzfachhandel vor Herausforderungen. Wie ist da der Stand in der Schweiz?**

Michael Widmer:

*Es liegt noch ein bisschen Arbeit vor uns. Der Holzhandel ist eine Branche, die über Jahrzehnte sehr gut funktioniert hat. Das birgt die Gefahr, dass man sich auf den Lorbeeren ausruht. In den vergangenen fünf Jahren hat aber ein Umdenken stattgefunden. Ich sehe die neuen Webshops, und das ist schon ein Anfang. Ihre Kooperation ist da ja ganz vorne dabei.*

NEWS-Redaktion:

**Wo sehen Sie genau Nachholbedarf?**

Michael Widmer:

*Was die Lieferketten angeht, ist in der Schweiz noch viel Luft nach oben. Viele Betriebe schaffen erst jetzt die Grundlagen dafür, dass überhaupt richtig digital gearbeitet werden kann. Produkte werden nun systematisch erfasst. Da war und ist zum Teil immer noch viel Papier. Für uns als Verband wird es ganz wichtig sein, die Mitglieder auf dem Weg der Digitalisierung zu*

unterstützen. Wir müssen antizipieren, was bedeutet Digitalisierung für den (Holz)Handel? Wo liegen die Chancen und Risiken? Es fordert viele heraus, neben dem Tagesgeschäft noch fundiert zu überlegen, wie man fit wird für die digitale Zukunft.

NEWS-Redaktion:

**Sie sprachen vom Risiko der Digitalisierung. Welches genau meinen Sie?**

Michael Widmer:

*Ein Risiko ist, dass der Handel reduziert wird auf das reine Streckengeschäft. Dass man das Produkt direkt bestellt und der Handel quasi noch den Transport übernehmen darf. Das kann nicht in unserem Interesse liegen. Dafür haben wir über Jahrzehnte ein zu großes Knowhow und Netzwerke aufgebaut. Wir müssen immer und immer wieder verdeutlichen, wo der Handel trotz Digitalisierung unersetzlich ist: Produktvielfalt, Beratung, Lagerhaltung, Flächenbedarf, Verfügbarkeit, Verkauf von Einzelstücken, das Debitorenrisiko, das die Händler übernehmen sowie die Nähe und Treue zum Verarbeiter. Dies wird für die Produzenten immer wichtig bleiben.*

NEWS-Redaktion:

**Wie also kann die digitale Transformation gelingen?**

Michael Widmer:

*Der digitale Wandel kann nur erfolgreich sein, wenn sauber analysiert wird, woher der Wind kommt und wo es sich lohnt, die Segel zu setzen. Da tut Aufklärung not. Da sehe ich uns als Verband in der Pflicht. Doch auch die Holzhandelnden müssen die Bereitschaft haben, zu lernen und offen zu sein.*

NEWS-Redaktion:

**Haben Sie keine Angst, der rasanten Entwicklung nur hinterherzulaufen? Wir sprechen noch von BIM, während andere schon mit KI und Häusern aus dem 3D-Drucker planen?**

Michael Widmer:

*Ich habe weniger Angst, dass wir nicht hinterherkommen. Meine Befürchtung ist eher, dass wir auf das falsche Pferd setzen. Der Möglichkeiten sind viele. Ich denke, die Unternehmen sind sich zum Teil gar nicht bewusst, was man alles machen könnte. Vor 25 Jahren gab es keine E-Mail, heute machen wir wie selbstverständlich Videokonferenzen. Die digitalen Möglichkeiten offen zu denken, ohne sich zu verrennen, und ohne zu viel zu investie-*

*ren, das wird die Hausaufgabe sein. Die Entwicklung können wir nicht aufhalten.*

NEWS-Redaktion:

**Wie kann das gelingen? Benötigen wir nicht mehr interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Baubranche, Architekten, Handwerk?**

Michael Widmer:

*Ja, unbedingt. Im Dachverband Schweizer Bauwirtschaft ist Digitalisierung ein Kernthema. Da ist interdisziplinäres Denken absolut entscheidend. Im Zentrum müssen wir die Frage stellen, was die Bedürfnisse der Kunden sind. Was müssen wir anbieten, um up to date zu sein? Nehmen wir BIM: Es ist toll, ein Gebäude digital zu planen. Nur kommt am Schluss die Bestellung via Computer beim Händler an und weiß der BIM-Nutzer dann, wo er seine Produkte verlässlich bekommt? Das sind triviale Fragen, die aber im Markt eine große Wirkung besitzen. Die Holzwirtschaft als Gesamtwirtschaft muss bereit sein, hier die eigenen Bedürfnisse zu artikulieren.*

NEWS-Redaktion:

**Kommen wir zum Thema Wettbewerbskonzentration: Wie lauten die Prognosen für die Schweiz und welche Rolle spielen dabei Kooperationen?**

Michael Widmer:

*Auch in der Schweiz findet eine Marktkonzentration statt. Immer wieder kommt es zu Zusammenschlüssen. Für Unternehmen mit einer gewissen Größe und einer starken Kundenbindung können auch Kooperationen sinnvoll sein. Alleine bei den administrativen Belastungen könnten wir noch viel bewirken. Als Verband wollen wir die Unternehmen künftig mehr entlasten, indem wir ihnen Dinge abnehmen. Es macht wenig Sinn, wenn einhundert Unternehmen das Gleiche machen. Besser ist, wenn eine zentrale Stelle solche Aufgaben übernimmt. Für mich ist auch das Thema grenzübergreifende Zusammenarbeit wichtig.*

NEWS-Redaktion:

**Wie sehen Sie die Position des Holzfachhandels im Wettbewerb mit anderen Strukturen (Baumarkt, Baustoffhandel)?**

Michael Widmer:

*Die Schweiz ist ein kleines Land. Der Holzfachhandel ist präsent bis ins hinterste Tal. Die Krise hat gezeigt, wir sind*

wichtig. Wir sind da. Wir sind verlässlich. Unsere Stärken sind unser Netzwerk, unsere Beziehungen, Mengen, Transport, die Beratung. Unsere Logistik. Unsere Schnelligkeit, mit der wir liefern können. Die Feinverteilung. Das ist unser Match. Aber der vielleicht wichtigste Pluspunkt gegenüber der Konkurrenz: Unsere direkte Wertschätzung für den Beruf des Zimmermanns und Schreiners. Ich nenne als Beispiel das Thema Brandschutz bei Außentüren. Der Handel hat einen runden Tisch initiiert und sucht gemeinsam mit den Branchenverbänden nach Lösungen, wie der Handwerker seine Türen weiter bauen kann. So interpretiere ich Kundennähe aus Sicht des Handels: den Schreiner und Zimmermann zu unterstützen, ihm ein Partner zu sein und für seine Qualitätsarbeit einzustehen.

NEWS-Redaktion:

**Und wie können sich kleine Holzfachhändler zwischen den Big-Playern behaupten?**

Michael Widmer:

Kundennähe ist da etwas sehr wichtiges. Ich sehe eine Aufgabe des Handels darin, dem Abnehmer und dem Produzenten gewisse Sachen abzunehmen, ihn zu entlasten. Und gerade für kleinere Händler mit ihrer Nähe und ihren persönlichen Kontakten zu den Abnehmern kann dies ein Vorteil sein. Es geht um die gemeinsame Freude an unserem Baustoff Holz und darum, sich in der Region zu spezialisieren. Spezialisierung ist unser Knowhow.

NEWS-Redaktion:

**Holz gilt als zentraler Baustein bei der Bekämpfung des Klimawandels. Wie wollen Sie als Verband diese gute Ausgangsposition für ihre Mitglieder nachhaltig nutzen?**

Michael Widmer:

Wir wollen die Holzwirtschaft in der Schweiz als Einheit in die Zukunft schicken. Dafür setzen wir uns vehement ein. Der Handel kann dabei eine Rolle spielen, die nicht unredlich ist. Vielleicht geht es auch darum, Kapazitäten anzubieten, die wir heute noch nicht im Angebot haben. Oder wirklich darum, Lieferketten neu zu denken.

NEWS-Redaktion:

**Was meinen Sie mit Kapazitäten ausbauen?**

Michael Widmer:

Wenn der Produzent beispielsweise aus Kapazitätsgründen nicht mehr Holz verarbeiten kann, wäre es doch zielführend, wenn der Handel ihm Hand bieten kann – sei es mit Logistik, mit Lagerflächen.

NEWS-Redaktion:

**Wo sehen Sie für den HWS die wichtigsten Themen, die 2021 angegangen werden müssen?**

Michael Widmer:

Zunächst müssen wir noch einige Hausaufgabe erledigen, wie Branchen – und Marktstatistiken auf den Weg zu bringen. Dann wollen wir die Bildung, speziell den Branchenkurs, auf neue Beine stellen. Hin zu mehr Erlebnis. Außerdem die Digitalisierung. Und die Holzhandelsverordnung EUTR, die uns das ganze Jahr beschäftigt wird. Wir müssen verhindern, dass hier ein administratives Monster geschaffen wird. Der Kampf gegen illegalen Holzhandel ist wichtig und richtig. Die Mittel dazu müssen aber adäquat und wirksam sein. Da wollen wir unseren Beitrag leisten.

Schweizer Holz ist gefragt. Bild: RoxTravels/shutterstock.com



Der Hafen von Hongkong. Bild: Kirill Neiezhmakov/shutterstock.com

## 23. ProSpezialisten-Tagung

# Kernthemen: Preise, Versorgung und Verlässlichkeit

Die schwierige Lage auf dem Holzmarkt war das alles übertragende Thema der 23. ProSpezialisten-Tagung. Aus gegebenem Anlass hatten Johannes Schulze, Bereichsleiter Category Management, und sein Team vorab einen ausführlichen Sachstandsbericht über Warenverfügbarkeit, Gründe für die Lieferengpässe sowie die drastischen Preissteigerungen an alle HolzLand-Mitglieder verschickt. Dieses Schreiben diente an diesem Mittwochmorgen bei der digital durchgeführten ProSpezialisten-Tagung als Grundlage, anhand derer Johannes Schulze, Ulrich Teiner und Christian Thies noch einmal tiefer in die Materie einstiegen und die Auswirkungen der Versorgungslage sowie Ausblicke aufzeigten. Ihre Einschätzung: Die Themen Verfügbarkeit und Preissteigerung werden das gesamte Jahr über bestimmend bleiben. Eine leichte Entspannung sehen sie frühestens im 4. Quartal. Weitsichtige Planung, gemeinsames Agieren und verlässliche Zusammenarbeit seien daher elementar.

Johannes Schulze machte aber auch deutlich: „Der, der die Ware hat, kann auch gute Preise erzielen.“ Sein Anspruch und der seines Teams sei es weiterhin, früher und schneller als

die Marktbegleiter zu sein. Johannes Schulze versprach: Alle arbeiten mit Hochdruck daran, die Warenverfügbarkeit auf dem für diese Extremsituation bestmöglichen Level zu halten, indem man versuche, das Lieferantenportfolio breiter aufzustellen und höhere Mengen mit der Industrie zu verhandeln. Aber, forderte er von den ProSpezialisten: „Wir brauchen klare Spielregeln, saubere Prozesse und eine saubere Taktung“. Konkret heißt das: Frühzeitige Abschlüsse gewinnen an zentraler Bedeutung. Das gemeinsame Ziel muss es sein, Verbindlichkeit bezüglich der Mengen und Preisbindung bei Industrie und Handel einzufordern und auch zu leben. „Wir haben alle eine gemeinsame Verantwortung, damit keine ‚Nachfrageblase‘ entsteht“, bekräftigte Johannes Schulze.

HolzLand-Geschäftsführerin Nicole Aversch unterstützte diese Aussage. Sie führte an, dass die aktuelle Situation eine immense Herausforderung für die gesamte Branche sei. „HolzLand steht da im Vergleich zur Konkurrenz gut da“, betonte sie. Das Team von Johannes Schulze leiste großartige Arbeit. „Wir brauchen einen Kraftakt und einen ganz engen Schulterschluss zwischen Zentrale und Mitgliedern, um bestmögliche Lösungen zu



Christian Thies im großen Besprechungsraum in der Zentrale in Dortmund. Bilder: HolzLand

*Entscheidend wird sein, den richtigen Moment des Wendepunktes zu erfassen.*

finden", sagte Aversch. Die Nachfrage nach Holz werde hoch bleiben, das Angebot begrenzt. „Entscheidend wird sein, den richtigen Moment des Wendepunktes zu erfassen. Und dann müssen wir da sein“, forderte sie.

25 ProSpezialisten-Händler mit insgesamt 43 Teilnehmern hatten sich via Video-Livestream zur 23. Tagung dazugeschaltet. In Dortmund saßen Nicole Aversch, Johannes Schulze, Christian Thies, Ulrich Teiner und Christian Cordt vor der Kamera.

Auf der umfangreichen Agenda der Sitzung standen neben einem Bericht über die Strafzölle beim Birkenperrholz von Christian Thies (siehe auch Seite 22), auch Vertriebskonzepte im konstruktiven Holzbau und bei dekorativen Holzwerkstoffen. Die Potenziale im Bereich Fassaden sowie die Entwicklung der HolzLand-Großhandels-Eigenmarke ProCompact stellte Ulrich Teiner vor. Bereits nach einem Dreivierteljahr kann man von einer guten Entwicklung in diesem Warenssegment sprechen. Die nächsten Schritte sind eingeleitet – das Zubehör wurde beispielsweise ergänzt.



Spezialist für Daten und Zahlen: Johannes Schulze



**Ihr Ansprechpartner ist**

Christian Thies

Category Manager Holzwerkstoffe

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-56

Fax +49 (0) 231/53 46 40-656

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 43

E-Mail christian.thies@holzland.com



**Ihr Ansprechpartner ist**

Ulrich Teiner

Category Manager Holzbau/Baustoffe

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-52

Fax +49 (0) 231/53 46 40-652

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 44

E-Mail ulrich.teiner@holzland.com

garant.de

## G-TEC® mit Premiumkante

Matte Oberflächen ohne Fingerabdrücke und mit exklusiver Premiumkante von GARANT.

Die Markentür für Langlebigkeit und Ästhetik.



Hochwertige Premiumkante als 2mm Dickkante



Standardkante



Premiumkante



Ein Unternehmen der Arbonia Gruppe  
ARBONIA

**GARANT**  
Türen für mein Zuhause



Marktbericht interaktiv  
als Videokonferenz

# Noch mehr Daten – neues Format

Bild: GaudiLab/shutterstock.com

Zahlen, Fakten, Prognosen – für die strategische Unternehmensplanung sind belastbare Daten unerlässlich. Die HolzLand-Kooperation versorgt ihre Mitglieder daher ab sofort sogar zweimal im Jahr mit einem detaillierten weiterentwickelten Marktbericht. Neu zudem: Diese fundierten Analysen und Prognosen werden nun jeweils in einer Live-Videoschleife präsentiert. Die HolzLand-Zentrale setzt bei diesem Format auf die Zusammenarbeit mit einem externen Marktforschungsinstitut. Los geht es am 4. Mai um 14 Uhr.

Folgende Themen werden in den beiden Online-Präsentationen im Mai und November regelmäßig betrachtet:

- ▶ Konjunkturausblick und -bewertung (ifo, KOF, WiFi etc.)
- ▶ Auftragseingang Bauindustrie (Wohnbau, Nichtwohnbau)
- ▶ Hypothekenkreditentwicklung
- ▶ Baugenehmigungen Wohnbau mit Prognosen
- ▶ Baugenehmigungen Nichtwohnbau mit Prognosen
- ▶ Regionale Bauentwicklung auf Kreisebene
- ▶ Baufertigstellungen mit Ausblick
- ▶ Entwicklung der Renovierungstätigkeit (zu wechselnden Produkten)

In der Videokonferenz am 2. November (14 Uhr) werden außerdem die Hauptwarengruppen (Holzbau, Bauelemente, Boden, Holz im Garten, Holzwerkstoffe) analysiert, um auf dieser Basis eine Prognose für das darauffolgende Jahr erar-

beiten zu können. Außerdem wird auf die Immobilienmärkte eingegangen.

Die Vorträge gehen immer auf die Situation in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein. Ihnen schließt sich eine Diskussionsrunde an. Die Folien und eine Aufzeichnung der Videokonferenz stellt die Zentrale den Teilnehmern und HolzLand-Mitgliedern im Nachgang zur Verfügung.

„Unsere tägliche Aufgabe ist es, für unsere Händler Umsatzpotenziale zu sichern, neu zu generieren und vertrieblich zu optimieren. Dies gelingt am effizientesten auf der Grundlage valider Daten und mit exzellenter Detailkenntnis. Daher haben wir diese regelmäßigen Marktstudien initiiert, auf deren Basis wir in der Zentrale, aber auch unsere Händler Maßnahmen und Empfehlungen erarbeiten können“, macht Johannes Schulze, Bereichsleiter Category Management, deutlich. HolzLand-Geschäftsführerin Nicole Aversch konkretisiert: „HolzLand nutzt extern aufbereitete Daten schon seit langer Zeit für Vertriebssteuerung, strategische Bewertungen von Produkten und Märkten, sowie für Vertriebs-, Produkt- und Investitionsentscheidungen. Da sich der Markt aber immer schneller verändert, halten wir es für äußerst sinnvoll, uns ab sofort zweimal im Jahr mit ganz umfassenden und belastbaren Zahlen und Fakten zum Holzmarkt versorgen zu lassen.“ Sie betont: „Ziel von HolzLand ist und bleibt es, jedes Mitglied spürbar weiterzuentwickeln.“



*Dirk Plosinjak hat klare Vorstellungen davon, wie er den neuen Bereich ausrichten will. Bild: HolzLand*

## Dirk Plosinjak leitet neuen Bereich „Beratung und Prozesse“

# „Pragmatische Lösungen – für einen nachhaltigen Mehrwert!“

Mittlerweile sind es fast drei Jahrzehnte, in denen Dirk Plosinjak im Holzhandel aktiv ist. Nach einer langjährigen Tätigkeit als Leiter Projektmanagement in einem ERP-Systemhaus mit Schwerpunkt Holz- und Baustoffhandel stieg er im Jahr 2014 bei HolzLand ein und wurde Leiter Prozessmanagement. Seit Januar ist er nun Bereichsleiter für die neu geschaffene Abteilung „Beratung und Prozesse“. Was genau verbirgt sich dahinter? Welche Leistungen können dadurch den HolzLand-Mitglieder angeboten werden? Um diese und viele weitere Themen geht es in unserem Interview mit Dirk Plosinjak.

NEWS-Redaktion:

**Die meisten kennen Sie als „Leiter Prozessmanagement“, der telefonisch, per E-Mail, via Video oder persönlich vor Ort bei den Händlern Hilfestellung bei allen Fragen rund um**

**ERP-Themen leistet. Wie stellen Sie ab sofort diese Unterstützung als Leiter des neu geschaffenen Bereichs sicher?**

Dirk Plosinjak:

*Prozesse im Handel werden immer dynamischer, und die Anforderungen an den Menschen und – sagen wir einmal vereinfacht – an die ganze Maschinerie steigen. Es ist nicht leicht, Mitarbeiter mit dem passenden Anforderungs- und Kenntnisprofil zu finden und sie letztlich auch zu halten. Das stellen auch unsere Mitglieder immer häufiger fest. Die Unterstützung durch HolzLand wird also immer wichtiger, und deshalb haben wir schon angefangen, notwendige Ressourcen zu schaffen. So können wir unsere optimale Unterstützung dauerhaft sicherstellen.*

NEWS-Redaktion:

**Welche Themen gehören neben der Prozessberatung zu dem Bereich „Beratung und Prozesse“?**

Dirk Plosinjak:

*Die mehrwertstiftende Kompetenz von HolzLand ist, dass wir auch unsere Beratungsleistungen ausschließlich auf die Bedürfnisse unserer Händler ausrichten.*

*Bei der Umsetzung der Produktgruppenzertifizierung und den gesetzlichen Anforderungen zum Datenschutz haben wir mit Marcus Kretschmer und Jan Winzek zwei erfahrene Pragmatiker, die fokussiert die Dinge auf den Punkt bringen. Zusammen mit den Leistungen zur Arbeitssicherheit und dem immer häufiger von der Versicherung verlangten Brandschutzbeauftragten bündeln wir Mitglieder-Themen effektiv. Die Prüfung von Betriebsmitteln – insbesondere die Regalprüfung – rundet den Service aus einer Hand ab. Für all diese Handlungsfelder gibt es nur einen persönlichen Ansprechpartner, der mit dem Unternehmen und den Gegebenheiten übergreifend vertraut ist. Das spart Zeit und damit auch Kosten für den Unternehmer, der sich auf das Wesentliche – seinen Kunden – konzentrieren kann.*

*Bei HolzLand sind in den acht ERFA-Gruppen insgesamt 62 Gesellschafter organisiert. Es ist nur konsequent, die klassischen Kooperationsthemen von den individuellen Beratungsthemen schärfer zu trennen und die Betreuung dem neuen Bereich „Beratung & Prozesse“ zuzuordnen. In Zusammenarbeit mit den Moderatoren der ERFA-Gruppen wollen wir im Netzwerk unsere Impulse einbringen, ohne dass es zu einer Überlagerung von Themen aus der Zentrale kommt.*

NEWS-Redaktion:

**Gibt es Punkte, die Sie zukünftig ebenfalls dem Bereich angliedern möchten?**

Dirk Plosinjak:

*Einige Dinge haben wir bereits heimlich auf den Weg gebracht. Unsere Online-Seminare zur temporären Mehrwertsteuersenkung, zum Insolvenzrecht oder auch zum Außendienst der Zukunft kommunizierten die benötigten Informationen zum richtigen Zeitpunkt. Dies losgelöst von schwerfälligen Terminierungen bewies auch, dass man komplexe Sachverhalte über Online-Webinare an viele Teilnehmer sehr gut vermitteln kann. Das durchweg positive Feedback der Teilnehmer zeigt, dass wir hier auf dem richtigen Weg sind. Die externe Beratung oder*

*die Mitarbeiterfortbildung sind weitere Themen, an denen wir arbeiten.*

*Generell werden wir das Leistungsportfolio um pragmatische und praxisorientierte Angebote erweitern, die es den Händlern ermöglichen, mit wenig Aufwand einen hohen Nutzen zu erzielen.*

NEWS-Redaktion:

**Haben Sie hierfür konkrete Beispiele?**

Dirk Plosinjak:

*Zur Jahresmitte werden wir den Händlern eine digitale Plattform für die steuerrechtlich notwendige, aber meist unvollständige Verfahrensdokumentation bereitstellen.*

*Viele Anfragen erreichen uns außerdem zu Fördermitteln für Investitionen im Unternehmen. Leider ist die Erwartungshaltung oft etwas zu hoch. Gerade im Nachgang des Corona-Jahres 2020 sind vielfach Richtlinien auf Bundes- und Landesebene verändert worden, die eine planbare, zu berücksichtigende Förderung in den anstehenden Projekten erschwert, teilweise nahezu unmöglich macht. Salopp gesagt: Eher glauben wir an die Steuererklärung auf dem Bierdeckel. An diesen Themen sind wir dran und unterstützen die Händler in der Umsetzung.*

*Auch für strukturierte Leistungen im Rahmen der Energieeffizienz, zum Beispiel die CO<sub>2</sub>-Einsparung bei (Re-)Investitionen in E-Stapler, haben wir zwischenzeitig einen Dienstleister für die Förderabwicklung gelistet.*

*Kurz: Wo es sich für unsere Mitglieder lohnt, holen wir die Kompetenz ins Haus oder steuern die Leistung über qualifizierte Dienstleister.*

NEWS-Redaktion:

**Was schätzen Sie an HolzLand?**

Dirk Plosinjak:

*Die direkte Kommunikation in der HolzLand Community – und dazu zähle ich die Kolleginnen und Kollegen in Dortmund sowie auch unsere inhaberführten Gesellschafter und Anschlusspartner. Zusammenfassend bringt dies eine große Motivation. Die kurzen Wege im Austausch lassen Raum für pragmatische Lösungen – für einen nachhaltigen Mehrwert.*

NEWS-Redaktion:

### Was möchten Sie in Ihrer neuen Position bewegen?

Dirk Plosinjak:

*Veränderungen herbeizuführen und insbesondere neue Dinge zu entwickeln und voranzutreiben – das ist meine Motivation. Ich bin davon überzeugt, dass die HolzLand Community erfolgreich ist, wenn es die Mitglieder und die Zentrale sind.*

NEWS-Redaktion:

### Welche Trends sehen Sie in der Branche bei Ihren Themen?

Dirk Plosinjak:

*Es ist noch nicht lange her, da war das Stichwort „Digitalisierung“ für viele noch eine nicht greifbare Wortwolke. Heute kann*

*jeder schnell eine Handvoll Bereiche aufzählen, wo er für sein Unternehmen Schwachstellen erkannt hat und nun bereit ist, alte Denkmuster über den Haufen zu werfen. Die Digitalisierung ist dabei nicht das Problem – sie ist die Lösung. Dazu sind sauber strukturierte Arbeitsprozesse unerlässlich. Nahezu jedes Projekt hat mittlerweile Engpässe in den internen Abläufen.*

*Aktuelles Beispiel: Gerade in der Situation der angespannten Warenverfügbarkeit ist die Planung von Bestellungen – gepaart mit der stark veränderten Nachfrage – und der Preisentwicklung eine Herausforderung für Einkauf & Vertrieb, Lager & Logistik (Stichwort „Lagerplatz“) und Buchhaltung (Stichwort „Liquidität“). Fehlt bei der Steuerung dieser ineinandergreifenden Parameter die Struktur, entsteht ein Risiko, das mit den richtigen digitalen Ansätzen vermeidbar wäre.*

#### Zitat:

„Die Digitalisierung ist dabei nicht das Problem – sie ist die Lösung.“

Dirk Plosinjak



#### Ihr Ansprechpartner ist

Dirk Plosinjak

Bereichsleitung Beratung & Prozesse

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-34

Fax +49 (0) 231/53 46 40-634

Mobil +49 (0) 151/11 44 56 56

E-Mail [dirk.plosinjak@holzland.com](mailto:dirk.plosinjak@holzland.com)

## Einfach Türen weiß wie die Wand

Polarweiße Türen, passend zu den meistverkauften Wandfarben – nur von Mosel Türen.

#### „Türen weiß wie die Wand.“

Ein zugstarkes Verkaufsargument, das jeder Kunde sofort versteht und das Fachhändlern neue Margen bringt.



 **MOSELTÜREN**

# Neu bei HolzLand: Vincent Hoffmann- Schnelle stellt sich vor

Der Bereich Category Management unter der Leitung von Johannes Schulze hat im Januar gleich doppelt Verstärkung bekommen: Vincent Hoffmann-Schnelle und Christian Cordt. Wer sie sind, was sie an der Kooperation und dem Werkstoff Holz schätzen und noch vieles mehr – das verraten die beiden in ihren Steckbriefen.

## Kurzvita – Wer bin ich?

Ich bin Vincent Hoffmann-Schnelle, 28 Jahre alt und seit circa sieben Jahren Wahl-Dortmunder. Ursprünglich komme ich aus einem 500-Seelen-Dorf aus der Nähe von Soest.

## Mein Lieblingsholz?

Nussbaum

## Mein Weg zu HolzLand:

- BWL-Studium an der FH Dortmund (Schwerpunkt Supply Chain Management und Steuer-/Wirtschaftsprüfung)
- Werkstudent bei Vonovia (Einkaufsstreuung Bau)
- Werkstudent bei innogy SE (technischer Dienstleistungseinkauf)
- Vollzeitstelle bei Prosegur Services Germany GmbH (Einkäufer für Arbeitsmaschinen und Telefonie)

## Position bei HolzLand:

Category Manager SB-Ware/Kaufmännischer Mitarbeiter indirekter Einkauf

## Wie ist mein erster Eindruck?

Mein erster Eindruck ist super. Die Kolleginnen und Kollegen haben mich sehr gut aufgenommen. Es herrscht eine angenehme Arbeitsatmosphäre, alle sind sehr hilfsbereit. Dadurch, dass wir aktuell viele virtuelle Meetings durchführen, konnte ich trotz der Corona-Pandemie auch die HolzLand-Mitarbeiter im Homeoffice „kennenzulernen“. Somit hatte ich einen gelungenen Start trotz schwieriger Rahmenbedingungen.



Vincent Hoffmann-Schnelle. Bild: HolzLand

## Wie sieht mein Arbeitsalltag aus?

Von Alltag kann aufgrund der aktuellen Situation noch nicht wirklich die Rede sein. Aktuell kümmere ich mich viel um das Management der Corona-Prävention. Auch Lieferantengespräche, Preislisten und Beschaffung gehören zu meinem vielfältigen Aufgabengebiet in meinen Bereichen, namentlich indirekter Einkauf und die SB-Sortimente.

## Was macht die Holzbranche so interessant für mich?

Holz ist ein sehr interessanter Rohstoff, und der Markt wächst stetig weiter.

## Wie ich die Position von HolzLand darin sehe:

HolzLand schafft die richtigen Rahmenbedingungen und hilft allen Mitgliedern, sich gut auf dem Markt zu positionieren. Gerade in der aktuellen Situation ist dies besonders wichtig und wird entsprechend geschätzt.

## Warum Kooperation?

Gegenfrage: Warum nicht? Das hohe Volumen, das wir durch die Kooperation haben, macht den Einkauf aus meiner Sicht besonders interessant.

## Was ist das Besondere an der HolzLand-Community?

Das Besondere ist ganz klar der große Zusammenhalt. Zugleich sind alle immer am Puls der Zeit und setzen Dinge um. Hier ist auch Flexibilität gefragt, die definitiv nicht selbstverständlich ist.

## Was ist das Besondere am Werkstoff Holz?

Holz ist sehr vielfältig – das fasziniert mich besonders. Auch in Bezug auf „Nachhaltigkeit“ kann Holz auf ganzer Linie überzeugen.

# Christian Cordt stellt sich vor

## Kurzvita – Wer bin ich?

Ich heiße Christian Cordt, bin 29 Jahre alt und komme gebürtig aus Hamburg.

## Mein Lieblingsholz?

Teak-Holz

## Mein Weg zu HolzLand

- Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann bei der Alfred Neumann GmbH & Co. KG, einem Unternehmen für Holzim- und -export
- Achteinhalbjährige Tätigkeit bei W. Ludwig- & Co. in Hamburg im Einkauf/Vertrieb mit den Schwerpunkten Import und Großhandel

In der Zeit bei W. Ludwig- & Co. habe ich bereits viele HolzLand-Mitglieder betreut und kennengelernt. Mit meinem Umzug ins Ruhrgebiet Ende 2020 hat sich dann die Chance ergeben, selbst bei der HolzLand-Zentrale in Dortmund einzusteigen.

## Position bei HolzLand:

Sachbearbeiter Großhandel

## Wie ist mein erster Eindruck?

Mein erster Eindruck ist positiv. Der Start verlief auch in der aktuell besonderen Zeit sehr angenehm: Mir wurde ein Pate, also ein Kollege aus einer anderen Abteilung, zugeteilt, der mir seitdem mit Rat und Tat zur Seite steht. Außerdem gibt es regelmäßige Vorstellungsrunden, um auch die übrigen Kolleginnen und Kollegen kennenlernen zu können. Alle haben mich sehr nett und offen empfangen. Ich habe mich von Anfang an sehr wohlfühlt, und es herrscht immer eine familiäre Atmosphäre.

## Wie sieht mein Arbeitsalltag aus?

Weil ich von Anfang an aktiv in alle Themen einbezogen wurde, hat sich trotz der Corona-Pandemie inzwischen ein „Arbeitsalltag“ eingestellt. Durch die gute technische Ausstattung kann ich auch im Homeoffice optimal und effizient arbeiten.



Christian Cordt  
Bild: HolzLand

## Was macht die Holzbranche so interessant für mich?

Die Branche boomt und bildet dadurch ein sicheres Arbeitsumfeld. Holz wird in Zukunft als nachwachsender Rohstoff mehr und mehr an Bedeutung gewinnen. Mich fasziniert dabei besonders, welche guten Voraussetzungen Holz für neue Technologien bietet.

## Wie ich die Position von HolzLand darin sehe:

HolzLand nimmt eine wichtige Position in der Branche ein. Gerade auch in der aktuellen Zeit sieht man einmal mehr, wie hilfreich die Kraft der Gemeinschaft ist, und dass man unbedingt zusammen an einem Strang ziehen sollte.

## Warum Kooperation?

Ich kannte die Kooperation bisher nur aus der Perspektive des Handels und mich hat schon immer interessiert, was sich hinter den Kulissen abspielt.

Jetzt kann ich sagen: Mich faszinieren die abteilungsübergreifenden Prozesse, die ineinandergreifen und perfekt aufeinander abgestimmt sind, um allen Mitgliedern eine optimal zugeschnittene Dienstleistung zur Verfügung zu stellen.

## Was ist das Besondere an der HolzLand-Community?

Die HolzLand-Community ist geprägt von einem „Wir-Gefühl“. Außerdem wird nicht nur zukunftsorientiert gedacht, sondern auch entsprechend gehandelt.

## Was ist das Besondere am Werkstoff Holz?

Holz ist ein nachwachsender Rohstoff, der bereits seit Jahrtausenden aufgrund seiner vielen tollen Eigenschaften genutzt wird: Er ist vielfältig einsetzbar und leicht zu verarbeiten. Holz verbindet Natur und Technik. Dazu ist er ein ausgesprochen umweltfreundlicher Werkstoff, der in Zeiten von Klimaschutz immer mehr an Bedeutung gewinnt.



*HQ-DekoWall veredelt eine Wand in der Zentrale.  
Bilder: HolzLand*

## Punktuelter Einsatz – große Wirkung

# HQ wird in der Zentrale erlebbar

Der Effekt ist gewaltig: Nicole Aversch hat in der Zentrale zwei Wände großflächig mit der HQ-Deko-Wall verkleiden lassen – und plötzlich ist die HolzLand-Eigenmarke in aller Munde. „Das sieht ja edel aus.“ „Was für eine warme Atmosphäre.“ „Das will ich zu Hause auch haben.“ Es gibt viel Redebedarf. „Ziel erreicht“, findet Nicole Aversch und ist zufrieden. HQ wird in Dortmund neu und spürbar anders erlebt.

Das war pure Absicht – einerseits. Andererseits ging es der HolzLand-Geschäftsführerin auch darum, das direkte Arbeitsumfeld ihrer MitarbeiterInnen mit mehr HolzLand aufzuladen. Denn bislang kamen die Räume und Flure der Zentrale an der Deutschen Straße in Dortmunds Norden sehr nüchtern, fast ein bisschen steril daher. Hier dreht sich alles um Holz? Besucher zeigten sich schon mal irritiert über die kargen weißen Wände. Nun passt es. Außen ragt der ehemalige Zechenturm majestätisch in den Himmel, innen gehen durch punktuelle Maßnahmen die regionale Besonderheit des Standorts und 35 Jahre HolzLand eine gelungene Symbiose ein. Gleichzeitig präsentiert die Zentrale, wie vor Ort die Produkte von HQ zum Wohlfühlfaktor werden und ein anderes Einkaufserlebnis erzeugen können. Also: Hereinspaziert. Folgen Sie mir auf einem Rundgang.

Wir öffnen die Tür und betreten den Empfangsbereich. Sonnenstrahlen tanzen durch die gegenüberliegende Fensterfront. Die Wand hinter dem Tresen ist nun hellgrau gestrichen und bildet einen eleganten Kontrast zum knallroten HolzLand-Schriftzug darauf. Links ersetzen rehbraune Ohrensessel die beiden Vorgängermodelle aus schwarzem Leder. Dazwischen stehen drei kleine Tische. Ein Windlicht. Grünpflanzen. Gemütliche Lounge-Atmosphäre umhüllt den Besucher. „Wer stark ist, kann sich erlauben, leise zu sprechen“ steht auf einer Leinwand mit Treibholzmotiv. Solche Motivationssprüche sind auch auf andere großformatige Schwarz-Weiß-Bilder gedruckt. Sie hängen an neuralgischen Punkten in der Zentrale. In der Kaffeezone, im Pausenraum... Eine geniale Idee.



*Bilder mit den Logos der HolzLand-Mitglieder verleihen den Fluren eine ganz neue Atmosphäre.*

Die Büros in Dortmund gehen von zwei langen, schmalen Fluren ab. Früher versteckten sich an den weiß gestrichenen Wänden einige wenige Fotografien. Heute drängeln sich dort dicht an dicht Magnetbilder aller HolzLand-Mitglieder und den Top-Lieferanten. Die beeindruckende Galerie einer starken Community, die jeden Tag im Vorbeigehen Nähe schafft.

Wir gehen weiter. Unser Blick schweift zum Ende des Ganges und bleibt an der HQ-DekoWall Impress in Eiche Moraki hängen. Einfach schön, diese dunkle, fast schwarze Wand. Sie bildet die perfekte Kulisse für den goldenen Spiegel und zwei bequeme, braune Ledersessel. „Es ist witzig, wie viele Mitarbeiter spontan diese Deko-Wall anfassen“, erzählt Nicole Aversch. Ihr Büro grenzt direkt an die neu gestaltete Sitzzecke. „Ich freue mich jeden Morgen aufs Neue darüber, wie HQ überrascht und wie Eiche Moraki einem Raum eine vollkommen neue Ausstrahlung verleiht“, sagt die HolzLand-Geschäftsführerin. Ihr Telefon klingelt, wir setzen den Rundgang fort. Vorbei an der Kaffeeküche, die einen weinroten Anstrich erhalten hat und biegen in den zweiten Flur Richtung HQ-Ausstellung ein. Aus den Augenwinkeln nehmen wir HolzLand Verbeek, HolzLand Klatt und andere Händlerlogos wahr. Hinter den Glastüren an der linken Seite entwerfen die Kollegen aus der Grafik eine Beilage für Holz Junge, geradeaus reihen sich die Büros des Category Managements um HQ-Terrassendielen und Bodenmuster herum. Neue, goldfarbene Lampen unter der Decke verströmen weiches Licht. Akzente setzen mit der richtigen Beleuchtung – auch das war ein zentrales Ziel der Renovierungsarbeiten.

Wir erreichen den Besprechungstrakt. Dort macht HQ richtig gute Laune – ob an der Wand oder auf dem Boden. Die HQ-DekoWall in Eiche Luna und die Schlossdiele XL in Eiche Zaman sind zum Einsatz gekommen. Beide sind eher rustikal

in der Optik, beide liegen voll im Trend. Und beide verleihen dem Industrielook aus großen Metallfenstern, der im Inneren des Zechenturms herrscht, Wärme, Behaglichkeit und neuen Charme. Auf diese Weise sind stylische und funktionale Arbeitsräume entstanden, in denen die Mitarbeiter sich begegnen, gemeinsam an Konzepten arbeiten und kreativ werden können. Wie genau das aussieht? Im größten der Tagungszimmer steht beispielsweise kein langer Tisch mehr auf den neu verlegten HQ-Schlossdielen, sondern kleine Sitzgruppen laden zum intensiven Austausch ein. An einem riesigen Whiteboard erarbeiten zurzeit alle Mitarbeiter gemeinsam, für welche Werte HolzLand steht. „Wir lieben Holz“ ist einer, und er wird in der Zentrale nun auch spürbar und sichtbar.

Mit der Renovierung der Zentrale hat Nicole Aversch ein klares Ziel verfolgt. Sie wollte zeigen, dass man schon mit kleinen Veränderungen eine große Wirkung erzielen kann. Und sie wollte demonstrieren, dass HQ Raum benötigt, um nachhaltig zu wirken. Bei der Umsetzung des Projektes setzte die HolzLand-Geschäftsführerin auf die Zusammenarbeit mit Marco Israel. Aus gutem Grund: Der Design-Experte hat unter anderem bei Holz Ziller die sogenannten Unikat-Räume konzipiert, in denen Parkettböden in dazu passende Farbwelten verlegt wurden. Diese Ausstellungen wurden gerade mit dem Parkett Star 2020 ausgezeichnet. Nicole Aversch: „Wir werden die Expertise von Marco Israel noch intensiver nutzen, auch für unsere Händler. Denn ich bin der festen Überzeugung, dass nach Corona nicht nur die persönliche Fachberatung in den Geschäften, sondern auch das Wohlfühl-Einkaufserlebnis an Stellenwert gewinnen wird.“

### **HQ-DekoWall**

Spürbar schöne Wände – dieses Versprechen steht hinter der HQ-DekoWall. Die HolzLand NEWS sprachen mit Sebastian Kruczek, Geschäftsführer der F.W. Barth & Co. GmbH, über die Idee hinter der Produktlinie. „Holz ist zurück an der Wand“, sagt Kruczek. Der Grund für das Comeback: Mit einer Verkleidung aus Holz kann man einfach besondere Akzente setzen. „Viele wollen, dass eine Wand im Zimmer heraussticht. Wer dafür die DekoWall nutzt, gibt Räumen eine schöne warme Note“, meint Kruczek. Dies liege nicht nur an der Farbpalette, die zur Auswahl steht, sondern auch an den drei Oberflächenstrukturen – gesägt, gehobelt und gehackt. Sie verleihen der DekoWall eine lebendige und natürliche Optik. „Dieser Effekt offenbart sich den Kunden am besten anhand von großflächigen Musterwänden“, ist auch Sebastian Kruczek überzeugt.



Nicole Aversch und Marco Israel in der neu mit der HQ-DekoWall gestalteten Sitzzecke.



Bilder der Gesellschafter.



Aufenthaltsraum mit neuem Charme.

**Interview**

Marco Israel, Geschäftsführer der Pioneer Trading Company GmbH, hat die neuen Akzente in der HolzLand-Zentrale gesetzt. Die HolzLand-NEWS sprachen mit ihm über seine Vorgehensweise und wie man Holz gelungen kombiniert.

NEWS-Redaktion:

**Herr Israel, wie sind Sie bei der Umgestaltung der Zentrale vorgegangen?**

Marco Israel:

*Ich bin davon überzeugt, dass Design eine persönliche Identität haben sollte, und dass bei einer Umgestaltung die Ankerpunkte in Szene zu setzen sind. Das hat für mich eine deutliche Rolle. Als ich mit dem Entwurf der HolzLand Zentrale begann, versuchte ich, einige der wichtigsten Merkmale zu finden - und das waren Wärme und die Menschen, sowohl Mitarbeiter als auch Kunden.*

NEWS-Redaktion:

**Und wie war Ihre Vorgehensweise?**

Marco Israel:

*Wir haben ein in die Jahre gekommenes, angestaubtes Ambiente mit möglichst wenig Aufwand unter Berücksichtigung der HQ-Materialien aufgewertet. Mithilfe der HQ-DekoWall haben wir eine Erlebniswelt für das Publikum erschaffen. Dem kühlen und nüchternen Empfang, haben wir Wärme und Emotionalität verliehen, den langen, Krankenhaus-ähnlichen Fluren durch warmes Licht und mit mehr als 170 Magnetbildern der Gesellschafter und Anschlusspartner neuen Glanz gebracht."*



Marco Israel



Die Europäische Union hat ein Antidumpingverfahren in Bezug auf Birkenperrholz mit Ursprung in Russland eingeleitet.  
Bilder: Zollbehörde Deutschland.

## Schwierige Preisfindung

# Strafzölle bei Birken-Sperrholz

Die Europäische Union hat am 14. Oktober 2020 ein Antidumpingverfahren in Bezug auf Birkenperrholz mit Ursprung in Russland eingeleitet. Am 14. Mai können interessierte Parteien eine vorläufige Stellungnahme über die zu erwartenden Maßnahmen erhalten. Mit vorläufigen Antidumpingzöllen ist dann spätestens ab dem 14. Juni zu rechnen. Wie hoch diese ausfallen werden, ist derzeit nicht vorhersehbar. Fest steht nur: Spätestens am 1. Dezember sollen endgültige Antidumpingzölle eingeführt werden. Christian Thies, Category Manager Holzwerkstoffe bei HolzLand, hat sich bei einem Fachanwalt über das Verfahren und seine Auswirkungen aufklären lassen. Der HolzLand-NEWS gibt er einen Überblick.

Betroffen sind von den vorläufigen und endgültigen Antidumpingzöllen vor allem die Importeure, betont Thies. Es sei aber zu erwarten, dass diese die zusätzlichen Abgaben beim Weiterverkauf einpreisen werden. Seine Einschätzung: Die HolzLand-Händler sind eher mittelbar von den Antidumpingzöllen betroffen. Dennoch sollte jeder, der verzollte Ware eingekauft hat, keine Vereinbarungen unterzeichnen, mit denen der Importeur berechtigt ist, die Preise im Falle einer Rückwirkung nachträglich anzupassen.

### Einige Fakten zum Verfahren:

- Die rückwirkende Erhebung von Antidumpingzöllen ist an enge zeitliche Grenzen und inhaltliche Voraussetzungen geknüpft. So ist eine Erhebung für jeden Zeitpunkt ausgeschlossen,
- ▶ der mehr als 90 Tage vor der Einführung vorläufiger Antidumpingzölle liegt.
  - ▶ der vor Bekanntmachung der Einleitung des Antidumpingverfahrens liegt.

Ferner setzt die rückwirkende Erhebung von Antidumpingzöllen voraus, dass die betreffende Einfuhr zollamtlich erfasst wurde. „Diese zollamtliche Erfassung muss im Amtsblatt der Europäischen Union bekanntgemacht werden. Geschieht dies, kann das als Warnsignal für die Möglichkeit der rückwirkenden Erhebung von Antidumpingzöllen dienen“, heißt es in einem Schreiben der Anwaltskanzlei. Der damit verbundene Tipp lautet: Es ist unumgänglich, das Amtsblatt der EU regelmäßig zu prüfen. Christian Thies versichert: „Für die HolzLand-Zentrale schaut der zuständige Einkäufer regelmäßig in das Amtsblatt, um proaktiv reagieren zu können.“ Zudem würden momentan europäische Unternehmen akquiriert, um eine bessere Handlungsfähigkeit für die Beschaffung der Birkenperrhölzer



*Rückwirkende Zollerhebung muss hohe Kriterien erfüllen.*

herzustellen. Mit Erfolg: Ab 1. April nimmt HolzLand einen Hersteller aus Polen ins Lieferantenportfolio auf.

Neben den zeitlichen Grenzen spielen auch die inhaltlichen Voraussetzungen für die rückwirkende Erhebung von Antidumpingzöllen eine entscheidende Rolle. Dazu zählt, dass

- ▶ die betreffenden Einführer von der Kommission die Gelegenheit zur Stellungnahme erhielten.
- ▶ bei der betreffenden Ware schon früher Dumping über einen längeren Zeitraum vorlag oder der Einführer nach dem Ausmaß des Dumpings und der Schädigung auch vom Dumping an sich Kenntnis hatte oder hätte haben müssen.
- ▶ zusätzlich zu der Höhe der Einfuhren, die die Schädigung im Untersuchungszeitraum verursachten, ein erheblicher Anstieg der Einfuhren verzeichnet wird, der in Anbetracht der Zeitspanne und des Volumens die Abhilfewirkung des anzuwendenden endgültigen Antidumpingzolls wahrscheinlich ernsthaft untergraben wird.

Für eine rückwirkende Zollerhebung müssen all diese Kriterien erfüllt sein. Die Hürden sind also hoch. „Das schließt aber freilich im Einzelfall nicht aus, dass diese Hürden auch genommen werden und eine Rückwirkung angeordnet wird. Die praktischen Erfahrungen mit so einem Fall sind derzeit gering, sodass auch nur begrenzt kalkulierbar ist, wie die EU-Kommission die Vorschriften in der Praxis auslegt“, resümiert Christian Thies. Streng genommen lasse sich das Risiko nur dann vollständig umgehen, wenn man die Importe einstellt.

Zusammengefasst lässt sich also sagen: Die Ungewissheit bei den Antidumpingzöllen stellt eine riesige Herausforderung für den gesamten europäischen Handel in Bezug auf die Beschaffung von Birkenperrholzplatten dar. Die Preisfindung wird auch über den Mai hinausgehend schwierig bleiben, genauso wie die Verfügbarkeit. „Wir haben die Befürchtung, dass zukünftig dem Handel die Preise unverzollt angeboten werden“, sagt Thies. Die Konsequenz aus der unsicheren Lage: „Bis zur Festsetzung der Zölle können wir keine konkrete Aussage über die finalen Preise treffen.“ Deshalb suche die HolzLand auch über den neuen Lieferanten aus Polen hinaus weitere verlässliche Partner in Europa.

### Hintergrund

Die von dem Antidumpingverfahren betroffene Ware ist definiert als Sperrholz ausschließlich aus Furnieren mit einer Dicke von 6 Millimetern oder weniger, mit äußeren Lagen aus Holz der Unterposition 4412 33, mit mindestens einer äußeren Lage aus Birkenholz, auch beschichtet.

In zeitlicher Hinsicht sind zwei entscheidende Zeitpunkte im Verlauf eines Antidumpingverfahrens maßgeblich – der Zeitpunkt der Bekanntmachung der Einleitung des Verfahrens im Amtsblatt der Europäischen Union sowie der Zeitpunkt der Einführung vorläufiger Antidumpingzölle.

Weitere Informationen zu diesem Thema erteilt Christian Thies.



### Ihr Ansprechpartner ist

Christian Thies

Category Manager Holzwerkstoffe

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-56

Fax +49 (0) 231/53 46 40-656

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 43

E-Mail christian.thies@holzland.com

# Online-Seminar HolzLand denkt den Vertrieb weiter



Neue Themen im Blick: Außendienstler müssen immer digitaler aufgestellt sein. Bild: MONOPOLY919/shutterstock.com

Wie sieht heute eine zeitgemäße Kundenbetreuung im Außendienst aus? Mit dieser zentralen Frage beschäftigte sich ein Online-Seminar, das die HolzLand-Zentrale für ihre Mitglieder angeboten hat. Hintergrund der Veranstaltung sind die Kontaktbeschränkungen wegen der Corona-Pandemie und die daraus resultierenden Herausforderungen, für die der Vertrieb nun schon seit Monaten Lösungen und neue Strategien finden muss.

Sie digitaler Vorreiter in Ihrer Region", motivierte er die mehr als 50 Seminarteilnehmer. Der Zeitpunkt sei ideal, denn viele experimentierten mit den digitalen Möglichkeiten. Das habe zur Folge, dass der Anspruch an Technik und Performance von einer größeren Toleranz geprägt sei.

„Perfektion ist im Moment nicht angesagt. Viel wichtiger sind Authentizität und Spontanität“, meinte Germann. Gleichwohl

*Es ist egal auf welchem Weg der Kunde interessante Informationen erhält. Wichtig ist nur, dass diese von Ihnen kommen!*

Referent Erwin Germann machte gleich zu Beginn deutlich: „Die klassische Tourenplanung eines Außendienstlers gehört der Vergangenheit an.“ Stattdessen sollten Online-Kommunikations-Tools zu einem festen Bestandteil der strategischen Kundenbetreuung werden. „Der Schlüssel zum Erfolg liegt dabei in der Gesprächspolitik und der Beantwortung der Frage, wie gut können unsere Mitarbeiter die Themen auf anderen Kanälen vermitteln?“, betonte Germann und unterstrich: „Wenn wir ehrlich sind, sind alle Möglichkeiten der digitalen Kommunikation bereits vorhanden. Was fehlt, ist der Mut, sie auch konsequent einzusetzen.“ Seine Überzeugung: Pandemiezeit ist Pionierzeit. „Nutzen Sie die aktuelle Situation und werden

sei es unerlässlich, die eigenen Vertriebsmitarbeiter zu schulen, zu unterstützen und zu überzeugen. Ebenso wichtig: Den Vertrieb als Team zu denken. Einen Ansatz, den Stefan Rölller, HolzLand-Bereichsleiter Mitgliederbetreuung, bereits seit einiger Zeit verfolgt. Sein Credo: Innendienst und Außendienst müssen Hand in Hand arbeiten, Daten und Informationen müssen sauber und schnell für alle aufbereitet werden und verfügbar sein.

Ein weiteres Thema des Seminars war die strategische Gebietsbearbeitung. Erwin Germann gab nützliche Tipps, Stefan Rölller stellte den Zuhörern unter anderem das neue HolzLand-Tool zur

Potenzialanalyse vor, dass von den HolzLand-Regionalvertriebsmitarbeitern nun bei Bedarf und auf Anfrage erläutert wird. Wie notwendig mehr digitale Kompetenz im Außendienst ist, verdeutlichen Zahlen, die bei den Innungen und Handwerkskammern erhoben worden sind. Das Ergebnis zeigte eine klare Dreiteilung. Ein Drittel der Handwerker sind online-affin und nutzen die Möglichkeiten für ihren Betrieb. Ein Drittel der Handwerker sind digitale Minimalisten. Sie tun nur das, was unbedingt nötig ist. Und ein Drittel sind echte Traditionalisten. Für sie zählt nur der persönliche Kontakt vor Ort. Laut Prognosen der Innungen und Kammern wird sich diese Verteilung in absehbarer Zeit deutlich verschieben. Die Zielgruppe der Online-Affinen wird ihrer Meinung nach die stärkste Gruppe im Handwerk werden, mit mehr als 45 Prozent. Der Anteil der Minimalisten wird sich zudem um mehr als 10 Prozent auf 40 Prozent erhöhen. „Es muss uns also allen klar sein, dass das Handwerk mehrheitlich die digitalen Möglichkeiten begriffen hat“, brachte es Germann auf den Punkt. Der Holzfachhandel müsse seine Kundenbeziehungen daher anders aufbauen.

„Wir müssen vom Kunden aus denken und ihn über den Kanal abholen, den er nutzt und will“, verdeutlichte Stefan Röllner. Er nennt dies „Hybride Vertriebskommunikation“. Denn trotz aller Digitalisierung – Tugenden wie Verlässlichkeit und Pünktlichkeit sowie das persönliche Gespräch von Angesicht zu Angesicht bleiben für ihn unersetzliche Bausteine im Außendienst. Entscheidender Faktor ist die Kontaktqualität, betonte auch Erwin Germann abschließend noch einmal. Die Magie liege im Bewusstsein jedes einzelnen Kontaktes. Konkret heißt das: Weg vom Gießkannenprinzip, hin zu einer gezielten Ansprache. Der Anspruch müsse sein, dass der Handwerker die relevanten Informationen von uns bekommt – und zwar schnell, vollständig, zuverlässig und auf seine Bedürfnisse zugeschnitten.

#### 4 Faktoren für mehr Kontaktqualität

- ▶ Aktualität. Wenn wir der erste sind, haben wir den Neuigkeitsvorsprung.
- ▶ Informationsqualität. Der Schlüssel ist Prägnanz. Was muss der Verarbeiter wirklich wissen?
- ▶ Vermittlungsqualität. Können wir komplexe Sachverhalte verständlich vermitteln?
- ▶ Individueller Mehrwert. Warum muss der Handwerker bei uns kaufen?

### Neue Medien in der Kundenbetreuung (Profi-Kunden)

- ✓ Messengerdienste (z. B. WhatsApp® Business)
- ✓ Voice- und Videobotschaften
- ✓ Voice-Chat
- ✓ Video-Konferenz
- ✓ Online-Betreuung
- ✓ Nutzung von Screen-Sharing (Bildschirm teilen)

#### Ihre Ansprechpartner sind

Dirk Plosinjak  
 Bereichsleitung Beratung & Prozesse  
 Tel. +49 (0) 231/53 46 40-34  
 Fax +49 (0) 231/53 46 40-634  
 Mobil +49 (0) 151/11 44 56 56  
 E-Mail dirk.plosinjak@holzland.com

Daniel Bunk  
 Regionalvertriebsleiter Deutschland  
 Süd/West & Österreich/Schweiz  
 Tel. +49 (0) 231/53 46 40-50  
 Fax +49 (0) 231/53 46 40-650  
 Mobil +49 (0) 151/11 44 44 42  
 E-Mail daniel.bunk@holzland.com

Thomas Herzig  
 Regionalvertriebsleiter Deutschland  
 Nord/Ost  
 Tel. +49 (0) 231/53 46 40-46  
 Fax +49 (0) 231/53 46 40-646  
 Mobil +49 (0) 151/11 44 44 76  
 E-Mail thomas.herzig@holzland.com

Frank Menke  
 Regionalvertriebsleiter Deutschland  
 Mitte/West  
 Tel. +49 (0) 231/53 46 40-47  
 Fax +49 (0) 231/53 46 40-647  
 Mobil +49 (0) 151/11 44 44 22  
 E-Mail frank.menke@holzland.com



## Beim Dreh der HQ Roadshow 2021 digital „Gar nicht so einfach, ins Leere zu sprechen“

Sebastian Krawiecsek befestigt das Mikrofon. David Hohmann checkt die Kamera. Johannes Schulze geht noch einmal seine Aufzeichnungen durch. Dann wird es mucksmäuschenstill im Raum. 3 – 2 – 1. Willkommen zur HQ-Roadshow 2021 digital. Johannes Schulze, Bereichsleiter Category Management, begrüßt seine imaginären Zuhörer. „Stopp“, ruft Sebastian Krawiecsek. Ton und Bild sollen überprüft werden. Gebannt schauen alle drei auf den Monitor. Ein kurzes Nicken, und los geht es. Aufnahme für Video Nummer eins.

Souverän analysiert Johannes Schulze die Erfolgsgeschichte von HQ im vergangenen Jahr und führt aus, was die Zuhörer in den nächsten Minuten erwartet – jede Menge Informationen rund um die HQ-WohnWelten. „Wir gehen richtig in die Tiefe“,

verspricht Johannes Schulze. Umsatzentwicklung mit den einzelnen Lieferanten für jede HQ-Welt, Sortimentsgestaltung, neue Produkte – das Category Management setzt auch digital auf Transparenz und detaillierte Analysen. Das Beste daran: Jeder HolzLand-Gesellschafter kann sich sein Video so zusammenstellen, wie es für ihn passt. Denn: Für jede HQ-WohnWelt gibt es einen eigenen Film, Hauptdarsteller sind die jeweiligen Category Manager.

„Es ist gar nicht so einfach, ins Leere zu sprechen“, stöhnt Jens Mundthal. Der Boden-Experte von HolzLand hat gerade Zahlen, Fakten und Trends zur HQ-BodenWelt vor der Kamera präsentiert. Die wohngesunden Designböden sind stark gewachsen, der Trend zu Landhausdielen ist ungebremsst. Als Neuheit präsen-



*Das HQ-Team: v.l. Jürgen Müller, Jens Mundthal, Laura Hilsmann, Christian Thies und Johannes Schulze. Vor der Aufnahme wurden alle fünf negativ auf das Corona-Virus getestet. Bild: HolzLand*

tierte er unter anderem die neue Kollektion Piadesa ADVANCE, ein Natur-Designboden für Feuchträume geeignet, preislich sehr interessant, in trendigen Dekoren.

Als Zweiter schlüpft Jürgen Müller in die Rolle des Moderators und eröffnet virtuell die HQ-GartenWelt. Er hat hervorragende Zahlen zu verkünden. Mit einem Plus von 34,6 Prozent hat „sein“ Sortiment das Jahr 2020 abgeschlossen. Besonders stark: massive BPC-Profile. Bei den Holzarten bleibt sibirische Lärche gefragt. Bambus massiv hat eine sehr gute Entwicklung genommen. Thermoholz Esche und Kiefer blieben dafür hinter den Erwartungen zurück.

Klick für Klick erscheinen neue Folien auf dem Teleprompter. Prognosen, Neuheiten. Infos zum HQ-Terrassenplaner. „Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit“, sagt Jürgen Müller. Cut. Fertig. „Puh, das ist schon eine ungewohnte Rolle“, gibt er zu und verlässt den Raum in Richtung Schreibtisch.

Am Nachmittag tritt Christian Thies vor die Kamera. Mikro auf, ein kurzes Nicken von Sebastian Krawiecsek, die Aufzeichnung beginnt. Es ist 15 Uhr. Um 16 Uhr kommt Christian

Thies erleichtert aus dem Studio hinten links in der Zentrale in Dortmund. Richtig gelesen: STUDIO. Da HolzLand immer digitaler wird, hat die Zentrale einen Raum als multifunktionales Ton- und Filmstudio umgerüstet. Mit hochwertigem Equipment, Scheinwerfern, Pult und Wänden, auf denen einfach und effektiv unterschiedliche Hintergründe installiert werden können. Heute prangt dort in großen Lettern „HQ Roadshow 2021“ und abwechselnd HQ-GartenWelt, HQ-BodenWelt, HQ-TürenWelt und HQ-MöbelWelt.

Als alle Filme abgedreht sind, geht es für Sebastian Krawiecsek, HolzLand-Systemadministrator, und David Hohmann weiter. Die einzelnen Filme müssen geschnitten und nachbearbeitet werden. David Hohmann hat übrigens schon in seiner Jugend hinter der Kamera gestanden und nach seinem Abitur einige Jahre für das Fernsehen gedreht, ehe er zu HolzLand ins Marketing wechselte.

Johannes Schulze zieht nach dem Drehtag ein positives Fazit: „Natürlich hätten wir die HQ-Roadshow gerne zusammen mit unseren Händlern veranstaltet. Aber wir haben mit dem digitalen Format eine gute Möglichkeit gefunden, unseren Händlern die HQ-WohnWelten umfassend und detailliert zu vermitteln.“



Das Equipment passt. Bilder: HolzLand

**Ihre Ansprechpartner sind**

Laura Hilsmann

Assistenz Eigenmarke HQ/Category Management

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-53

Fax +49 (0) 231/53 46 40-653

E-Mail [laura.hilsmann@holzland.com](mailto:laura.hilsmann@holzland.com)

Jürgen Müller

Category Manager Garten

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-49

Fax +49 (0) 231/53 46 40-649

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 74

E-Mail [juergen.mueller@holzland.com](mailto:juergen.mueller@holzland.com)

Jens Mundthal

Category Manager Boden/Wand/Decke

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-54

Fax +49 (0) 231/53 46 40-654

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 75

E-Mail [jens.mundthal@holzland.com](mailto:jens.mundthal@holzland.com)



Matz ab: David Hohmann hat schon für das Fernsehen gedreht.

Christian Thies

Category Manager Holzwerkstoffe

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-56

Fax +49 (0) 231/53 46 40-656

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 43

E-Mail [christian.thies@holzland.com](mailto:christian.thies@holzland.com)



Das Team im HQ-Studio: v.l. Jürgen Müller, Johannes Schulze, Laura Hilsmann, Jens Mundthal und Christian Thies.

Johannes Schulze

Bereichsleitung Category Management

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-40

Fax +49 (0) 231/53 46 40-640

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 30

E-Mail [johannes.schulze@holzland.com](mailto:johannes.schulze@holzland.com)

## Digitale Kompetenz

# HolzLand-Online-Shop mit Rekordniveau im ersten Quartal 2021

Die Digitalisierung von HolzLand nimmt weiter Fahrt auf. Allein im März wurden 31 neue Lieferanten im Produktinformationsmanagement (PIM) aktualisiert. Die Arbeit, die dahintersteckt, lässt sich am Besten in einer Zahl verdeutlichen: 95.614 Artikel haben die Experten aus der Zentrale in das System eingespeist. „Das ist eine Top-Leistung“, lobt Christian Haltermann, Bereichsleiter Digitale Services. Er verzeichnet zudem weiterhin extrem viele Händleranfragen für die Erstellung von Commodity-Artikeln im Bereich Holz und Baustoffe.

Richtig Freude bereitet auch der HolzLand-Onlineshop. Dessen Umsatz hat sowohl im Januar als auch im Februar 2021 die besten Werte seit dem Rekordmonat April 2020 erzielt. Der März war umsatzseitig sogar der stärkste Monat seit Go-live. Neben den Bestellungen sind über 7.500 Kundenanfragen im ersten Quartal 2021 über die Plattform bei den teilnehmenden HolzLand-Mitgliedern eingegangen. „Das ist ein absolutes Rekordniveau, und die Zahl der Anfragen liegt sogar doppelt so hoch wie gewöhnlich“, betont Christian Haltermann. Es verwundert also wenig, dass immer mehr HolzLand-Händler zum Erfolgs-Marktplatz dazugehören wollen. Mit HolzLand Neckarmühlbach und HolzLand Köhrmann sind just zwei neue Teilnehmer live gegangen. Die Einbindung von Holz Eick ist fast abgeschlossen, einige weitere Händler befinden sich ebenfalls im Onboarding-Prozess.

Dass HolzLand die digitale Kooperation der Branche ist, zeigt sich auch daran, dass die E-Commerce-Plattform kontinuierlich auf die aktuellsten Standards gehoben wird. „Von unseren Entwicklungen profitieren alle Teilnehmer unmittelbar, weil sie stets automatisch die neueste Version des Shops nutzen“, bekräftigt Christian Haltermann. Darüber hinaus lassen die einzelnen Händler ihre individuellen Shops ständig durch das E-Commerce-Team in der HolzLand-Zentrale optisch und inhaltlich anpassen und weiterentwickeln – immer mit dem

Ziel, ihre Kunden bestmöglich digital und stationär an sich zu binden. Sichtbarkeit ist dabei ein entscheidendes Thema – und bei dem ist und bleibt HolzLand in der Branche führend aufgestellt. Mobil und am Desktop. Haltermann: „Unsere mobile Sichtbarkeit bei Google ist in den vergangenen Wochen gut gestiegen. Unser Ziel ist es jetzt, die Sichtbarkeit auf allen Endgeräten weiter zu steigern. Dafür haben wir bereits einige Maßnahmen in der Umsetzung.“



HolzLand Köhrmann bewirbt und verlinkt den neuen Online-Shop prominent auf der eigenen Webseite. Viele Kunden sind so bereits zu der Plattform gelangt.



Unter anderem durch das individuelle Logo im Headerbereich können die Kunden direkt sehen, dass sie sich hier im Online-Shop von HolzLand Neckarmühlbach befinden.

Ausbildung bei HolzLand

# Interview mit Tobias Esch, Holz Gießen

## Steckbrief



**Name:**

Tobias Esch

**Alter:**

23 Jahre

**Studium/Studiengang:**

BWL-Studium zusätzlich Branchenhandel Holz

**Wohnort:**

unter der Woche: Gießen,  
Wochenende: Schleiden in der Eifel

**Hobbys:**

Fußball, generell Sport, Lesen

**Liebingsholz:**

Nussbaum

*Tobias Esch. Bilder: Scherf-Gruppe*

# Interview

NEWS-Redaktion:

**Erzähl doch mal etwas über dich, wie verlief deine Laufbahn bis jetzt und wie bist du zu HolzLand und dem Dualen Studium gekommen?**

Tobias Esch:

*Ein Jahr vor meiner Ausbildung bei der Scherf-Gruppe hatte ich dort ein 3-wöchiges Praktikum. Das Thema Holz interessiert mich, und ich sehe die Holzbranche als zukunftsfähig an. Nach dem Praktikum bekam ich ein Angebot zur Ausbildung bei Scherf. Ich war der erste, der eine 4-jährige Ausbildung verbunden mit einem Dualen Studium machen durfte. 2016 hat die Berufsschule begonnen, ich bin ein Jahr zur Berufsschule gegangen, 2017 begann das Studium. 2019 habe ich meine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann beendet, im September 2020 kam der Bachelor of Arts dazu. Seit Dezember 2020 bin ich nun bei HolzLand Gießen.*

NEWS-Redaktion:

**Wieso hast du dich für eine duale Ausbildung entschieden und nicht für einen Vollzeit-Studiengang?**

Tobias Esch:

*Ich wollte gerne nach der Schule direkt arbeiten, Praxis-Erfahrungen waren mir sehr wichtig. Das BWL-Studium mit Holzmodul war deswegen auch so interessant, weil es näher an der Praxis ist, es sich um eine Klasse handelt und nicht um Vorlesungen mit 500 Leuten. Dadurch entstand intensiverer und praxisorientierter Unterricht. Ich kann das Studium nur weiterempfehlen. Mir hat es geholfen, eigene Ideen in den Betrieb mit einzubringen. Und man lernt mit Kunden, Lieferanten und Mitbewerbern zusammen.*

NEWS-Redaktion:

**Wo hast du studiert und wie hieß der Studiengang?**

Tobias Esch:

*Duale Hochschule Baden-Württemberg in Mosbach, BWL Branchenhandel Holz (Bachelor of Arts).*

NEWS-Redaktion:

**Wie war das Studium für dich? Wie warst du zeitlich eingebunden? Wie war die Zusammensetzung aus Studieren, Arbeiten und Freizeit?**

Tobias Esch:

*Ich bin zwischen meiner eigenen Wohnung in Gießen, meinem Elternhaus in der Eifel und meinem Platz im Studienheim in Mosbach gependelt. Von Schleiden bis Mosbach sind es zum Beispiel 3,5 Stunden bis 4 Stunden, dadurch hatte ich wenig Freizeit. Zumal ich in den Semesterferien gearbeitet habe und den Stoff trotzdem weiter aufholen musste. Zwischen 8 bis 16 Uhr waren Vorlesungen, unter anderem auch praxisorientierte Ausflüge. Man muss das wollen, und man muss hohes Engagement besitzen.*

NEWS-Redaktion:

**Hat Corona in deinem Studium schon eine Rolle gespielt?**

Tobias Esch:

*Das 5. Semester endete im Januar 2020 und verlief normal. Das 6. Semester war komplett online. Das war sehr ungewohnt für mich, und es war auch noch nicht so gut ausgearbeitet, weswegen das Studieren nicht so einfach wie mit Präsenzunterricht war. Irgendwann habe ich mich aber dran gewöhnt, auch die Klausuren online zu schreiben. Es war zwar chaotisch und neu für Studierende und Dozenten, jedoch nicht zum Nachteil der Noten. Der Lerneffekt war aber nicht der Gleiche, und der Austausch während der Bachelor Arbeit war schwieriger.*

NEWS-Redaktion:

**Wir haben gehört, dass dir ein zweimonatiges Praktikum bei Holz Keplinger angeboten wurde, erzähl doch mal wo und wie es dort war und wie es dazu gekommen ist.**

Tobias Esch:

*Ich wollte gerne mal ein anderes Unternehmen und einen anderen Markt kennenlernen. Zuerst habe ich es in Deutschland versucht, doch das war schwierig wegen der Konkurrenzsituation. Mein Chef Jochen Scherf (Scherf-Gruppe) kam dann zu mir und schlug Österreich (Holz Keplinger) vor. Das war ein anderer Markt und ein ganz anderes Bewusstsein für Holz. Zuerst war es etwas schwierig, mich an die Sprache zu gewöhnen. Ich habe jedoch viel gesehen und viele Ideen im eigenen Unternehmen einbringen können. Und andersherum: Ideen von uns habe ich bei Keplinger platziert.*

NEWS-Redaktion:

**Was hast du aus dem Studium mitgenommen?**

Tobias Esch:

*Das Netzwerk, das nicht nur aus den Mitstudierenden besteht, sondern auch aus dem Management-Club Holzhandel, in dem alle Studenten, die jemals den Studiengang belegt haben, organisiert sind. Ich habe viele persönliche Erfahrungen sammeln können, bin selbstbewusster und offener geworden, habe mich selbst besser kennen gelernt und weiterentwickelt. Ich konnte viele neue Freundschaften schließen.*



*Tobias arbeitet als Junior Sales Manager.*

NEWS-Redaktion:

**Wo arbeitest du jetzt und was hat dir dein Studium für deine jetzige Arbeitsstelle gebracht?**

Tobias Esch:

*Hauptsächlich arbeite ich im Vertrieb (Junior Sales Manager) bei HolzLand Gießen (Scherf-Gruppe). Da hilft das Studium sehr, weil ich mir viel Wissen über Holzwerkstoffe, Grundlagen über Mitarbeiterführung, Finanzierungen und generelles unternehmerisches Verständnis aneignen konnte. Bei meiner jetzigen Arbeit erhalte ich viele Einblicke in alle Abteilungen, Strukturen der Lieferanten und unterstütze die Geschäftsführung.*

NEWS-Redaktion:

**Wo siehst du dich in 10 Jahren? Arbeit oder Abenteuer?**

Tobias Esch:

*Eine 40 bis 50 Stunden-Woche hat schon viel Einfluss auf das Privatleben, aber ich sehe das noch positiv. Mir macht es Spaß zu arbeiten, ich sehe mich in zehn Jahren auch noch in der Branche. Ich komme ganz gut klar damit, dass sich die Arbeit durch Homeoffice und so weiter ins Privatleben einmischt, und ich bin gerne unterwegs. Momentan lebe ich für die Arbeit, erst wenn ich sesshaft werde, würde ich kürzertreten.*



*Tobias an seinem Arbeitsplatz in Gießen.*

# Interne Praktikumsbörse für Azubis

## HolzLand @connects

„Ich habe viel gesehen und viele Ideen in mein Unternehmen einbringen können.“ Tobias Esch ist absolut zufrieden mit seinem zweimonatigen Praktikum, das er bei der Keplinger GmbH in Österreich absolvieren konnte. Den Platz hatte ihm sein Chef Jochen Scherf vermittelt, die Idee, nach dem Abschluss des Dualen Studiums noch einmal ein anderes Unternehmen kennenzulernen, kam von Tobias Esch selbst.

Nun stellt sich die Frage: Wie gehen wir mit dieser positiven Erfahrung von Esch, Holz Keplinger und Holz Scherf um? „Ganz einfach, wir nutzen sie“, sagt Nicole Aversch und lacht. Ihre Idee: HolzLand initiiert eine Art interne Praktikumsbörse. Was genau das heißt? HolzLand-Unternehmen, die einem Auszubildenden einen Praktikumsplatz anbieten können, melden sich in der Zentrale. Gleiches gilt für HolzLand-Mitglieder, die einen Platz für ihren Lehrling suchen. Tanja Mohnke, bei HolzLand zuständig für die Akademie, wird alle Anfragen und Offerten koordinieren und entsprechende Kontakte herstellen. Sie ist überzeugt davon, dass sich für alle Beteiligten eine Win-Win-Situation ergibt. Die Auszubildenden können über den Tellerrand schauen und wichtige Erfahrungen sammeln, die Ausbilder erhalten neuen Input und eine andere Option der individuellen Förderung.

„Ich finde, so eine interne Praktikumsbörse ist auch eine ganz besondere Art von Networking und stärkt die HolzLand-Community“, betont Tanja Mohnke, für die dieses Projekt eine Herzensangelegenheit und eine ideale Ergänzung zur HolzLand-Akademie ist. Sie zählt weitere Vorteile des Azubi-Tauschs auf: Die Teilnehmer lernen neue Arbeitsweisen und andere Märkte kennen und erfahren Wertschätzung. „Letztendlich zahlt sich dieser Perspektivwechsel aus, weil die Auszubildenden selbstständiger werden und den Holzhandel noch einmal von einer anderen Warte aus kennenlernen“, meint Tanja Mohnke.

Nicole Aversch wiederum stellt den Nutzen dieses Projekts für die Kooperation als Arbeitgebermarke heraus. „Wir wissen alle, wie hart umkämpft der Ausbildungsmarkt ist. Wir könnten uns mit dieser Aktion deutlich hervorheben und haben so die Mög-

lichkeit, dem Fachkräftemangel langfristig entgegenzuwirken“, erläutert sie. HolzLand sei eine starke Community – dies sollte man gerade auf dem Ausbildungsmarkt nutzen. „Es geht nicht nur darum, unseren Auszubildenden ein Plus an Förderung zu verschaffen. Es geht auch darum, die besonderen Vorteile einer Ausbildung in unserer Kooperation herauszustellen“, bekräftigt Aversch.

Interessierte können sich ab sofort bei Tanja Mohnke melden. Sie wird zudem eine Umfrage starten, um zu eruieren, welche Händler sich an einer Praktikumsbörse beteiligen möchten.



### Ihre Ansprechpartnerin ist

Tanja Mohnke  
Kaufmännische Referentin /  
Leitung Akademie

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-39  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-639  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 34  
E-Mail [tanja.mohnke@holzland.com](mailto:tanja.mohnke@holzland.com)

# HolzLand-Marketing stellt sich neu auf

## Aus 2 mach 7 – Die Formel für noch bessere Betreuung, Beratung und Umsetzung



Die Anforderungen an Marketing-Leistungen werden immer höher und komplexer. Deshalb haben wir für Sie reagiert und Maßnahmen inklusive Strukturanpassungen vorgenommen.

Anstatt bislang zwei Ansprechpartnern – den beiden strategischen Beraterinnen Christiane Bergmann und Alexandra Schaut – stehen allen HolzLand-Mitgliedern nun insgesamt sieben Ansprechpartner zur Verfügung, konkret sind das die beiden strategischen Beraterinnen plus fünf Projektmanagerinnen. In der Aufteilung der Arbeit stellt sich das wie folgt dar: Jedes Mitglied wird ab sofort von einer strategischen Beraterin im Außendienst und einem Projektmanager im Innendienst betreut. „De Facto ist das eine Verdopplung der Ansprechpartner ohne Mehrkosten in der HolzLand-Zentrale“, betont Nicole Aversch mit großer Freude.

„Diese neue Struktur verbessert die Ansprache erheblich. Positive Rückmeldungen sind bereits im Januar eingegangen. Insbesondere die proaktive Ansprache und Beratung über-

zeugen“, ist Marketing-Teamleiterin Julia Latussek überzeugt. Ausschlaggebend dafür: Jeder Mitarbeiterin sind nun feste HolzLand-Händler zugeordnet. „Das verbindet und schafft Vertrauen“, bekräftigt Marketing-Bereichsleiter Michael Krohe. „So kann wichtiges Wissen über den jeweiligen Händler noch gezielter aufgebaut werden. Dieses ist absolut notwendig, um den richtigen Mix aus Marketing-Leistungen zusammenzustellen und zielgerichtet bessere Kommunikationsergebnisse zu generieren.“ Genau das ist nicht nur in der Pandemiephase entscheidend, sondern auch danach.

Erste Entwicklungen geben ihm Recht. Immer mehr HolzLand-Mitglieder beauftragen das „eigene“ Inhouse-Marketing. Das ist nicht nur kostengünstiger und investitionssicherer, als die Beauftragung externer Agenturen. Sondern auch effizienter. „Bei uns sitzt das Wissen. Externe müssen sich erst in holzfachspezifischen Sachverhalte einarbeiten. Das HolzLand-Marketing kennt die Branche wie aus der Westentasche“, betont Michael Krohe. Und konkretisiert: „35 Jahre Erfahrung stecken in



den Marketing-Leistungen und unterscheiden sich deshalb teilweise wesentlich in der sogenannten Performance.“ Er ist absolut überzeugt davon, dass das HolzLand-Marketing-Team den Unterschied macht und einen positiven Einfluss auf den lokalen Standort ausübt. „Die deutliche Vergrößerung des Marketing-Teams in Richtung Partner ist dabei ein essentieller Baustein“, merkt Michael Krohe an.

Um die internen Abläufe zu vereinfachen und die kaufmännischen Prozesse zu konzentrieren, hat David Hohmann die Position „Marketing Controlling + Lieferantenmanagement“ übernommen. Damit können die sieben Ansprechpartner sich voll und ganz auf die Mitgliederansprache konzentrieren.

In der kommenden Ausgabe der NEWS werden wir über die Ergebnisleistungen des HolzLand-Marketings berichten. Seien Sie jetzt schon gespannt darauf!

**Ihre Ansprechpartnerinnen sind**

Michaela Baarss

Projektmanagerin Marketing Nord /  
Business Development Marketing

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-78

Fax +49 (0) 231/53 46 40-678

E-Mail [michaela.baarss@holzland.com](mailto:michaela.baarss@holzland.com)



Julia Baum

Projektmanagerin Marketing Nord

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-70

Fax +49 (0) 231/53 46 40-670

E-Mail [julia.baum@holzland.com](mailto:julia.baum@holzland.com)



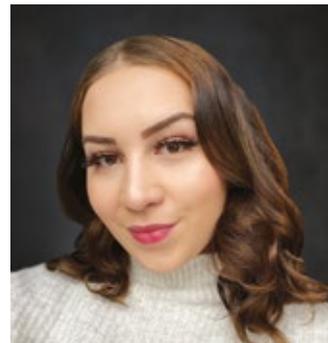
Nele Ambrosius

Auszubildende Kauffrau für  
Marketingkommunikation

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-73

Fax +49 (0) 231/53 46 40-673

E-Mail [nele.ambrosius@holzland.com](mailto:nele.ambrosius@holzland.com)



Julia Latussek

Teamleitung Projektmanagement /  
Projektmanagerin Marketing Süd

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-76

Fax +49 (0) 231/53 46 40-676

Mobil +49 (0) 151/11 44 44 25

E-Mail [julia.latussek@holzland.com](mailto:julia.latussek@holzland.com)



Vivien Rammelmann

Projektmanagerin Marketing Süd

Tel. +49 (0) 231/53 46 40-74

Fax +49 (0) 231/53 46 40-674

E-Mail [vivien.rammelmann@holzland.com](mailto:vivien.rammelmann@holzland.com)



## HolzLand-PIM

Artikelstammdaten 11/2020	1.299.729
Artikelstammdaten 04/2021	1.396.631

Partner aktiv 11/2020	133
Partner aktiv 04/2021	133

Lieferanten aktiv 11/2020	211
Lieferanten aktiv 04/2021	215

## EDI-Portal

Rechnungsbelege 31.12.2020	652.936
Rechnungsbelege 31.03.2021	155.687

### EDI-Rechnungsverfahren 2020

Lieferanten aktiv	183
Lieferanten in Vorbereitung	59

### EDI-Bestellverfahren 2020

Lieferanten aktiv	53
Lieferanten in Vorbereitung	-

### EDI-Bestellbestätigung 2020

Lieferanten aktiv	7
Lieferanten in Vorbereitung	2

**Südmetall®**

**SCHWARZ**  
IST DAS NEUE SILBER

Smart Everest

Süd-Metall Beschläge GmbH | T +49 (0) 8654 4675-50 | F +49 (0) 8654 4675-70 | info@suedmetall.com | www.suedmetall.com



Viele Unternehmen schließen wegen der Corona-Pandemie. In einem Online-Seminar ging es im November thematisch passend um Insolvenzrisiken.  
Bild: Wirestock Creators/shutterstock.com

## Insolvenzrisiken

# Komplexes Thema prägnant und praxisnah erklärt

Mit zunehmender Dauer der Einschränkungen im Wirtschaftsleben durch die Corona-Pandemie steigt auch das Risiko für Zahlungsschwierigkeiten und daraus resultierend das Risiko für erhöhte Forderungsausfälle wegen Insolvenzen.

Im Rahmen eines anderthalbstündigen HolzLand-Online-Seminars im vergangenen November hat Referent Rechtsanwalt Lutz Paschen den 41 teilnehmenden HolzLand-Mitgliedern nicht nur die Grundzüge des Insolvenzrechts aus Sicht der Gläubiger erläutert, sondern auch praxisnahe Handlungsempfehlungen aufgezeigt.

„Im Nachgang haben wir den Teilnehmern die Präsentation zukommen lassen und auch noch das eine oder andere Thema zum besseren Verständnis aufgegriffen. Trotzdem ist in Zweifelsfällen in der Praxis immer empfohlen, anwaltlichen Rat einzuholen, vor allem bei größeren Summen“, betont Dirk Plosinjak, Bereichsleiter „Beratung und Prozesse“ bei HolzLand. „Mit Kenntnissen aus dem Online-Seminar können zwar

keine Kundeninsolvenzen vermieden werden, aber mit den vermittelten Maßnahmen reduziert sich das Risiko, dass man selbst weitere erhebliche wirtschaftliche Nachteile erleidet“, so Plosinjak abschließend. Er freut sich über die gelungene Veranstaltung, die eine Menge positives Feedback bekommen hat. Kein Wunder, dass dies nicht das letzte Seminar zu diesem wichtigen Thema gewesen sein soll.

Auf den folgenden Seiten finden sich weiterführende Informationen und Praxisbeispiele. Bei Fragen steht Dirk Plosinjak als Ansprechpartner gerne zur Verfügung.

### Ihr Ansprechpartner ist

Dirk Plosinjak  
Bereichsleitung Beratung & Prozesse  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-34  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-634  
Mobil +49 (0) 151/11 44 56 56  
E-Mail [dirk.plosinjak@holzland.com](mailto:dirk.plosinjak@holzland.com)



Gerade im vergangenen Jahr kam es durch die Corona-Pandemie zu Einschränkungen im Wirtschaftsleben. Wie 2021 verläuft, bleibt abzuwarten.  
Bild: Miha Creative/shutterstock.com

### Schwacher & starker vorläufiger Verwalter

Viele gehen von der falschen Annahme aus, dass eine Bestellung von Waren durch den (vorläufigen) Insolvenzverwalter mit einer Zahlungsgarantie verbunden ist.

lung als „starker vorläufiger Verwalter“ oder bei Eröffnung des Insolvenzverfahrens werden Ausfallrisiken bei der Weiterbelieferung minimiert, bleiben aber nicht ausgeschlossen.

Im vorläufigen Insolvenzverfahren wird meist ein sog. schwacher Verwalter bestellt, dessen Haftung für die ausgelösten Bestellungen beschränkt ist. Erst bei einer gerichtlichen Bestel-

Nachstehende Aufstellung kann helfen, das Risiko einer Weiterbelieferung eines Kunden im vorläufigen Insolvenzverfahren selbst zu bewerten:

	schwacher vorläufiger Verwalter	starker vorläufiger Verwalter
<b>Gerichtsbeschluss</b>	„Verfügungen des Schuldners sind nur mit Zustimmung des vorläufigen Insolvenzverwalters wirksam.“	„Dem Schuldner wird ein allgemeines Verfügungsverbot auferlegt.“
<b>Rechtsfolge</b>	Verfügungen des Schuldners sind nur wirksam, wenn der vorläufige Verwalter zustimmt, die Geschäftsführung bleibt beim Schuldner	Verwaltungs- und Verfügungsbefugnis geht auf den Verwalter über, dieser übernimmt die Geschäftsführung
<b>Qualität der Forderungen</b>	Forderungen aus weiteren Geschäften sind nur einfache Insolvenzforderungen (= Tabellenforderungen, werden nur mit Insolvenzquote bedient), Zahlungen daher nur auf freiwilliger Basis	Begründet Masseverbindlichkeiten (werden aus der Masse bezahlt)
<b>Haftung des vorläufigen Verwalters</b>	haftet nur ausnahmsweise persönlich (§ 60 InsO)	haftet persönlich für Masseverbindlichkeiten, wenn er deren Nichterfüllbarkeit schuldhaft verkannt hat (§ 61 InsO)
<b>Anfechtung (§§ 129 ff. InsO)</b>	bei Zahlungen im Eröffnungsverfahren möglich	normalerweise ausgeschlossen
<b>Ausfallrisiko für Leistungen im Insolvenzeröffnungsverfahren</b>	kein rechtlich durchsetzbarer Anspruch	nur bei Masseunzulänglichkeit
<b>Empfehlung</b>	vor Weiterbelieferung unbedingt anwaltlichen Rat einholen	Beratung geboten, Liquiditätsplanung prüfen

## Insolvenzanfechtung vermeiden

Mit der Reform der Insolvenzanfechtung, also der Rückforderung des Insolvenzverwalters auf bereits bezahlte Rechnungen aus der Zeit vor der Insolvenz, wurde der Zeitraum von zehn auf vier Jahre vor Insolvenzantrag mittlerweile begrenzt und die rechtlichen Hürden angehoben.

Das eigene Debitorenmanagement sollte jedoch so aufgestellt sein, dass Gründe zur Anfechtung durch einen späteren Insolvenzverwalter vermieden werden.

Ist ein Kunde mit seinen Zahlungen säumig oder bestehen Anzeichen einer Schieflage, sollte der liefernde Händler als Präventivmaßnahme auf das sog. privilegierte Bargeschäft umstellen. Dies ist nicht zu verwechseln mit einer Lieferung gegen Barzahlung, sondern eine Zahlung zeitlich unmittelbarer im Zusammenhang mit der Lieferung (30 Tage ab Lieferung).

Eine Ratenzahlungsvereinbarung trennt die aufgelaufenen Forderungen vom nachlaufenden privilegierten Bargeschäft. Bei den Modalitäten sollte dringend darauf geachtet werden, dass realistische (erreichbare) Ziele mit dem Schuldner vereinbart werden. Ein späteres erneutes Anpassen bzw. die Nichteinhaltung einer Ratenzahlungsvereinbarung kann einen späteren Grund für eine Insolvenzanfechtung liefern.

Die Ratenzahlungsvereinbarung sollte nachstehende Merkmale enthalten:

- ▶ Eindeutigkeit von Gläubiger und Schuldner
- ▶ Übersicht der offenstehenden Rechnungen (Unstrittigkeit der aufgeführten Forderungen)
- ▶ Ratenzahlungsplan mit festgelegten Raten und Zeitpunkten
- ▶ Ggf. Regelungen zu den Verzugszinsen

Nachfolgend noch eine unverbindliche Anregung zur Ergänzung von Ratenzahlungsvereinbarungen. Der Vorschlag bietet keinen Schutz vor Insolvenzanfechtung, liefert aber Ansätze, deren Voraussetzungen gegebenenfalls später mit dem Insolvenzverwalter zu diskutieren sind:

*„Der Schuldner/Die Schuldnerin erklärt, dass ihm/ihr bei Abschluss dieser Vereinbarung nicht die Zahlungsunfähigkeit, sondern allenfalls eine kurzfristige Zahlungsstockung drohte. Er/Sie versichert, zur Zahlung der vereinbarten Beträge imstande zu sein und seinen/ihren hier übernommenen ebenso wie den anderen Gläubigern gegenüber bestehenden Verpflichtungen pünktlich nachzukommen.“*

Es gibt natürlich noch weitere Dinge, die man tun kann, um der Anfechtung vorzubeugen. So bietet z. B. die Durchsetzung von (titulierten) Forderungen im Wege der Zwangsvollstreckung – mit Ausnahme des Dreimonatszeitraums vor Antragsstellung – weitestgehend Schutz vor späterer Anfechtung.

Andere Vereinbarungen, wie z. B. die Anrechnung auf Altforderungen (z. B. mit höheren Deckungsbeiträgen im Neugeschäft) oder das Abarbeiten von Forderungen, öffnen immer ein Tor zur Insolvenzanrechnung, weshalb hiervon abgesehen werden sollte.

## Blick in die AGB des Gläubigers zeigt Handlungsbedarf

Meist wird ein einfacher oder verlängerter Eigentumsvorbehalt vereinbart. Beim letzteren verbleibt die Ware im Eigentum des liefernden Händlers, auch wenn diese bereits weiterveräußert bzw. verbaut wurde.

In vielen Geschäftsbedingungen findet man noch den sog. erweiterten Eigenvorbehalt. Die Ware bleibt Eigentum des Verkäufers, bis alle Rechnungen aus der Geschäftsbeziehung bezahlt sind. Der Schutz vor Insolvenzanfechtung durch das privilegierte Bargeschäft ist wirkungslos, wenn der erweiterte Eigentumsvorbehalt Bestandteil der Geschäftsbedingungen ist. Der GD Holz e. V. hat in den für seine Mitglieder entworfenen Allgemeinen Lieferungs- und Zahlungsbedingungen des deutschen Holzhandels (ALZ) im Zuge einer Risiko- und Nutzenanalyse abgewogen und diese Klausel gestrichen. Nicht jeder Händler verwendet die ALZ (oder zumindest nicht immer die aktuellste Version), sondern nutzt eigene Geschäftsbedingungen. Hier sollte man im Unternehmen tätig werden und gegebenenfalls rechtlichen Rat einholen.



Digitales Treffen der HOPA. Bild: HolzLand

# HOPA-Tagung

## Die Geschäfte laufen „wahnsinnig gut“

Die erste HOPA-Sitzung des Jahres hat als Videokonferenz stattgefunden. Die Stimmung: sehr harmonisch. Die Geschäfte: überdurchschnittlich. Die größte Sorge: die Warenverfügbarkeit. „Die Händler haben alle wahnsinnig gut zu tun“, resümiert Daniel Bunk, HolzLand-Regionalvertriebsleiter Österreich. Eingeloggt hatten sich am 25. Februar zahlreiche HOPA-Mitglieder sowie Daniel Bunk, Johannes Schulze, Stefan Rölller und Nicole Aversch aus der Zentrale. Die Geschäftsführerin der HolzLand GmbH ließ das Geschäftsjahr 2020 Revue passieren und wies dabei auf den Rekordumsatz der Kooperation hin. Bekanntlich wurde erstmals in der HolzLand-Geschichte die Milliarden-Marke überschritten. Aktuell stelle sich die Situation der Mitglieder wegen der Corona-Beschränkungen aber sehr heterogen dar.

Für das zentrale Thema der Holzbranche – fehlende und teure Ware – gab Johannes Schulze, HolzLand-Bereichsleiter Category Management, einen Sachstandsbericht und nannte die aus seiner Sicht entscheidenden Maßnahmen und Schritte. Die vielleicht wichtigsten: gemeinsames Agieren und verlässliche Planung. Bei den HOPA-Händlern lagen die Schilderungen ihrer Versorgungslage von „riesiges Problem“ bis „geplante Mengen sind einigermaßen vorhanden“ weit auseinander. Einigkeit herrschte hingegen bei der Beurteilung der aktuellen Geschäftslage. Besonders der Februar lief bei allen ausgesprochen gut – mit teils Umsatzzuwächsen im Vergleich zum Vorjahresmonat im zweistelligen Bereich. Dr. Josef Simmer, Aufsichtsratsvorsitzender der HolzLand GmbH und Geschäftsführer der Keplinger GmbH, brachte es auf den Punkt: „Der Einkauf



ist momentan deutlich schwieriger als der Verkauf.“ Weil die Auftragslage gleichermaßen im dekorativen Bereich (Tischler) und im konstruktiven Bereich sehr gut sei – die Handwerker sind zum Teil bis Ende des Jahres ausgelastet – werde eine intensive Aufklärungsarbeit über die extreme Versorgungslage ausgesprochen wichtig, und zwar bei den eigenen Mitarbeitern ebenso wie bei den Kunden.

Simon Marberger berichtete den Teilnehmern der Tagung darüber, dass bei ihm ein Dach eingestürzt sei – das einer Lagerhalle. Der Sachschaden ist hoch, doch zum Glück wurde niemand verletzt.

Gesprächsbedarf bestand bei der Tagung auch über die Strafzölle bei Birken-Sperrholz. Christian Thies, Warenmanager Holzwerkstoffe, hatte sich intensiv mit der rechtlichen Lage beschäftigt (siehe auch Bericht Seite 22) und erläuterte die Fakten. Daniel Bunk analysierte Umsätze und Potenzial der HQ-TürenWelt Österreich. „Die Markteinführung war äußerst erfolgreich“, sagte er. Das Gesamtergebnis 2020 habe im siebenstelligen Bereich gelegen. Nun gehe es darum, die Umsätze kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Dr. Josef Simmer warb für das digitale Ausbildungs-Tool „Customer expert“. „Eine Teilnahme ist äußerst empfehlenswert“, betonte er und bedankte sich für die bereits zahlreichen Anmeldungen.

Die nächste HOPA-Tagung ist für den 9. und 10. Juni bei HARO in Rosenheim geplant.



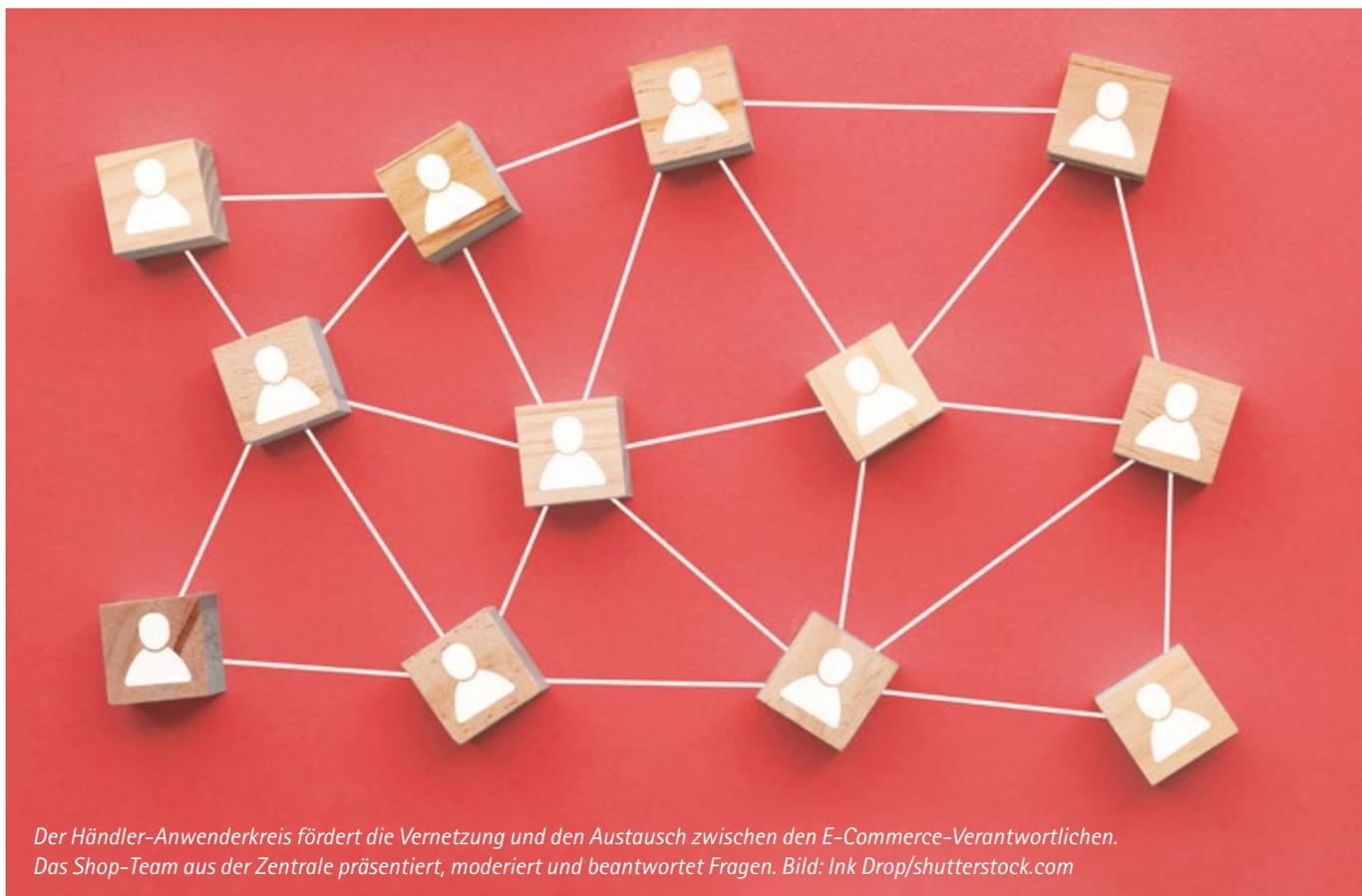
#### Ihr Ansprechpartner ist

Daniel Bunk  
 Regionalbetriebsleiter Deutschland Süd/West  
 Österreich/Schweiz  
 Tel. +49 (0) 231/53 46 40-50  
 Fax +49 (0) 231/53 46 40-650  
 Mobil +49 (0) 151/11 44 44 42  
 E-Mail daniel.bunk@holzland.com

#### Zitat:

„Die Teilnehmer waren sich einig, dass sich die Warenversorgung in den konstruktiven Sortimenten bis mindestens ins dritte Quartal hinein schwierig gestalten wird. Auch in den Sortimenten Terrassendielen und Fußböden rechnen sie mit Engpässen.“

*Stefan Röller*



## Händler-Anwenderkreis

# Neues interaktives Konzept überzeugt

„Ursprünglich sollte unser neues Format ‚Händler-Anwenderkreis‘ in einem halbjährlichen Rhythmus per Videokonferenz über Microsoft-Teams-Meeting stattfinden. Nach dem positiven Feedback aller Teilnehmenden sind wir jetzt aber bei drei beziehungsweise neun Terminen pro Jahr“, schmunzelt Christian Haltermann, Bereichsleiter für Digitale Services bei HolzLand. Die neun Termine ergeben sich durch die Aufteilung in drei Gruppen, die einen Austausch zwischen den E-Commerce-Verantwortlichen gewährleisten sollte – mit Erfolg.

### **Tagesordnung basiert auf Händlerfeedback**

Fast 30 Unternehmen hatten sich für die Auftaktveranstaltung im März angemeldet. Das sind über 40 Prozent aller Shop-Teilnehmer, und es ist gleichzeitig ein Beleg dafür, wie gefragt der Austausch untereinander und mit dem E-Commerce-Team ist. Auch die nicht am Anwenderkreis teilnehmenden Händler wurden im Vorfeld aktiv mit einbezogen. „Damit wir abschätzen können, welche Themen aktuell für unsere Partner relevant sind, haben wir jeden darum gebeten, uns bis zu drei Themen per E-Mail zu nennen“, so Katharina Kostyrenko, E-Commerce-Supporterin bei HolzLand. Nach Auswertung aller Antworten ergab sich folgende Agenda:

- ▶ Verfügbarkeit/echte Bestände
- ▶ Individualisierungsmöglichkeiten im Händlershop
- ▶ Fremdprodukte im Händlershop
- ▶ Liefergebiet/Versandkosten individualisieren
- ▶ Offene Diskussion

### HolzLand präsentiert

Der erste Teil gestaltete sich in allen drei Gruppen weitestgehend identisch, da entweder Patricia Sesing (E-Commerce-Managerin) oder Martin Guthoff (Product Owner E-Commerce) zusammen mit Christian Haltermann eine Präsentation zu den Tagesordnungspunkten vorstellten. Natürlich gab es auch hier bereits die Möglichkeit, Fragen zu stellen oder Anmerkungen einzubringen.

Da echte Bestände aktuell im Shop nicht berücksichtigt werden, seien eine Abbildung von Restposten oder die Nutzung von Click & Collect bisher nicht möglich. Gerade Click & Collect habe aber während der Corona-Pandemie enorm an Bedeutung gewonnen und eine Umsetzung wird daher jetzt näher geprüft. „Click & Collect könnte aber lediglich im Händlershop funktionieren. Im Marktplatz gestaltet sich die Umsetzung wegen gemischter Warenkörbe mit Produkten unterschiedlicher Händler schwierig“, erklärte das E-Commerce-Team. Stichwort „Corona-Pandemie“: Brandaktuell ist bekanntermaßen auch das Thema Click & Meet. Mit einer Verlinkung des

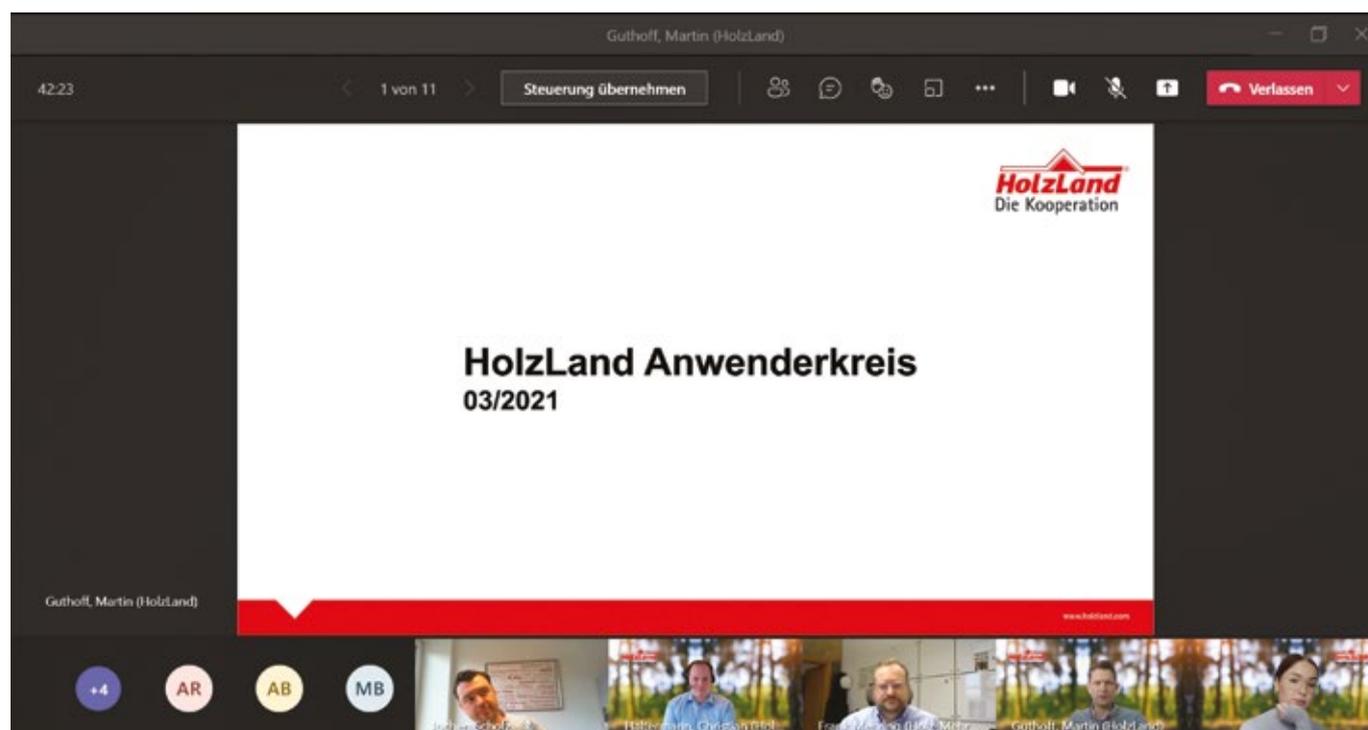
Terminplaner-Tools „Terminland“ im Shop konnte bereits eine neue Individualisierungsmöglichkeit im Händlershop gezeigt werden. Weitere Individualisierungsoptionen, zum Beispiel neue Werbe-Elemente für Serviceleistungen oder die stärkere Fokussierung von Fachberatung, seien bereits in Umsetzung.

Nach der Erläuterung der Optionen zur Aufnahme von Fremdprodukten im Händlershop ging es schließlich um Liefergebiet und Versandkosten. „Die Aufteilung in Standard-Liefergebiet und Hausgebiet ist schon länger möglich. Neu ist hingegen, dass das Hausgebiet jetzt auch für den bundesweiten Versand ausgewählter Artikel genutzt werden kann“, so das E-Commerce-Team. Zudem werde bereits aktiv an dem vielfach geforderten kostenfreien Versand für ausgewählte Artikel gearbeitet.

Die Teilnehmer konnten somit während der Präsentation aus erster Hand erfahren, wie der aktuelle Stand bei relevanten Themen ist und waren damit sichtlich zufrieden.

### HolzLand moderiert

In den offenen Diskussionen konnte sich das Konzept dann vollends entfalten. „Es ist genau das eingetreten, was wir uns gewünscht haben“, freut sich Christian Haltermann und meint damit die Kommunikation der Teilnehmer untereinander. Hier übernahm das E-Commerce-Team vorrangig die Moderation und die Händler konnten gemeinsam über ihre Erfahrungen und



Der erste HolzLand-Anwenderkreis war ein echter Erfolg. Kleine Gruppen garantierten einen optimalen Austausch. Bilder: HolzLand

Wünsche sprechen. Gerade in Bezug auf Weiterentwicklungsthemen eignete sich das Format perfekt. Zum einen zeichnete sich schnell ab, ob ein Vorschlag nur für den einzelnen oder für alle – Stichwort „Gemeinschaft“ – von Interesse wäre. Zum anderen konnten Christian Haltermann und die weiteren Mitarbeiter direkt Stellung zur Umsetzbarkeit nehmen. Neue Ideen, zum Beispiel zu einer Optimierung beim Rechnungsbau, wurden erfasst und im Nachgang geprüft. Kleinere Wünsche, zum Beispiel noch übersichtlichere Bestellbestätigungsmails, konnten sogar kurzfristig schon erfüllt werden.

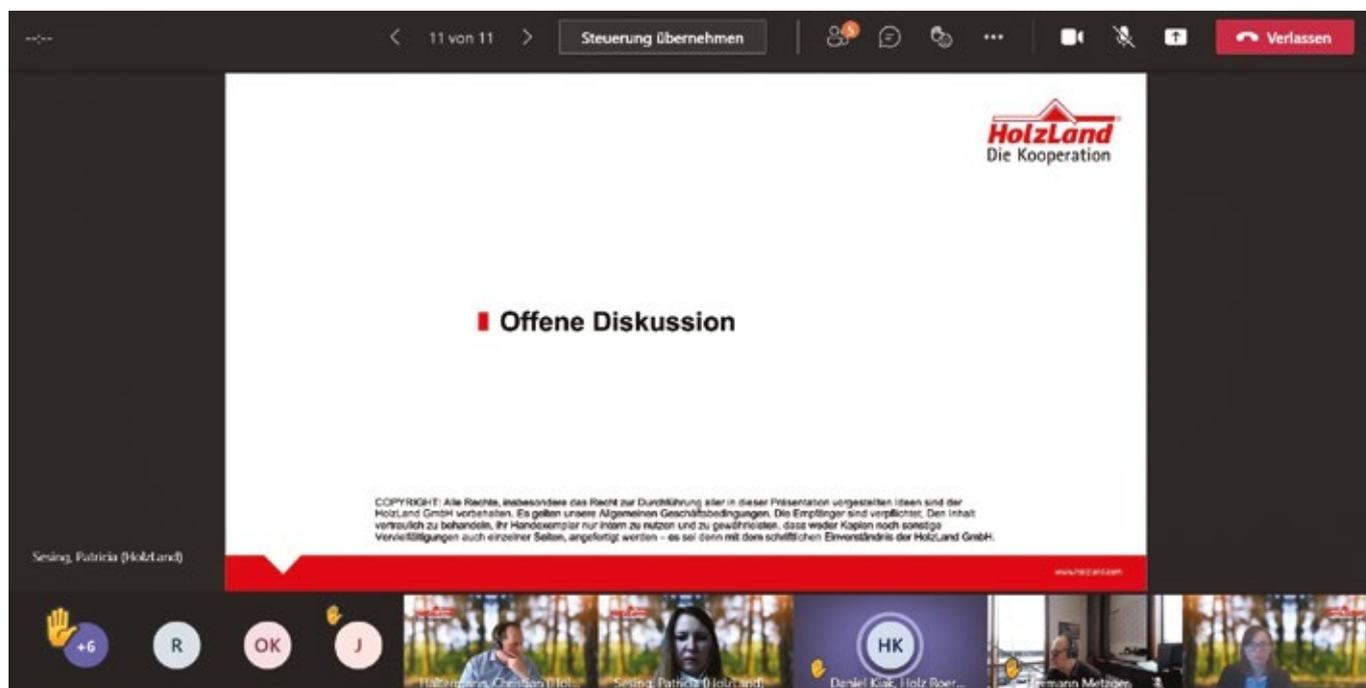
### Kraft der Gemeinschaft

In der Vergangenheit hat sich der HolzLand-Onlineshop in sämtlichen Bereichen weiterentwickelt. Dabei spielte der Austausch mit den Shop-Teilnehmern immer eine zentrale Rolle. „Durch den Händler-Anwenderkreis beziehen wir unsere

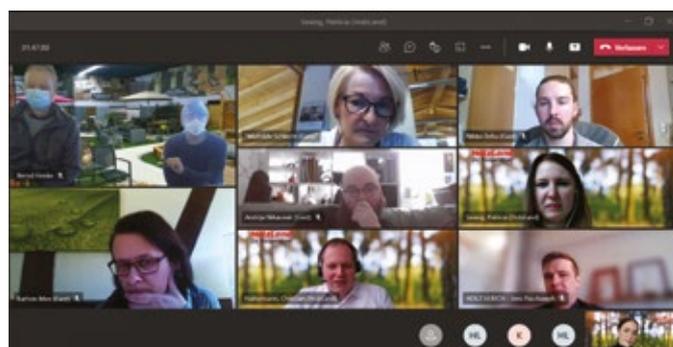
Partner noch stärker bei der Priorisierung der Themen ein, denn wir haben noch viel vor, zum Beispiel im Bereich Zuschnitt oder auch B2B-E-Commerce“, verspricht Christian Haltermann. Um auch die übrigen Shop-Teilnehmer über die wichtigsten Dinge aus den Anwenderkreis-Meetings zu informieren, gab es eine schriftliche Zusammenfassung der drei Videokonferenzen. Über eine interne Dokumentenablage, auf die alle Shop-Teilnehmer zugreifen können, sollen zukünftig auch aktuelle Projekte aufgeführt werden.

### Fortführung garantiert

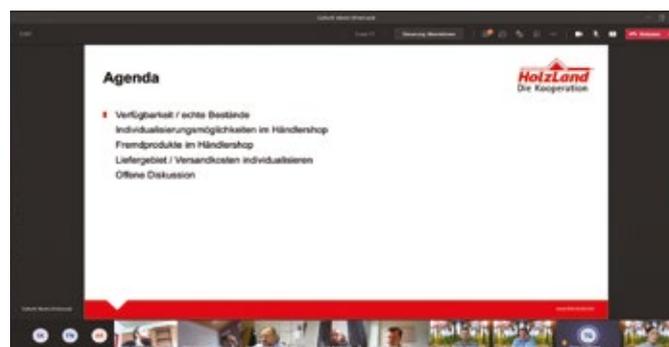
Das Feedback aller drei Gruppen war zur Freude der Organisatoren durchweg positiv, so dass eine Fortführung der Veranstaltung feststeht. Kurz, kompakt und online sollen auch die nächsten Anwenderkreise stattfinden – über die Corona-Pandemie hinaus. Die nächsten Treffen sind für den Sommer geplant.



Mit Handzeichen signalisierten die Teilnehmer, dass sie etwas zum jeweiligen Thema beitragen wollten. Es entstand eine rege Diskussion, die das E-Commerce-Team moderierte.



Ob im Homeoffice oder vor Ort im Geschäft, ob alleine oder zu zweit: Das Format bietet große Flexibilität.



Die Agenda basierte auf einer vorhergehenden Umfrage unter den Shop-Teilnehmern, bei der individuell relevante Themen genannt wurden.

# Schwerpunkt HolzLand Schweiz

## Qualität aus Leidenschaft

Unter dem Banner „HolzLand Schweiz“ haben sich leistungsstarke, traditionsreiche Familienbetriebe aus der gesamten Schweiz zusammengefunden. Die Redaktion der HolzLand-NEWS hat sie gefragt, was sie und den Schweizer Holzhandel ausmacht. Ein Überblick:



### Roman Rogger, Woodpecker Holding AG

#### Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Die 2004 gegründete Woodpecker Holding AG ist ein familiengeführtes Unternehmen und steht mit ihren vier Holzwerkstoff-Firmen sowie der Sperrag jago AG als Importeur für den Handel in der Schweiz für Kundenzufriedenheit, hochwertige Beratung und Qualität. Mit insgesamt fast 190 Jahren Erfahrung im Handel mit Holzwerkstoffen greifen wir auf ein enormes Wissen zurück. Wir sind geografisch optimal aufgestellt, um auf regionale Besonderheiten einzugehen und bieten mit unseren Lagern vor Ort die nötige Flexibilität und Geschwindigkeit, um auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu reagieren. Eine ausgefeilte Logistik und kundenspezifische Lösungen gehören zu unseren Kernkompetenzen. Dabei legen wir größten Wert darauf, uns stetig weiter zu entwickeln und zu verbessern. Dies gelingt uns, dank unserer gut ausgebildeten Mitarbeitenden, die sich jeden Tag für unsere Kunden einsetzen. Moderne Anstellungsbedingungen, wie reduzierte Arbeitszeit-Pensen, Home-Office-Möglichkeit und stetige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten machen uns zu einem attraktiven Arbeitgeber. Holzwerkstoffe sind unser Metier – und unsere Leidenschaft.

#### Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?

Der Schweizer Markt ist bekannt für sein hohes Qualitätsbewusstsein. Hier muss auch der Holzfachhandel Rechnung tragen. Das Niveau, speziell in Bezug auf Produkte-Know-how

und Service-Leistungen, ist in der Schweiz generell sehr hoch, und der Holzfachhandel in der Schweiz zeichnet sich dementsprechend auch dadurch aus.

#### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?

Dieses Jahr werden uns sicherlich drei Themen besonders fordern: Die allgegenwärtige Beschaffungssituation von Holzwerkstoffen, Covid-19 und die Digitalisierung. Alle drei Themen für sich alleine sind sehr fordernd für unsere Unternehmen und ihre Mitarbeitenden. In Kombination ergeben sie die größte Herausforderung für dieses Jahr.

#### Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?

Die Entwicklung und Anforderungen in der Baubranche steigen exponentiell. Dies gilt auch für unsere Holzbranche. Unsere Branche ist teilweise noch sehr traditionell unterwegs und muss sich den neuen Anforderungen rasch stellen. Um hier erfolgreich zu sein, braucht es neben den finanziellen Ressourcen auch entsprechenden Nachwuchs. Die Branchenattraktivität sowie die Zukunftsperspektiven sind dabei die Haupttreiber, um mehr junge Leute zu mobilisieren. Weiter sind die Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen eine hohe Herausforderung; insbesondere auch für kleinere Betriebe.

Bild: Nigel Stripe/shutterstock.com

Marcus Lädach, OLWO AG

### Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Wir sind familiengeführt, einzigartig in der Kombination Handelsstandort als auch als Produktionsunternehmen (Sägewerke und Hobelwerk). Unserer Sortimentsschwerpunkt liegt auf Holzbau und Baustoffen im konstruktiven Bereich. Eigenprodukte aus Schweizerholz. Wir zeichnen uns zudem durch eine hohe Fachkompetenz aus, da nur Profis am Werk sind. Wir sind stark in der Beratung und Dienstleistung. Der Kunde erhält einen deutlichen Mehrwert.

### Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?

Trotz hoher Händlerdichte besteht noch eine klassische Marktordnung. Die Partnerschaft Industrie – Handel – Verarbeiter ist mehrheitlich noch intakt. Man kennt und respektiert sich. Der Trend zur Konzentration durch die großen Handelsgruppen setzt sich fort.

### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?

Das betrifft kurzfristig die Beschaffungssituation und die Preisproblematik. Die gewünschte und bisher gelebte Partnerschaft zum Verarbeiter wird auf die Probe gestellt. Das könnte neue Anbieter, die das rasche, schnelle Einmalgeschäft suchen, auf den Markt ziehen. Die Logistik mit steigenden Anforderungen an immer höhere Bereitschaftszeiten und Schichtarbeit zum Verladen könnte vom Fachkräftemangel stark betroffen sein. Die Mitarbeitenden stehen unter einem erhöhten Druck, diesen abzufedern und die „Laune“ hoch zu halten. Das ist eine der größeren Herausforderungen 2021.

### Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?

Das enorme Marktwachstum in den vergangenen Jahren bedingt eine Anpassung der Strukturen in der Branche. Da sind nicht alle Teilbranchen gleich weit – die bisher mehrheitlich gemeinsam agierende Branche könnte auseinanderfallen. Die neuen, modernen Anwendungen von Holz im Hochbau führen mit Blick auf die Architektur teilweise zu fachlich fragwürdigen Designlösungen, welche mittelfristig dem Holz einen Imageschaden zuführen könnten.



John Kneubühl, Anliker AG Holzwerkstoffe

### Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Wir leben eine regionale Partnerschaft mit unseren langjährigen Kunden.

### Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?

Unsere vielen lokalen Händler, die ihren Kunden einen Top-Service aus und für die Region anbieten. Die großen Player unterstützen uns durch ihr Vollsortiment und ihre Lieferbereitschaft. Wir sehen uns als Mitbewerber, nicht als Konkurrenten.

### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?

Bei der Beschaffung und Preisfindung. Aktuell entwickelt sich alles sehr dynamisch. Es gibt auf Seiten des Einkaufs keine Kontinuität mehr.

### Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?

Im Wandel vom reinen B2B-Markt zu einem Miteinander mit B2C. Die Schweiz ist/war ein reines B2B-Geschäft.



### **Günther Kleiber, Thüring AG**

#### **Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?**

Wir sind inhabergeführt, klein, aber fein. Unser Ansporn ist es, immer nahe beim Kunden, unkompliziert und direkt zu sein. Die Thüring AG ist ein Stadthändler.

#### **Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?**

Die Fachkompetenz, die Lagerhaltung und die Nähe zum Kunden.

#### **Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?**

Bei der Warenbeschaffung und damit verbunden beim Pricing. Das Update des ERP sowie die Personalsituation. Wir sind auf der Suche nach neuen Mitarbeitern, auch weil bei uns Pensionierungen anstehen.

#### **Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?**

Warenbeschaffung, Preisgestaltung, Digitalisierung.



### **Manfred Arnold, SPA Sperrholz-Platten AG, Aarau**

#### **Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?**

Wir sind ein Vollsortimenter und Lagerhalter bei den Sortimenten Holzwerkstoffe Innenausbau, Holzwerkstoffe Konstruktiv, Böden, Terrassen, Türen, Furnier + Schnittholz. Wir stehen für eine regionale und kundennahe Betreuung, eine große Ausstellung mit Wohnambiente und bieten darüber hinaus Servicedienstleistungen wie den Onlineshop, Zuschnitt, Zuschnitt-Optimierung, Logistik und Fachberatung an.

#### **Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?**

Im B2B-Bereich bieten wir die gewünschte Sortimentsvielfalt ab Lager und in Stückzahl 1 an. Die Waren sind sehr schnell lieferbar. Meist reicht die Bestellung am Vortag, um die Ware am nächsten Tag zu erhalten - und dies fünf Mal in der Woche. Regionalität und der Standort, beziehungsweise die Herkunft des Händlers werden bei den Kunden in der Schweiz sehr gewichtet. Geschäfte werden gerne mit Partnern aus der Region und mit Leuten, die man kennt, abgewickelt.

#### **Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?**

In der Beschaffungssituation und der Verfügbarkeit der Waren. Eine unserer Kernkompetenzen, eine schnelle Bereitstellung der Waren, ist aktuell etwas schwierig einzuhalten.

#### **Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?**

Im Zuge der Digitalisierung in der Baubranche und bei der Zulieferkette werden die Abhängigkeiten immer größer. Termine und Zeitpuffer werden knapper. Auch das Kaufverhalten der Kunden wandelt sich. Der „Onlineshop-Käufer“ will etwas und zwar sofort, das ist für den Baubereich problematisch, da Planungsphase, Produktion und Lieferung/Montage etwas mehr als einen Tag benötigen. Generell die Digitalisierung – sie führt zu Kostenverlagerungen auf intensive IT-Projekte, die nicht von jeder Firma beziehungsweise Unternehmensgröße gestemmt werden können.

## **Simon Küng, Küng Platten AG**

### **Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?**

Unsere sehr flache Organisation mit wenigen Hierarchiestufen – beides gewährleistet kurze Wege und schnelle Entscheidungskraft. Überdurchschnittliche Identifikation der 30 Mitarbeitenden mit der Firma und dem Arbeitgeber – Teamgeist steht bei uns über allem. Ich als Inhaber und Mitglied der Geschäftsleitung gebe zwei Slogans vor, die wir leben wollen: Küng Platten – Ihr freundlicher Holzhändler. Und: Wir werden nie die Größten sein – wir wollen aber stets 5 bis 10 Prozent besser sein als die anderen Holzhändler. Dies erreichen wir mit ausgeprägter Kundennähe, hervorragendem Servicegrad und optimaler Zuverlässigkeit. Uns zeichnet zudem unsere Eigenständigkeit aus, und dass wir familiengeführt sind. Bei uns weiß man noch, bei wem man einkauft, und wir wollen einen Gegenpol bilden zu den großen Firmengruppen und Konzernen. Unser Anspruch ist es, persönlich und digital für den Kunden da zu sein. Unser Webshop ist sehr modern dank einer engen Kooperation mit vier anderen Schweizer Händlern und einer optimalen Logistik. So haben wir Zugriff auf ein riesiges Sortiment.

### **Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?**

In größten Teilen ist der Holzfachhandel in der Schweiz noch immer sehr profitorientiert – viel stärker im Großhandel als im Einzelhandel tätig. Schlagkräftige Handelsbetriebe sind verteilt auf die ganze Schweiz. Uns zeichnet die gute Kundennähe und ein hoher Servicegrad aus. Der Holzfachhandel hat in der Schweiz eine große Tradition, ist bei den Verarbeitern beliebt und als Partner akzeptiert

### **Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?**

Mit Sicherheit bei der Beschaffung. Wir haben in vielen Bereichen Materialengpässe und somit Beschaffungsprobleme. Parallel dazu steigen die Preise in einem Intervall und in einer Geschwindigkeit, wie ich dies in den vergangenen 25 Jahren noch nicht erlebt habe.

Herausfordernd ist auch die Digitalisierung. Auch wegen der Pandemie müssen wir weiter in die Informatik und Kommunikation investieren. Die Weiterentwicklung und Vermarktung unseres Webshops wird uns zudem weitere Investitionen kosten. Unser stetes gesundes Wachstum führt uns laufend wieder an interne Engpässe wie Lagerkapazität oder Büroräumlichkeiten. Auch über den Fuhrpark und die Logistik im Allgemeinen müssen wir uns im Jahr 2021 intensive Gedanken machen.

### **Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?**

Analog zu unserer Unternehmung ist für die gesamte Holzbranche die Beschaffung das zentralste Thema aktuell. Wie bekommen wir es hin, die wachsende Nachfrage nach Bau- und Holzwerkstoffen zu befriedigen? Exporte auf andere Kontinente stellen uns gerade ein Bein. Wir müssen laufend wieder Argumente finden, weshalb der Holzbau gegenüber dem Massivbau bevorzugt werden sollte. Themen wie Nachhaltigkeit und Energie sind intensiv zu bearbeiten und den Marktteilnehmern und Konsumenten näherzubringen.

Daniel Steiner, Tomwood AG

### Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Ein faires Preis-/Leistungsverhältnis und die persönliche, lösungsorientierte Beratung. Darüber hinaus unsere weiteren Dienstleistungen wie Ausstellung, Hauslieferung, Montageservice, Visualisierung mit Konfiguratoren und vieles mehr. Wir sind flexibel, was neue Produktrends angeht. Ganz wichtig: Unser familiärer und respektvoller Umgang im Team. Das wird von Kunden auch wahrgenommen

### Was zeichnet Ihrer Meinung nach den Holzfachhandel in der Schweiz aus?

Gibt es „DEN Holzfachhandel Schweiz“ überhaupt? Meines Erachtens sind die HoLa-Schweiz-Mitglieder sehr heterogen und haben sehr unterschiedliche Stärken und Schwächen.

### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen für 2021?

Ganz klar in der Abwicklung der starken Preisanstiege / Lieferengpässe. Wir haben zirka 50 Hersteller im Sortiment – dies zu händeln, ist sehr anspruchsvoll. Wir fokussieren uns hier auf die Preisanpassung der wichtigsten Hersteller und leben damit, bei kleineren Herstellern an Marge zu verlieren. Positiv ist aber zu erwähnen, dass 2020/2021 kaum Preisdiskussionen aufkommen (Privatkunden). Aus diesem Grund verzichten wir in diesem Jahr komplett auf Rabattaktionen. Die Kombination von sehr hoher Nachfrage mit häufigen Preisanpassungen und Lieferverzögerungen wird sich mittelfristig ungünstig auf „das Gemüt“ unserer Mitarbeitenden auswirken. Wir versuchen hier mit optimierten Abläufen, persönlichen Gesprächen und zusätzlicher Manpower entgegenzuwirken.

### Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Holzbranche?

In der Verknüpfung der Vorteile der digitalen Welt (Sichtbarkeit, Transparenz, Effizienz, Unterstützung mit Tools: bspw. Visualisierung) mit der „analogen“ Welt (Individuelle Beratung, Sinneseindrücke in der Ausstellung, menschliche Komponente).

### Daten und Fakten zum Schweizer Holzmarkt:

- ✓ Laut Bundesamt für Statistik wurden in der Schweiz 2019 rund 4,6 Millionen Kubikmeter Holz geerntet. Das Holz aus Nadelbäumen trägt mit einem Anteil von 68 Prozent den größten Anteil zur Holznutzung in der Schweiz bei.
- ✓ Ein Drittel der Landesfläche der Schweiz ist mit Wald bedeckt.
- ✓ Das ergibt rund 1,28 Mio. Hektar Wald oder knapp 1.520 m<sup>2</sup> je Einwohner/in.
- ✓ Die Waldfläche nimmt zu – jährlich um ca. die Fläche des Thunersees.
- ✓ Der Gesamtvorrat an Holz, der im Schweizer Wald steht, beträgt ca. 427 Mio. m<sup>3</sup>.
- ✓ Jedes Jahr wachsen in der Schweiz 10 Mio. m<sup>3</sup> Holz nach.
- ✓ Ohne den Wald zu übernutzen, könnten jährlich 7 bis 8 Mio. m<sup>3</sup> Holz geerntet werden.
- ✓ Der jährliche Holzverbrauch der Schweiz liegt mitsamt Importholz bei fast 11 Mio. m<sup>3</sup>.
- ✓ Die gesamte Wald- und Holzwirtschaft bietet mehr als 100.000 Arbeitsstellen.
- ✓ Rund 4.5 Mio. m<sup>3</sup> Holz im Wert von mehr als CHF 380 Mio. werden jährlich geerntet.
- ✓ Davon sind ca. zwei Drittel Nadel- und ein Drittel Laubholz.
- ✓ Etwa die Hälfte des Holzes wird als „Stammholz“ verkauft, rund ein Drittel ist „Energieholz“.
- ✓ Die Bruttowertschöpfung der Schweizer Wald- und Holzwirtschaft liegt bei CHF 4.5 Mrd./Jahr.

(Quelle: Wald Schweiz)

# Küng Platten AG

## Tradition, Verlässlichkeit und Qualität



*Blick auf einen Teil des modernen Geschäftsareals in Willisau, welches durch eine optimale Infrastruktur besticht. Bilder: Küng Platten*

Das Familien-Unternehmen Küng Platten AG mit Sitz im Kanton Luzern beschäftigt aktuell 30 qualifizierte Mitarbeiter und ist hauptsächlich in der Innerschweiz tätig. 1958 gründete Anton Küng die Firma, welche nun in zweiter Generation unter Simon Küng und seinem Kollegen der Geschäftsleitung, Walter Grüter, geführt wird. Im Verkaufsgebiet wird der Markt sowie eine breite und treue Kundschaft fachkompetent und intensiv betreut. Zu den Kernkunden zählen in erster Linie Schreinereien, Zimmereien, Bodenleger und generell „Profis rund um den Bau“ – der Fokus liegt also auf dem Großhandel. Man profiliert sich als ausgewiesenes Fachgeschäft mit individueller Beratung. Davon profitieren bei ihren Ausstellungsbesuchen auch Architektur- und Planungsbüros sowie Bauherrschaften.

### **Infrastruktur wird laufend ausgebaut**

Die Firma Küng Platten AG verfügt über eine sehr gute Infrastruktur, was Ausstellungen, Lager und Logistik betrifft. Es wird laufend investiert und das Areal wirkt sauber und leistungsfähig. Insbesondere die sehr schön gestaltete Ausstellung „rund um den Innenausbau“ ist bekannt und bestens frequentiert. Auf einer Fläche von 500 Quadratmetern präsentieren sich zahlreiche Ideen und Inspirationen für die Raumgestaltung mit Qualitätsprodukten aus den Bereichen Boden, Wand/Decke, Türen sowie Terrassenböden. Auch der eigene Fuhrpark sowie die diversen Hallen und Logistikplattformen sind für sämtliche heutige Herausforderungen gerüstet – der Servicegrad ist spürbar hoch.

## Philosophie und Erfolgsfaktoren

Die erfolgreiche Handelsunternehmung in Willisau steht für Qualität, Verlässlichkeit und optimale Dienstleistungen. So wird laufend in Personal und deren Weiterbildungen investiert. Die Firma Küng Platten AG legt großen Wert auf persönliche Kontakte und pflegt diese bewusst und aktiv. Slogans wie „Menschen machen Geschäfte“ und „Küng Platten – Ihr freundlicher Holzhändler“ werden nicht nur kommuniziert, sondern auch erfolgreich gelebt. In der Geschäftsleitung ist man stolz auf die Eigenständigkeit und den ausgeprägt hohen Identifikationsgrad der Belegschaft mit dem Arbeitgeber sowie den starken Teamgeist. Dieser wird intensiv gepflegt. Bei den Mitarbeitenden besonders beliebt sind die Städtereisen, welche jeweils in Jubiläumsjahren durchgeführt werden. So ging es in der Vergangenheit schon nach München, Hamburg oder Heidelberg. Besonders stolz ist der Firmeninhaber Simon Küng auf die Tatsache, dass bei jeder Ausgabe der drei bisherigen Jubiläumsreisen sämtliche Mitarbeiter mit an Bord waren.

## Myholz.ch – ein Webshop und mehr

Gemeinsam mit vier weiteren eigenständigen familiengeführten Handelsbetrieben, verteilt auf die ganze Deutschschweiz, betreibt die Küng Platten AG einen sehr modernen Webshop – dies unter der Marketing-Plattform myholz.ch. Dabei geht es nicht nur um den Zugriff auf über 20.000 gepflegte Artikel und die digitale Abwicklung von Aufträgen, sondern insbesondere auch um die Kooperation unter den Partnerfirmen, welche mit einer idealen Logistik untereinander Waren austauschen und sich somit ideal ergänzen. Der Kunde hat hiermit die Möglichkeit, über seinen Stammhändler auf ein riesiges Sortiment an Bau- und Holzwerkstoffen, Türen, Böden usw. zugreifen zu können. So gesehen sei dies ein strategisches Projekt, welches den Handelsbetrieb im Herzen der Schweiz optimal in die Zukunft begleiten werde, sagt Simon Küng.

 [www.kueng-platten.ch](http://www.kueng-platten.ch)

*Stolz auf seine Belegschaft und das bisher Erreichte: Inhaber Simon Küng – in der Freizeit auch „fußballverrückt“ und Mitglied beim Hamburger Sport-Verein (HSV).*





Seit 1946 bietet Dutt S.A.R.L. in der Region Grand Est (bis 2015 Elsass) ein umfassendes Sortiment an. Bilder: Dutt S.A.R.L.

## Belgische Gruppe wächst auf 14 Mitglieder

# Willkommen: Zwei neue Anschlusspartner

HolzLand wächst: Es gibt zwei neue Anschlusspartner zu vermelden. Aus Frankreich hat sich Dutt S.A.R.L, Niedermodern, aus Belgien Arma SA unserer Kooperation angeschlossen. Beide Unternehmen sind im Groß- und Einzelhandel tätig und verfügen über ein klassisches Holzhandelssortiment.

### Dutt bezeichnet sich selbst als der Holzspezialist

Seit 1946 bietet das Unternehmen in der Region Grand Est (bis 2015 Elsass) ein umfassendes Sortiment an. Die Schwerpunkte liegen auf Böden, Türen, Terrassen, Platten und Isolationen. Die Kunden können sich in einer 450 Quadratmeter großen Ausstellung inspirieren lassen. Dort gibt es auch Muster von Schränken sowie jede Menge Zubehör – von Schrauben bis zur Bohrmaschine. Auf dem Außengelände präsentiert Dutt S.A.R.L einen Bestand von mehr als 3.000 Quadratmetern Holz aller Art – rau, gehobelt und verkleidet. „Wir verfügen auch über eine sehr große Auswahl an Platten. Die Kunden können unseren Schneideservice nutzen“, teilt der Holzexperte auf seiner Internetseite mit.

S.A.R.L steht übrigens für Société à responsabilité limitée und ist eine Rechtsform im französischsprachigen Raum, die mit der deutschen Gesellschaft mit beschränkter Haftung vergleichbar ist.

Dutt S.A.R.L. war früher Mitglied in der französischen Kooperation „Tout Faire“, also „Alles machen“. Bei diesem Verbund gibt es eine Gruppierung, die sich „Tout Bois“ (Alles Holz) nennt. „Man kann die Kooperation ein wenig mit der früheren Zeus vergleichen“, beschreibt Stefan Röller, HolzLand-Bereichsleiter Mitgliederbetreuung. Dutt habe nun aber den Kontakt zum deutschen Markt (insbesondere zu deutschen Lieferanten) gesucht.

Mit Arma SA wächst die belgische HolzLand-Gruppe auf 14 Mitglieder, die ihre Unternehmenssitze in Flandern oder Wallonien haben. Der Großteil von ihnen hat seinen Schwerpunkt im Großhandel sowie im Profikundengeschäft. Mehrere belgische HolzLand-Partner investieren aktuell in neue Ausstellungen.

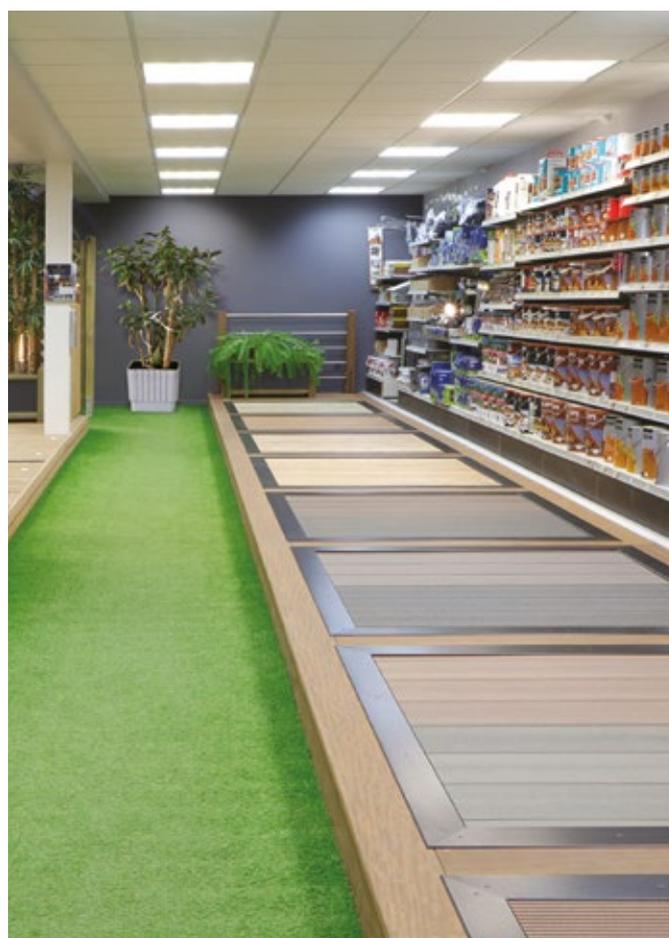


Die Kunden können sich im Maison Dutt in einer 450 Quadratmeter großen Ausstellung inspirieren lassen.

### Zitat:

„Wie kann man über Holz sprechen und dem Drang widerstehen, es mit dem Finger zu berühren?“  
*Dutt-Geschäftsführer Philippe Scherer*

Insgesamt sind die Belgier gut durch die Corona-Krise gekommen. Im Vergleich zum November 2019 erwirtschafteten sie ein Jahr später kumuliert ein Umsatzplus in Höhe von 1,2 Prozent – und das trotz wesentlich strengerer Lockdown-Regelungen als in Deutschland. Anders als in Deutschland gab es auch weder in Flandern noch in Wallonien einen Run auf das Gartensortiment. Für das moderate Wachstum war vielmehr der Bereich Boden, Wand, Decke zuständig. „Die Belgier sind eine aktive Gruppe, die viel in das Netzwerk HolzLand investiert“, lobt Didier Helson, HolzLand-Country-Manager Belgium. „Wir sehen da eine ganz erfreuliche Entwicklung und werden gemeinsam mit den Händlern ihr Wachstum und unser Wachstum in Belgien forcieren“, ergänzt HolzLand-Geschäftsführerin Nicole Aversch.



Blick in die Ausstellung.



 [www.maisondutt.fr](http://www.maisondutt.fr)

# Arma SA

## „HolzLand passt perfekt zu unserem Geschäftsmodell“

Wenn man die Internetseite von Arma SA, Belgien, aufruft, ploppt sehr schnell ein Chatfenster auf. „Bienvenue“, steht dort. Und: „Wie kann ich Ihnen helfen?“ Dieser Servicegedanke und eine fachkundige Beratung sind der rote Faden, der das Handeln der Belgier bestimmt. Seit Januar ist das Unternehmen mit Sitz in Messancy und seiner Filiale „Promaco“ in Ciney neuer Anschlusspartner der HolzLand GmbH. Mit seinen neun Abteilungen und 120.000 Produkten versorgt Arma Heim- und Handwerker in der Provinz Luxemburg. Die HolzLand NEWS sprach mit Michel Fauconnier, Arma & Promaco owner, über Corona, Community und neue Chancen.

NEWS-Redaktion:

**Wie würden Sie Ihr Unternehmen in zwei Sätzen charakterisieren?**

Michel Fauconnier

*Arma und Promaco sind Familienunternehmen mit Sitz in Ciney und Messancy, die sowohl Fachleute als auch Privatpersonen willkommen heißen. Unser hohes Qualitätsniveau und die große Auswahl (600 Marken) geben den Kunden die Sicherheit, das zu finden, was sie brauchen.*

NEWS-Redaktion:

**Was zeichnet Sie aus?**

*Die Filiale Promaco liegt in Ciney, einer Stadt in der Provinz Namur im wallonischen Teil Belgiens. Bilder Arma*





*Arma berät Dachdecker, Architekten, Tischler, Schieferhersteller, Bauunternehmer bei all ihren Bau- oder Renovierungsarbeiten.*

Michel Fauconnier

*Unsere persönliche Beratung zu einer breiten Produktpalette und unsere Historie als Fachhändler im Bereich der Dacheindeckungen zeichnen uns aus.*

NEWS-Redaktion:

**Wie ist Ihr Geschäftsjahr 2020 verlaufen?**

Michel Fauconnier

*Wir haben trotz eines verkürzten und stressigen Jahres sehr gut gearbeitet. Wir sind in der glücklichen Lage, auf motivierte und hochprofessionelle Mitarbeiter zählen zu können, die sich um die anstehenden Probleme kümmern, und auf Lieferanten, die uns seit Jahren vertrauen.*

NEWS-Redaktion:

**Was sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie?**

Michel Fauconnier

*Wir sind in dieser Pandemie sicher die „Glücklichen“. Die Do-it-yourself- und Bauwelt sind von dieser Krise einigermaßen verschont geblieben. Die Pandemie hat den Onlinehandel unverzichtbar gemacht, deshalb haben wir unseren Webshop in Rekordzeit entwickelt.*

NEWS-Redaktion:

**Warum haben Sie sich der HolzLand-Kooperation angeschlossen?**

Michel Fauconnier

*Unsere HolzLand-Kontakte stammen schon aus dem Jahr 2009. HolzLand passt perfekt zu unserem Geschäftsmodell. Heutzutage ist es unmöglich, alleine Geschäfte in dieser Branche zu tätigen. Der Ruf von HolzLand in der Holzindustrie ist gut etabliert und nicht mehr wegzudenken.*

NEWS-Redaktion:

**Welche Erwartungen haben Sie?**

Michel Fauconnier

*Eine Entwicklung im Stil von HolzLand. Unser Ziel ist es, unsere Kunden durch einen zentralen Einkauf und Partnerlieferanten bestmöglich bedienen zu können.*



**www.arma-sa.com**



## SPA Sperrholz-Platten AG

# Kompetenz in Sachen Holz

„Klasse statt Masse“ – so lautet der Anspruch der SPA Sperrholz-Platten AG mit Sitz im Kanton Aargau. Wer einwandfreie Produkte für das holzverarbeitende Gewerbe sucht, ist dort genau an der richtigen Adresse. „Wir setzen konsequent auf die Qualität unserer Waren und eine umfassende Beratung zu jedem Einkauf“, betont Manfred Arnold. Denn der Einrichtungsliebhaber von heute wünsche hochwertige Qualität und ein Höchstmaß an Individualität. „Bei der Wahl des Bodens, der Innentür, Täfern und dem übrigen Innenausbau möchte kein Kunde durch ein flaches Sortiment begrenzt werden“, weiß Manfred Arnold. Er setzt aus diesem Grund auf tiefe Sortimente und präsentiert die Produkte gezielt in fein konzipierten Ausstellungen mit dem gewissen Etwas.

Dieses Konzept gilt auch für das Angebot im Bereich Innenausbau. SPA hat die führenden Marken – allesamt in echter Fachhandelsqualität – auf mehr als 500 Quadratmetern ausgestellt. „Bei uns bekommt der Kunde echtes Wohnambiente mitgeliefert“, verspricht Manfred Arnold.

Die SPA Sperrholz-Platten AG beschäftigt aktuell 15 Mitarbeiter. Die Produktpalette beinhaltet fast das ganze Sortiment für das holzverarbeitende Gewerbe von Schreinereien, Holzbauern, Bodenlegern usw. Als Vollsortimenter bietet das Unternehmen ein breites wie tiefes Lagersortiment und beliefert mit seinen eigenen drei LKW alle holzverarbeitenden Betriebe im Kanton Aargau, Solothurn sowie den angrenzenden Regionen. „Architekten, Bauherrschaften und Endverbrauchern bieten wir in unserer Ausstellung fachmännische und kompetente Beratung in einem einzigartigen Ambiente. Mit einer rationalen Lager- und Lieferlogistik garantieren wir ein überzeugendes Preis-/Leistungsverhältnis“, bekräftigt Manfred Arnold.

### Zum Unternehmen

Die SPA Sperrholz-Platten AG wurde im Jahr 1933 gegründet. Adolf Vock betrieb damals ein kleines Handelsunternehmen in einem Lagerhaus. Der Hauptbestandteil des damaligen Sortiments war Sperrholz. Die An- und Auslieferung erfolgte ausschließlich per Bahn. Die Belebung des Geschäfts setzte ungefähr ab 1946 ein, parallel zum Aufschwung der Wirtschaft.



*Liebe zum Detail kennzeichnet die Arbeit bei SPA.  
Bilder: SPA Sperrholz-Platten AG*



*Ausstellungen mit dem gewissen Etwas.*

Mit dem Eintritt von Roland Vock in die Unternehmung ging die SPA Sperrholz-Platten AG in die zweite Generation über. Dem Wandel der Branche sowie den neuen Anforderungen entgegenete er mit Pioniergeist und Innovation. Als einer der ersten der Branche eröffnete die SPA im Jahr 2008 eine Ausstellung, die Wohlfühlambiente verbreitet. Anfang 2012 übergab die Besitzerfamilie Vock die SPA an die Familie Herzog und wird ein Teil der Interfurnier Holding. Manfred Arnold übernimmt die Führung des Unternehmens.

Mit Elan, erweitertem Sortiment im Bereich Holzwerkstoffe, größerem Lagersortiment, Zusatzdienstleistungen wie Zuschnitt und Kranablad sowie einer intensiveren Kundenbetreuung läutete Manfred Arnold die neue SPA-Ära ein. Im Jahr 2014 wurde eine moderne ERP eingeführt, 2018 ging der neue, noch bessere Onlineshop mit Schnittstellenanbindung live. Der stetige Wachstum löste weitere Investitionen aus. Nebst laufenden Erneuerungen wurde aus Kapazitätsgründen im Jahr 2019 ein 3-Achs-LKW und ein zusätzlicher Schubmaststapler angeschafft. Digitalisierung der Logistik ist die laufende Investition in 2021.



*Manfred Arnold*

 [www.spa-aarau.ch](http://www.spa-aarau.ch)

## CustomerExpert

# Keplinger nutzt Wissens-App für den Holzhandel

### Holz ist/hat...

... ein gutes Verhältnis von Eigengewicht zu Festigkeit?

... ein relativ schwerer Werkstoff?

... unberechenbar im Brandfall?

Hätten Sie die richtige(n) Antwort(e)n gewusst? Falls nicht – dann könnte die App „CustomerExpert“ weiterhelfen. Sie wurde vom österreichischen Bundesgremium Baustoff-, Eisen- und Holzhandel entwickelt und soll in der Corona-Pandemie ein kontinuierliches Lernen ermöglichen.

Doch nicht nur das: Bundesobmann Dieter Funke und Bundesgremialgeschäftsführer Jürgen Rathmanner sehen in der App-basierten, fachspezifischen Ausbildung CustomerExpert einen Baustein zur Modernisierung des „dualen Ausbildungssystems hin zur trialen Berufsbildung in Form einer digitalen Lernwelt“. Dieter Funke: „Die Corona-Krise hat uns aufgezeigt, wie schnell die herkömmlichen Unterrichtsmethoden an ihre Grenzen gestoßen sind. Ohne Vorbereitungszeit musste sich das gesamte Schul- oder Hochschulwesen auf digitales Lernen umstellen.“ CustomerExpert sei eine passende Lösung für die neuen Herausforderungen.



Einen Fan jedenfalls hat die App bereits. Dr. Josef Simmer ist begeistert von dem Tool und hat es auch schon ausgetestet. „Ich habe im Herbst einen Probezugang erhalten und den kaufmännischen Teil, der durchaus anspruchsvoll ist, mittlerweile erfolgreich absolviert. Die App ist eine tolle Möglichkeit sich aus- und fortzubilden, ohne zeitlichen und räumlichen Druck. Und ein Nachschlagewerk habe ich damit auch am Handy“, schwärmt er. Seine Begeisterung ist schon abgefärbt, einige seiner Mitarbeiter sind ins Aus-/Fortbildungsprogramm eingestiegen. Die Keplinger GmbH übernimmt für sie die Kosten.

Doch was genau steckt hinter CustomerExpert? Das Weiterbildungsangebot richtet sich nach eigenen Angaben an Lehrlinge, Mitarbeiter, Quereinsteiger und Umsteiger. Es vermittelt tiefgehendes Wissen in den Bereichen des Baustoff-, Eisenwaren-, Haushaltswaren- und Holzhandels sowie in Wirtschaftskunde und kaufmännischem Rechnungswesen. Die Inhalte und Multiple-Choice-Fragen wurden von Pädagogen didaktisch erarbeitet und von Fachexperten begleitet. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Anmeldung durch ein Unternehmen. Die Ausbildung kann bis zu drei Jahre dauern, das Tempo legen die Unternehmer bzw. Teilnehmer selbst fest. Gelernt wird anhand von Lernkärtchen und Multiple-Choice-Fragen in der App. Am Ende der Lernphase wird eine Prüfung zum STAR absolviert. Mit der Absolvierung von drei STARS wird man zum CustomerExpert.

Der Wood Star wurde in Zusammenarbeit mit dem Holztechnikum und der FH Kuchl entwickelt.

Weitere Informationen: [www.customerexpert.at](http://www.customerexpert.at)

Holz ist/hat:

- Im Brandfall unberechenbar
- Ein gutes Verhältnis von Eigengewicht zu Festigkeit
- Ein schlechtes Verhältnis von Eigengewicht zu Festigkeit
- Ein relativ schwerer Werkstoff
- Ein relativ leichter Werkstoff
- Im Brandfall berechenbar

woodSTAR - Vermessung von Rundholz nach dem Volumen

Diese Form der Vermessung ist die älteste und verbreitetste Methode der Rundholzvermessung. Furnier- und Sägerundholz wird in Europa grundsätzlich nach dem Volumen verrechnet, und die dazu verwendete Einheit nennt man „Festmeter“. Ein Festmeter ist ein Kubikmeter reines Holzvolumen.

Die Holzmesregeln für diese Art der Maßermittlung werden in vielen Staaten Europas unterschiedlich gehandhabt. Sie sind auch in Österreich sehr komplex und unterscheiden sich je nach der angewandten Vermessungsmethode (händische Vermessung mit der Kluppe, elektro- nische Werksvermessung).

Eichstempel auf einer Messkluppe



Nachhaltige Nutzung des Rohstoffes Holz (BM Nachhaltigkeit und Tourismus)



Jedes Jahr wachsen um **4,2 Mio. m<sup>3</sup>** mehr Holz nach als wir nutzen.

**105.000** Einfamilienhäuser aus Holz

Bundesministerium Nachhaltigkeit und Tourismus

Einige Beispiele dafür, wie CustomerExpert aufgebaut ist.  
Bilder: Bundesgremium Baustoff-, Eisen- und Holzhandel

[www.customerexpert.at](http://www.customerexpert.at)



wineo 1200  
PURLINE BIOBODEN

NATÜRLICH  
NACHWACHSEND

wineo 1200 – die neue Wohngesund-  
Kollektion für familientaugliche  
Lieblingsplätze.

Nachhaltig und klimaneutral –  
mit trendstarken  
Bestseller-Dekoren.





*Emotionaler Touch – die Türenaussstellung bildet das Herzstück im Holzfachhandel Mohren. Bilder: Mohren/HolzLand*

## Holzfachhandel Mohren

# Daumen hoch für die neue Türenaussstellung

Der Holzfachhandel Mohren in Schwalmtal hat seinem Inneren ein komplett neues Aussehen verpasst. Mehr Licht. Mehr Helligkeit. Mehr Atmosphäre. „Einige Kunden haben schon gefragt, ob wir eine neue Halle gebaut haben“, sagt Jochen Bischofs und lacht. Nein, eine neue Halle gab es nicht. Ein völlig neues Gesicht haben die Verkaufsräume dennoch erhalten. Das Gebälk unter der Decke wurde entfernt. So entstanden mehr Weite und eine ganz andere Optik.

„Türen sind die ganz persönliche Visitenkarte des eigenen Zuhauses“, ist Jochen Bischofs überzeugt. Folgerichtig hat er kräftig in seine Türenaussstellung investiert – sie ist das Aushängeschild der umfassenden Renovierungsmaßnahmen geworden. Mehr als 100 Exemplare werden nun fächerartig in einem Halbkreis präsentiert. Besondere Hingucker sind große Porträts von lachenden Menschen. „Sie schaffen ein positives Ambiente“, findet Bischofs. Wer möchte nicht von glücklichen Gesichtern begrüßt werden...? Die Resonanz seiner Kunden jedenfalls gibt ihm Recht in seiner Einschätzung. Sie sind begeistert vom „neuen“ Holzfachmarkt Mohren.

Im August vergangenen Jahres haben die Umbauarbeiten begonnen. Im Oktober war alles größtenteils fertig.

„Nach 20 Jahren ist es auch einmal Zeit für eine Veränderung gewesen“, betont Jochen Bischofs. Besonders die Ausleuchtung der Flächen gefällt ihm gut. „Mit Licht kann man viel bewirken“, sagt er. Das kommt auch der Bodenausstellung zugute, die nun viel großzügiger und freundlicher wirkt. Auch eine moderne Kaffee-Ecke ist integriert – alles wirkt einladend und ist auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. In der extrem großzügigen Bodenausstellung haben Besucher unter anderem die Wahl zwischen Parkett (100 Muster), Korkböden (12 Muster), Laminat (50 Muster) und Vinylböden (120 Sorten). Vervollständigt wird das Bodensortiment durch 35 innovative Avataraböden. Viele Muster sind verlegt und verleihen den rund 900 Quadratmetern Verkaufsfläche von Grund auf eine wohnliche Atmosphäre.

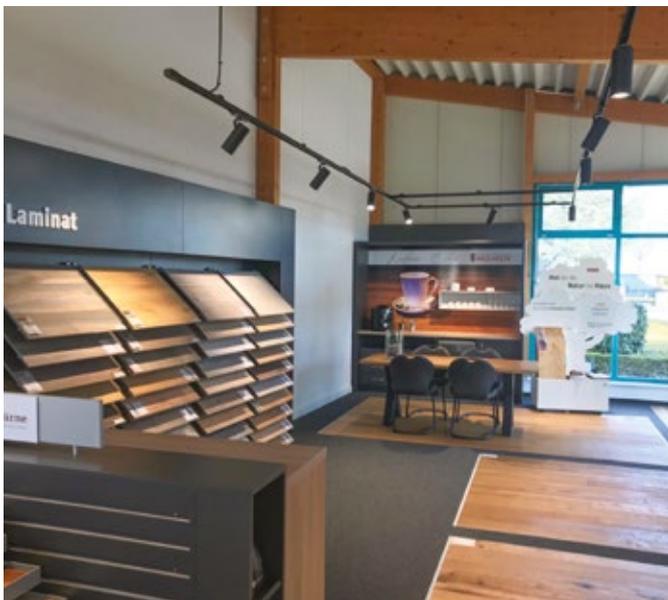
Wesentlich großzügiger und ansprechender ist auch der Informationsbereich geworden. Dort steht in großen Buchstaben „Ihr Partner für Ausbau, Umbau und Wohnen mit Holz“ an der Wand. Den Beratungstresen ziert die Fotografie eines sattgrünen Waldes. Einkaufen und Wohlfühlen – dieses Motto bekommt im Holzfachhandel Mohren am Niederrhein einen topmodernen, frischen Anstrich.



*Im August haben die Umbauarbeiten begonnen.*



*Rund 100 Türen sind bei Mohren ausgestellt.*



*Wohnliche Atmosphäre.*



*Porträts verleihen der Ausstellung eine persönliche Note.*



*Heller und freundlicher Empfang.*



*Türen sind die persönliche Visitenkarte eines Hauses.*

 [www.heinrich-mohren.de](http://www.heinrich-mohren.de)



So funktioniert die Luca App. Bild: culture4life

## HolzLand Hegener

# Kunden können sich mit der Luca App registrieren

HolzLand Hegener setzt bei der Erfassung der Daten seiner Kunden die Luca App ein. Geschäftsführer Rainer Backes sieht darin zwei große Vorteile. „Wir vermeiden auf diesem Weg eine Zettelwirtschaft ohne Ende. Wir müssten mit den ausgefüllten Seiten sonst Aktenordner füllen“, sagt er. Und: „Der Datenschutz ist einfach zu gewährleisten, denn wir können die Daten nicht auslesen, nur das Gesundheitsamt kann die Kontakt-historie anfragen und entschlüsseln.“

Die Umsetzung vor Ort sei ganz einfach, betont Backes. „Wir haben die App auf einem Firmenhandy installiert und laden jeden Tag zu einer Veranstaltung ein“, beschreibt der Chef von HolzLand Hegener das Prozedere. Besagtes Handy liegt an der Information, die Kunden können dort den QR-Code einscannen. „Für unsere Kunden ist die Nutzung also schnell und bequem“, berichtet Backes. Einziges Problem: Die Luca App nutzen noch nicht alle Menschen. „Aber es werden immer mehr“, unter-

streicht er und erzählt von einem Kunden, der bei seinem ersten Einkauf noch das Formular ausfüllen musste, beim zweiten und dritten Besuch dann die Luca App nutzte. „Ich denke, diese elektronischen Verfahren sind die Zukunft“, ist Backes überzeugt. Lockerungen und Öffnungen werde es auch zukünftig nur mit funktionierender Kontaktnachverfolgung geben. „Die Luca App ist da eine gute Möglichkeit“, findet Backes.

Um Mitarbeitern und Kunden einen sicheren Einkauf zu ermöglichen, gibt es aber auch noch andere Möglichkeiten – zum Beispiel die Beschränkung der Anzahl der Menschen im Ladenlokal. Aufgrund der Größe dürften bei HolzLand Hegener eigentlich bis zu 250 Kunden ins Geschäft. „Wir erlauben aber nur 40 bis 50 Kunden gleichzeitig“, betont Backes, der den Einsatz der Luca App über Facebook und Instagram kommuniziert. Bei Facebook dürfen sich Rainer Backes und seine Mitarbeiter inzwischen über mehr als 5.000 Follower freuen.



HolzLand Hegener bewirbt die Luca App aktiv. Bild: HolzLand Hegener

### Zu HolzLand Hegener

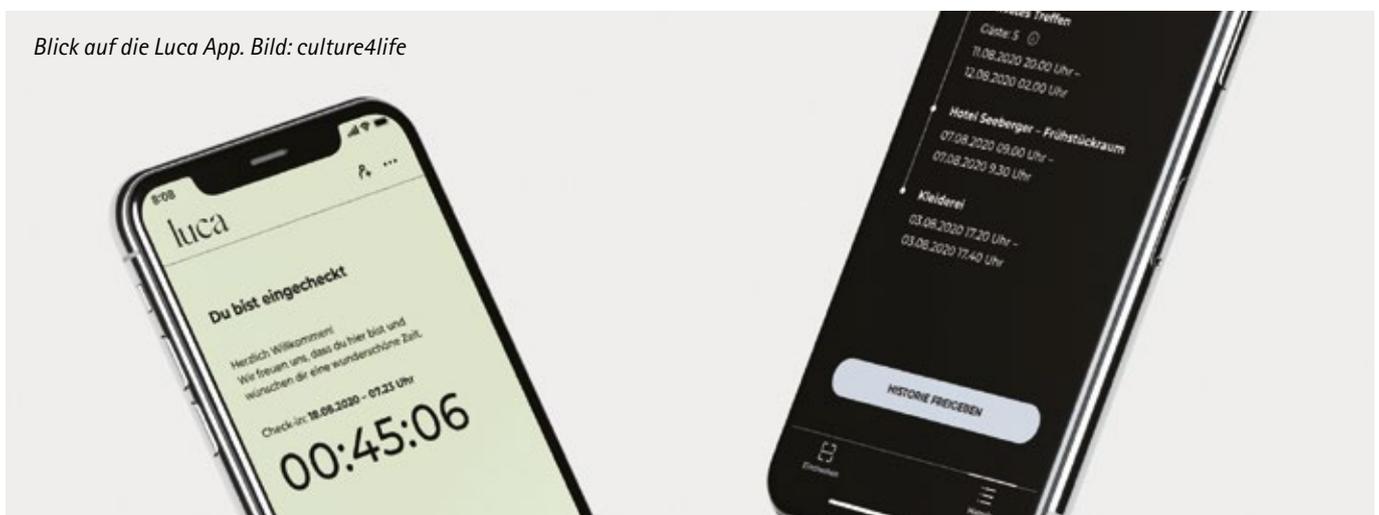
Der Ursprung von HolzLand Hegener liegt in einem Grubenholzhandel, der den damals noch sehr aktiven Bergbau bediente. Parallel zum Strukturwandel in der Region entwickelte sich das Unternehmen dann kontinuierlich weiter. 1967 wurde das Unternehmen von Klaus und Norbert Backes sowie Karl-Heinz Böning übernommen. 1970 siedelte HolzLand Hegener vom Holunderweg ins Gewerbegebiet „Stollenstraße“ in Gladbeck um. Nach und nach wurde die Einzelhandelsverkaufsfläche auf zirka 10.000 Quadratmeter und das Sortiment auf mehr als 57.000 Artikel ausgebaut - bei einer Gesamtbetriebsfläche von 26.000 Quadratmetern. Seit 2004 fungieren Rainer Backes und Bernhard Kämper als Geschäftsführer.

► [www.holz-hegener.de](http://www.holz-hegener.de)

### Hintergrund Luca App:

- ✓ Die Luca App ist für Smartphones auf Android- und iOS-Basis kostenfrei verfügbar.
- ✓ Die App bietet eine schnelle und lückenlose Kontaktnachverfolgung, erstellt automatisch eine persönliche Kontakt- und Besuchshistorie und ermöglicht im Infektionsfall eine verschlüsselte und sichere Kontaktdatenübermittlung an das Gesundheitsamt.
- ✓ Wer keine App installieren möchte, kann die Anwendung über den Browser des Smartphones aufrufen (luca-app.de). Dort gibt es auch eine Übersicht, in welchen Regionen Luca in Gebrauch ist.
- ✓ Technische Voraussetzungen sind ein Internetzugang und ein Gerät, um QR-Codes lesen zu können (z. B. Smartphone).
- ✓ Verbraucher müssen nach Installation der App einmalig ein Profil anlegen und Daten wie Namen und Telefonnummer eintragen. Auf diese Weise wird ein sich minütlich ändernder QR-Code erstellt, der dem Endgerät (z.B. Smartphone) zugeordnet ist. Entweder scannt der Betreiber des Geschäfts den generierten QR-Code ein, oder er erstellt selber einen QR-Code für seine Location, den die Verbraucher einscannen, um ihre Anwesenheit zu speichern.
- ✓ Im Fall einer Corona-Infektion könnte das Verfahren so ablaufen: Das zuständige Gesundheitsamt tritt mit der infizierten Person in Kontakt, die ihre Liste der besuchten Orte freigibt. Dazu erhält sie eine Transaktionsnummer (TAN). Das Gesundheitsamt bittet die betroffenen Geschäfte, die zeitlich relevanten Besuchereinträge freizugeben. Danach kann das Amt alle Kontaktpersonen informieren.

Blick auf die Luca App. Bild: culture4life



# Dienstleistungsvereinbarung mit easysub plus Mit Fördermitteln Umwelt schützen und Kosten sparen

Der Klimawandel ist spürbar und stellt uns alle vor große Herausforderungen. So wie jeder Einzelne sein Verhalten immer wieder überprüft und nach Ansatzpunkten für einen umweltverträglicheren Lebenswandel sucht, so fragen sich auch viele Unternehmen, wie sie ihren ökologischen Fußabdruck verkleinern und trotzdem sinnvoll wirtschaften können.

Um global Einfluss auf die Klimaveränderungen nehmen zu können, hat sich Deutschland zusammen mit seinen EU-Partnerländern auf gemeinsame Emissionsgrenzen bis 2050 verständigt. Mit dieser Zielsetzung im Hinterkopf hat die Bundesregierung viele unterschiedliche Förderprogramme aufgesetzt, um damit Unternehmen zu motivieren, auch schon bei der Investitionsplanung auf „grün“ zu schalten und explizit klimafreundlichere Alternativen zu berücksichtigen.

Die Palette staatlicher Förderinstrumente reicht dabei von Steuererleichterungen über Kredite bis hin zu nicht rückzahlbaren Zuschüssen. Insbesondere die Zuschüsse stellen ein für die Wirtschaft sehr attraktives Instrument dar, da die bewilligten Gelder dem Unternehmen nicht vergünstigt geliehen, sondern – salopp gesagt – einfach geschenkt werden.

## **Aber welche Investitionen sind denn nun förderfähig?**

Das Spektrum der Förderkategorien für Energieeffizienz und CO<sub>2</sub>-Reduktion ist relativ breit gefasst und umfasst sowohl Neu- als auch Ersatzinvestitionen: Es geht dabei um die industrielle und gewerbliche Anwendung von elektrischen Motoren und Antrieben, Pumpen, Ventilatoren, Kompressoren, Wärmerückgewinnung und Abwärmenutzung sowie Dämmung von Anlagen / Anlageteilen. Konkret verbergen sich dahinter

bspw. Investitionen in neue, energieeffiziente Maschinen, Investitionen beim Gebäudeneubau sowie die Anschaffung elektrisch betriebener Gabelstapler oder Schredder.

Was vielen Unternehmen nicht klar ist: Sie haben einen Anspruch auf diese Zuschüsse, die der Gesetzgeber für das Erreichen der Klimaziele reserviert hat.

Doch wie behält man da den Überblick? Und wie findet man heraus, welches Programm überhaupt zur angestrebten Neuanschaffung passt? Bei der Beantwortung erscheint es sinnvoll, sich von Experten beraten zu lassen, die den Überblick über die verschiedenen Fördertöpfe haben. Denn auch wenn Förderprogramme bares Geld bringen, so kostet es doch Zeit und Nerven, sich mit den Voraussetzungen und Restriktionen auseinanderzusetzen, die eine Beantragung mit sich bringen.

Die easysub plus GmbH aus Oberursel ist Spezialist, wenn es um die Beratung, aber auch um die Abwicklung staatlicher Förderprogramme geht. Seit 2016 haben sich weit über 2.000 Kunden aus unterschiedlichen Branchen von den Fördermittelexperten beraten lassen.

Und die Beratung ist dabei nur der erste Schritt: Sobald klar ist, wie hoch die Förderung für eine Investition ausfallen wird, kümmert sich das Unternehmen um die komplette Administration rund um den Förderantrag:

- ▶ Abwicklung der Antragstellung
- ▶ Kontrolle des Zuwendungsbescheides
- ▶ Einhalten der Fristen bei der Mittelverwendung
- ▶ Überwachung der Auszahlung der Zuschüsse



Um die Klimaziele zu erreichen, hat die Bundesregierung viele Förderprogramme aufgelegt. Sie lohnen sich besonders für mittelständische Unternehmen. Bild: acinquantadue/shutterstock.com

Was auffällt: Viele mittelständische Unternehmen finden sich mit ihren erfolgreich durchgeführten Projekten auf der Kundenliste. „Insbesondere werden mittelständische Unternehmen vom Gesetzgeber gegenüber großen Firmen bevorzugt, wenn es um die Berechnung der Fördersummen geht,“ weiß Geschäftsführer Jochen Saße zu berichten. So werden bei vielen Förderprogrammen bspw. bis zu 40% der förderfähigen Kosten berücksichtigt, während bei großen Unternehmen die Obergrenze bereits bei 30% erreicht ist.

Zudem profitieren Mittelständler sehr stark von der Übernahme aller Antragsformalitäten durch die Subventionsexperten, denn „kleine Unternehmen sind in ihrem Kerngeschäft oft top aufgestellt, aber es fehlen ihnen trotzdem entsprechend ausgebildete Mitarbeiter, die sich erfolgreich durch den Förderdschungel kämpfen“, fügt Jochen Saße hinzu. Diese Lücke schließt easysub plus für kleine und mittlere Unternehmen und findet die maximale Förderung mit minimalem Aufwand für den Kunden. Ein weiterer Pluspunkt: Das Honorar für die umfassende Beratung sowie die Abwicklung des Fördervorhabens wird nur im Erfolgsfall fällig.

easysub plus ist aber nicht nur mit den Programmen zur Förderung der Energieeffizienz in der Wirtschaft vertraut. Das Beratungsspektrum umfasst viele weitere Gebiete, wie beispielsweise auch sehr stark branchenspezifisch orientierte Themen wie die De-minimis-Beihilfen für Unternehmen des Güterkraftverkehrs mit schweren Nutzfahrzeugen. In diesem Segment – Berater und Dienstleister für De-minimis-Beihilfen – ist die easysub plus Marktführer.

HolzLand hat daher mit easysub plus eine Dienstleistungsvereinbarung geschlossen. Die HolzLand-Händler profitieren von der zentral gesteuerten Zusammenarbeit und der Zentralregulierung der erbrachten Dienstleistungen im Rahmen der konkreten, individuellen Fördervorhaben. Auch für neue Themen und Förderinitiativen gibt es auf diese Weise immer einen passenden zentralen Ansprechpartner, der in Kooperation mit den Förderexperten den HolzLand-Händlern den Zugang zu nicht rückzahlbaren Zuschüssen erleichtert.

### **easysub plus GmbH**

In den Schwarzwiesen 9  
D-61440 Oberurse  
Telefon: +49 (0) 61 71/2 77 55-00  
[www.easy-sub.de](http://www.easy-sub.de)

**easysub<sup>+</sup>**  
Subventionen einfach.

## elka-Holzwerke

# Wohngesunde Produkte der elka-Holzwerke

### Nachhaltigkeit wird neuer Lebensstil

Ein nachhaltiges Einkaufsverhalten spielt bei Konsumenten eine immer wichtigere Rolle. 81 Prozent gaben an, beim Einkaufen auf Nachhaltigkeit zu achten (2019). Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG und der IFH Köln. „Nachhaltigkeit ist ein Teil unserer Lebensrealität und wird Wirtschaft und Gesellschaft fundamental verändern. Denn die Menschen haben verstanden, dass es auf dieser Welt keine unlimitierten Ressourcen gibt“, erläutert dazu Stephan Fetsch, KPMG-Partner und Head of Consumer Goods.

### Pionier in Sachen Nachhaltigkeit & Gesundheit

Als ökologischer Vorreiter bekannt, bieten die elka-Holzwerke mit ihren umweltverträglichen, energieeffizienten Markenprodukten schon jahrzehntelang einen überdurchschnittlichen Qualitätsstandard. Hochwertige, emissionsarme Produktlinien sind beispielsweise die Fichten-Frischholz-Platten der esb Standard & esb PLUS, letztere mit Formaldehyd-Werten unter 0,03 ppm (parts per million), und die Naturholzplatte vita. Diese Platten garantieren problemlose Recyclingfähigkeit, Rückbau und Wiederverwendbarkeit. Ein spezieller verarbeitungsfreundlicher MUF-Leim ohne Isocyanate zeichnet zudem die gesamte Produkt-Palette aus.

Die Einsatzmöglichkeiten der elka-Produkte sind dabei vielfältig: vom Fertighaus bis hin zum hochwertigen Möbel- oder Messebau. „Ein gesundes Wohnambiente kombiniert mit höchsten ökologischen Ansprüchen ist das Ziel der gesamten elka-Produktentwicklung“, heißt es in einer Pressemitteilung.

### Umwelt- und Klimaschutz zählt zu den wichtigsten Anliegen

Im Wertesystem des 1906 gegründeten Familienunternehmens mit Sitz in Morbach im Hunsrück sind die Themen Umwelt- und Klimaschutz fest verankert. elka verarbeitet nach eigenen Angaben ausschließlich heimische Hölzer aus nachhaltiger, kontrollierter Forstwirtschaft aus einem maximalen Umkreis von etwa 150 Kilometern – auch aus ökologischen Gründen. Die einzigartige Kasakaden-Produktion steht bei elka außerdem beispielhaft für den gelebten Umweltgedanken: Sämtliche Rohstoffe werden komplett in drei Produktionslinien der Schnittholz-, Spanplatten- und Naturholzfertigung eingesetzt. Auf diese Weise werden CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert und fossile Ressourcen geschont. Ergänzt wird das Engagement durch ein zertifiziertes Energie-Management System.

### DGNB als Gütesiegel für nachhaltiges Bauen

Das wachsende Umwelt-Bewusstsein des Konsumenten lässt sich auch im Baubereich erkennen. Nachhaltiges Bauen erfordert einen bewussten Umgang mit vorhandenen Ressourcen, die Minimierung des Energieverbrauchs und das Schonen der Umwelt. Eine wichtige Schlüsselrolle spielt hier die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Das Nachhaltigkeitskonzept der DGNB berücksichtigt neben den oben genannten Aspekten auch Faktoren wie Design, Wohlfühl und Kosten. In die Zertifizierung fließen je nach Gebäudetyp bis zu 40 Nachhaltigkeitskriterien ein. Je nach Erfüllungsgrad dieser Kriterien vergibt die DGNB Zertifikate in Platin, Gold, Silber oder Bronze bei der Gebäudebewertung. „Seit längerem beobachten wir bei unseren Kunden eine steigende Anzahl von DGNB zertifizierten Häusern & Gebäuden“, betont Dagmar Hilden-Kuntz, Marketingleitung & Vertrieb des Unternehmens.

Das Referenz-Musterhaus „Victoria“ von Rensch-Haus, gebaut als Effizienzhaus 40 Plus, überzeugte die Jury des „Deutschen Musterhauspreises“ in 2020 und gewann Gold in der Kategorie Premiumhaus. Verwendet wurden hier auch die esb PLUS Platten von elka. Bild: Rensch-Haus GmbH.



esb PLUS



esb Standard





Noch ein Referenzobjekt esb PLUS: Außen- und Innenaufnahme der Stuntwerk-Halle im Aicher-Park in Rosenheim. Bilder: Christoph Gutmann (ligna Systems), Holz-Bau Wagen.

### elka-Produkte jetzt auch mit DGNB-Label zertifiziert im DGNB-Navigator

Wegen des ökologischen Anspruchs ist die Zusammenarbeit mit der DGNB für elka bereits 2015 ein logischer und wichtiger Schritt gewesen. Das Unternehmen gehört zu einem der ersten aus der Holzwerkstoff-Industrie, das mit der kompletten esb-Produktlinie und der Naturholzplatte vita seit jüngstem auch mit offizieller DGNB-Label-Zertifizierung im DGNB-Navigator gelistet wurde. Die Auswahl des richtigen Bauproduktes ist für das nachhaltige Bauen von entscheidender Bedeutung für das Zertifizierungsergebnis und damit für die Gesamtperformance des Gebäudes. Mit dem langjährigen Engagement und der Einbringung der elka-Produkte in den DGNB-Navigator unterstreichen die elka-Holzwerke ihre Vorreiterrolle, Nachhaltigkeit und Ökologie als Lebensstil zu etablieren.

### Ausgezeichnete Produkte

Umweltsiegel wie etwa der „Blaue Engel“ und Zertifikate des Sentinel Haus Instituts (jeweils für esb PLUS und VITA Naturholzplatte Fichte), dem DIBt Gutachten (Deutsches Institut für Bautechnik) sowie das Holzwerkstoff-Siegel „Premium Qualität“ unterstreichen die höchste technische und ökologische Qualität der elka-Produkte. Die esb PLUS-Platte wurde zusätzlich bereits 2017 mit den Innovationspreisen des IONIC AWARD und 2018 mit dem Materialpreis in Ökologie ausgezeichnet, die Naturholzplatte vita mit dem German Design Award 2018.

#### elka-Holzwerke GmbH

Hochwaldstraße 44

D-54497 Morbach

Telefon: +49 (0) 65 33/95 60

[www.elka-holzwerke.de](http://www.elka-holzwerke.de)



## MeisterWerke

# Stylisches Paneelsortiment kommt auf leisen Sohlen

### „Verkleiden war gestern“

Unter der Marke MEISTER vermarkten die MeisterWerke nicht nur innovative Hartbodenbeläge, auch Paneele sind Teil des umfangreichen Sortiments – für sie gilt ebenfalls „100 Prozent Made in Germany“. Mit zahlreichen Neuprodukten erweitert MEISTER nun das Produktportfolio rund um die Wand- und Deckengestaltung. Dabei gilt immer: Funktionalität trifft auf stylische und moderne Optiken, denn: Verkleiden war gestern!

### „MeisterPaneele. Style“: Schalldämmende Akustikpaneele mit Filz

Echten Mehrwert – zusätzlich zur schicken Optik – bietet die neue Kollektion „MeisterPaneele. style SP 800“ mit hochwertigem Filz. Das Akustikpaneel absorbiert 35 Prozent des Raumschalls (Absorberklasse D gemäß DIN EN 11654) und sorgt damit für eine spürbar angenehme Atmosphäre besonders in modernen Wohnumgebungen, in denen Vorhänge und andere Textilien nur sparsam eingesetzt werden. Um die schalldämmende Wirkung zu entfalten, reicht bereits eine partielle Verlegung an Wand oder Decke aus, betont der Hersteller. Das Produkt eigne sich auch perfekt als funktionale Lösung für das Homeoffice.

„MeisterPaneele. style“ steht in fünf modernen Farben zur Verfügung – für den perfekten Gesamteindruck wird jede Farbe komplettiert durch passende Filzleisten (Winkelabdeckleiste und Abdeckleiste). SP 800 punktet auch bei der Nachhaltigkeit: Die vegane Filzoberfläche besteht aus Recyclingmaterial (100 Prozent bei den Grautönen, 50 Prozent bei Oliv und Terrabraun) und lässt sich nach Ende der Nutzung selbst wiederum komplett recyceln.

### „MeisterPaneele. Craft“: Echtholzpaneele mit Manufakturcharakter

Die „MeisterPaneele. craft EP 500“ steht im neuen MEISTER-Paneelsortiment für die authentische und individuelle Wand- und Deckengestaltung mit Echtholz. Der kernige Manufakturcharakter entsteht durch zwei ausdrucksstarke, besonders tief geprägte Strukturen („Industrial Wood“ und „Vintage“). Die Paneele im praktischen Format von 700 x 160 Millimeter lassen sich horizontal oder vertikal montieren und sind perfekt geeignet für kleinere Highlight-Flächen oder auch komplette Wände und Decken.

Durch das kompakte Format lassen sich die einzelnen Paneele nicht nur einfach verarbeiten, sondern bringen auch ein großes Farbspiel und damit viel Abwechslung in den Raum. Montiert werden kann die „MeisterPaneele. craft“ auf einer Holzlattung oder einem Metall-Lattungsprofil. Ganz besonders einfach geht es mit Tackerklammern (ausschließlich für die Wand). Zur Verfügung stehen sechs Oberflächen, davon fünf mit Naturöl-Finish sowie eine Rohholzvariante, die sich ganz individuell behandeln und so dem persönlichen Wohnstil anpassen lässt. Neue schmale Echtholzleisten sorgen für den perfekten Abschluss.

### Dekorpaneele Terra: Anti-Schimmel-Wirkung und zahlreiche neue Dekore

Im Bereich der Dekorpaneele standen vor allem Neustrukturierung und Vereinfachung im Fokus. „MeisterPaneele. terra“ – das feuchtraumgeeignete Paneel mit nachgewiesener Anti-Schimmel-Wirkung – ist jetzt über beide Kollektionen DP 250 (25 Zentimeter Breite) und DP 200 (20 Zentimeter Breite) dekorgleich. Sechs neue und moderne Dekore ergänzen die Bestseller – darunter als Highlight „White Vision“ mit innovativer 3D-Drucktechnologie: eine ebene Fläche, die aber den Eindruck eines ausgeprägten Wellenschliffs mit sich bringt.

*Das neue Filz-Akustikpaneel eignet sich perfekt, um besonders in modernen Wohnumgebungen die Raumschallsituation zu verbessern (MeisterPaneele. style SP 800, Filz basaltgrau 4502)*

Die technischen Vorteile der Kollektion überzeugen zudem: Das Zusammenspiel aus Terragen-Platte und Terracell-Oberfläche sorgt für eine Anti-Schimmel-Wirkung und macht das Paneel damit perfekt geeignet für Feuchträume, betont MEISTER.

Das MDF-Trägermaterial Terragen wurde exklusiv für MEISTER entwickelt. Es sei besonders emissionsarm und aufgrund der speziellen Bindemittel praktisch formaldehydfrei – ein großes Plus in Sachen Nachhaltigkeit und Wohngesundheit. Die Dekorpaneele „MeisterPaneele. terra“ sind daher mit dem Blauen Engel ausgezeichnet, ebenso wie seit kurzem auch das Dekorpaneel Bocado.

### **Designboden „MeisterDesign. next“:**

#### **Ein neuer Boden-Maßstab!**

Der wohngesunde „Vinylboden ohne Vinyl“ hat sich seit dem Produktlaunch 2018 fest auf dem Markt etabliert. Jetzt kommt mit dem Designboden „MeisterDesign. next“ (Edition M7) die nächste Generation nachhaltiger, wohngesunder und PVC-freier Designböden ins MEISTER-Sortiment. Acht authentische Dekore versprechen Vielfalt.

Der neue Designboden verfügt über einen innovativen modularen Komfortaufbau mit integrierter Kork-Trittschalldämmung und einer auf nachwachsenden Rohstoffen basierenden, quellreduzierten AquaSafe-Spezialplatte. Die zusätzliche AquaStop-Kantenimprägnierung und das dicht schließende patentierte Fold-Down-Klicksystem Masterclac Plus sorgen für eine garantierte 4-Stunden-Wasserresistenz. Damit ist „MeisterDesign. next“ für den Einsatz in Wohn- und Schlafräumen genauso geeignet wie für Flur, Küche und Bad (natürlich auch auf einer Warmwasser-Fußbodenheizung). Mit der hohen Nutzungsklasse 23/33 ist auch die Eignung für den Objektbereich gegeben. Die kompakten Dielen (Format: 1287 × 220 Millimeter bei 8 Millimeter Stärke) lassen sich einfach und sicher verlegen. Besonders innovativ ist die Puretec® Pro-Oberfläche. Dieser neuartige Soft-PUR-Spezialfilm bietet ein extrem farbrillantes und authentisches Dekorbild, das insbesondere bei den drei poresynchronen Dekoren der Edition eine perfekte Verbindung aus Haptik und Optik ermöglicht. Eine geringe Dekorwiederholung (neun unterschiedliche Dielen) sorgt bei MeisterDesign. next für besondere Vielfalt und Abwechslung im verlegten Bodenbild und setzt somit optisch völlig neue Maßstäbe.

MeisterDesign. next ist wasserresistent und damit perfekt für Flur, Küche oder auch Badezimmer geeignet (hier: Eiche Casablanca 6414, Holznachbildung).



Im neuen MEISTER-Paneelsortiment ergeben sich harmonische Kombinationsmöglichkeiten – wie hier Echtholz zusammen mit Filz! (MeisterPaneele. craft EP 500, Cream Oak 4302 und MeisterPaneele. style SP 800, Filz olive 4511)



Auch im Bereich der Dekorpaneele gibt es Neuheiten, wie hier das Dekor „White Vision 4203“ mit innovativer 3D-Drucktechnologie (Kollektion MeisterPaneele. terra)



Die Echtholzpaneele MeisterPaneele. craft EP 500 bringen viel Stil und Natürlichkeit an die Wand (hier: Old Denim Oak 4304). Bilder: MeisterWerke

**MeisterWerke Schulte GmbH**  
 Johannes-Schulte-Allee 5  
 D-59602 Rütten  
 Telefon: +49 (0) 29 52/8 16-0  
 www.meister.com

**MEISTER**

# Osmo

## Neues Sichtblendensystem: Flexibilität der Extraklasse

### Flex Fence überzeugt durch Materialvielfalt und Gestaltungsfreiheit

Das Jahr 2020 brachte im beruflichen sowie privaten Bereich viele Herausforderungen mit sich und hat vor allem eines gezeigt: Flexibilität ist gefragt! Mit Flex Fence stellt die Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG diesen Anspruch auch an ihr neues Sichtblendensystem – denn jeder Garten ist so individuell wie seine Bewohner und will optimal auf deren Bedürfnisse und Vorstellungen abgestimmt sein. Das Neuprodukt überzeugt nicht nur dem Namen nach mit purer Flexibilität, sondern hebt Individualität und Anpassungsfähigkeit bei der Gestaltung von Sichtschutzanlagen auf ein ganz neues Level.

### Sichtblenden für Individualisten

Ein attraktiver Sichtschutz hilft dabei, die Privatsphäre zu bewahren und hat darüber hinaus als gestalterisches Element Einfluss auf die Gesamtoptik des Außenbereichs. Mit Flex Fence stellt Osmo Gartenbesitzern den Rahmen für ihre persönliche Wunsch-Sichtblende zur Verfügung: Die Rahmenprofile um-

fassen ein Start- sowie ein Abschlussprofil aus witterungsbeständigem, robustem Aluminium – die Füllungsprofile hingegen können völlig frei gewählt werden. Egal ob klassisch-elegantes Holz, trendiges Aluminium oder pflegeleichtes BPC, alle Materialien und Profile mit 19 Millimetern Materialstärke aus dem facettenreichen Osmo Sichtblendensortiment können zum Einsatz kommen.

### Maximale Gestaltungsfreiheit

Pro Sichtblende werden immer zwei Start-/Abschlussprofile und ein Zubehörbeutel benötigt. Ein zusätzliches, ebenfalls aus Aluminium gefertigtes H-Profil dient der Gliederung des Sichtschutzes beziehungsweise der Kopplung verschiedener Profile. Die Sichtblende kann sowohl waagrecht als auch senkrecht unterteilt werden, zudem lassen sich unterschiedliche Materialien flexibel miteinander kombinieren. Immer größerer Beliebtheit erfreuen sich auch praktische und transportfreundlich verpackte Bausätze, weshalb Flex Fence ebenso wie viele andere Osmo Sichtblenden als modulares System verfügbar ist. Mehr Flexibilität geht nicht!

Weitere Informationen zu den Flex Fence Sichtblenden und vielen anderen Osmo Neuheiten unter [www.osmo.de](http://www.osmo.de).



*Was die Gestaltungsfreiheit von Sichtblendensystemen angeht, hebt Osmo Flex Fence die Individualität auf ein ganz neues Level.*



*Die Flex Fence Sichtblenden lassen sich wahlweise waagrecht oder senkrecht montieren. Auch die Kombination verschiedener Materialien ist möglich.*



*Holz, Aluminium, BPC: Alle Profile mit einer Materialstärke von 19 Millimetern sind für Flex Fence geeignet.*



*Die verwendeten Start- und Abschlussprofile bestehen aus witterungsresistentem, robustem Aluminium.*

*Flex Fence steht – wie der Name schon sagt – für Flexibilität par excellence. Die Rahmenprofile umfassen ein Start- sowie ein Abschlussprofil, die Füllungsprofile können jedoch völlig frei gewählt werden. Bilder: Osmo*



**Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG**  
Affhüppen Esch 12  
D-48231 Warendorf  
Telefon: +49 (0) 25 81/9 22-100  
[www.osmo.de](http://www.osmo.de)

**osmo**<sup>®</sup>  
...in form und farbe

# FN Neuhofer Leisten mit WOW



FN pro-flex, Bilder: FN Neuhofer

Seit zehn Generationen und 371 Jahren beschäftigt sich die Familie Neuhofer mit der Verarbeitung von Holz. Heute zählt das Familienunternehmen als anerkannter Leisten- und Zubehörlieferant für Boden-Wand-Decke zur internationalen Branchenspitze. Die Produkte werden in 70 Länder weltweit verkauft und gehen zu 96 Prozent in den Export. Der Anspruch des Unternehmens ist eindeutig formuliert: Die Marke FN Neuhofer verbindet innovative Produkte mit modernsten Technologien, Qualität, Zuverlässigkeit und bestem Service.

#### **FN Neuhofer ist ein weltweiter Full-Service-Lieferant**

- ▶ für Leisten und Bodenprofile
- ▶ Befestigungssysteme für Leisten und Bodenprofile
- ▶ Zubehör für Boden, Wand und Decke

Damit erhalten die Kunden die Möglichkeit, „alles aus einer Hand“ zu beziehen und damit Zeit, Komplexität und Kosten zu sparen. Das Unternehmen führt zirka 14.000 verschiedene Artikel, rund 1.000 unterschiedliche Formen von Leisten und Profilen, etwa 600 verschiedene lagernde Dekore sowie unbegrenzte Möglichkeiten beim Druck durch die innovative Digitaldruck-Technologie (derzeit über 2.600 Dekore). Darüber hinaus kann FN Neuhofer besten Service, Topqualität und schnellste Lieferzeiten garantieren.

#### **Sie haben das Absatzvolumen, Neuhofer das Know-How, die Kapazität, die Innovationen sowie die Flexibilität!**

Zur langfristigen Absicherung des Standorts Zell am Moos verfolgt das Unternehmen die Vision 2025 und hat bereits in den vergangenen Jahren einen zweistelligen Millionenbetrag in modernste Hobel- u. Ummantelungstechnologie, in Verpackungsroboter, Anlagenverkettungen, in die Digitaldrucktechnologie sowie in Lagerhallen investiert.

#### **Folgende bauliche Maßnahmen sind außerdem geplant:**

- ▶ zusätzliche Produktionsfläche von 8.800 Quadratmetern
- ▶ neue Massivholzhalle mit 1.050 Quadratmetern
- ▶ 3-stöckiges Bürogebäude mit einer Gesamtfläche von 2.750 Quadratmetern
- ▶ moderne Kantine 380 Quadratmeter
- ▶ repräsentativer Schauraum 685 Quadratmeter
- ▶ Sozial- und Technikräume 885 Quadratmeter

Selbstverständlich steht Nachhaltigkeit immer im Fokus. So wird ein Teil des Stromes aus eigenen Wasserkraftwerken abgedeckt und soll durch Photovoltaik ergänzt werden.

Mehr Informationen zum Unternehmen & den Produkten finden Sie auf der Website [www.fnprofile.com](http://www.fnprofile.com)

Zitat:

„FN Neuhofer ist überzeugt, den Holzland-Partnern einen bedeutenden Mehrwert zu bieten und freut sich auf die weiterhin so gute Zusammenarbeit!“



FN roomy heißen die Wohnraumsysteme von Neuhofer.



Modernste Produktionshallen.



Der Standort in Zell am Moos.



Vision 2025: Das Unternehmen hat bereits einen zweistelligen Millionenbetrag investiert.



Innovativ:  
Biegbare Leisten.

**Neuhofer Holz GmbH**

Haslau 56

AT-4893 Zell am Moos

Telefon: +43 (0) 62 34/85 00-0

[www.fnprofile.com](http://www.fnprofile.com)



Scobalit

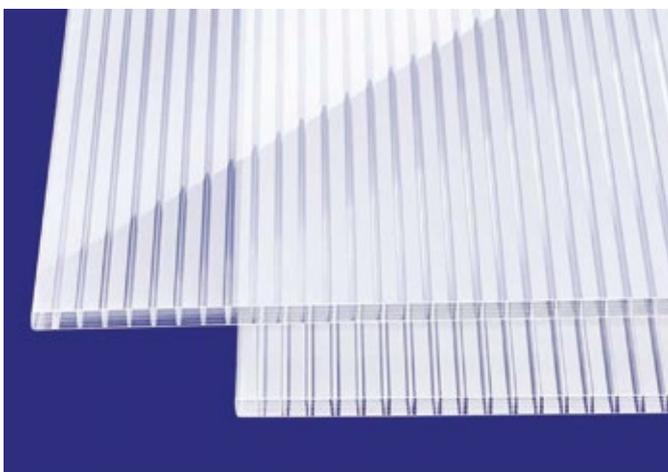
# Brillante Optik bei garantierter UV-Beständigkeit



Moderner Sonnenschutz. Bilder: Scobalit

Das Wetter wird besser, die Menschen zieht es in den Garten. Viele von ihnen möchten dann ihre Terrassen hübscher gestalten. Dabei gilt es, vor allem bei der Überdachung auf die Wertbeständigkeit des Materials zu achten und Kunden in diesem Fall gut zu beraten. Denn der Werkstoff sollte weder nach einiger Zeit trübe werden, noch vergilben oder vermoosen. Polycarbonat oder Acrylglas erweisen sich hier als besonders resistent und bruchfest. Scobalit bietet deshalb genau aus diesen Materialien Profil- und Hohlkammerplatten sowohl für offene Überdachungen als auch für Wandverkleidungen und Wintergärten an. Heimwerker schätzen das geringe Gewicht und die problemlose Bearbeitung, schreibt das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Profil- und Stegdoppelplatten aus schlagzähem Acryl vereinen eine über Jahrzehnte garantierte UV-Beständigkeit, eine brillante Optik sowie ausgezeichnete Haltbarkeit. So kann auch raues Wetter den hübschen Überdachungen nichts anhaben. Neu im Scobalit-Sortiment ist die Polycarbonat Hohlkammerplatte gestreift, 16 Millimeter stark. Der Grundkörper der Hohlkammerscheibe ist kristallklar und die Außenschalen sind mit schmalen oder breiten Schattierungslinien versehen (Vor- und Rückseite). Dies bietet sowohl eine effektive Schattierung als auch einen einzigartigen Design-Effekt.



Neu im Sortiment ist die Hohlkammerplatte gestreift.



Interessante Effekte.



Unterschiedliche Streifenbreiten je Seite.

Darüber hinaus sind beide Seiten durch eine coextrudierte hochwertige UV-Schutzschicht geschützt. Das bietet höchste Schlag- und Hagelfestigkeit (gemäß den Scobalit-Garantiebestimmungen), einfachste Bearbeitung und Montage sowie beidseitigen UV-Schutz. Die Hohlkammerplatte ist witterungsbeständig und kalt biegsam. Daher eignet sie sich für vielfältige lichtdurchlässige Bedachungen als Sicht- und Windschutz, als Beschattungen oder dekorative Trennwände (innen und außen).

### Die Eigenschaften im Überblick:

- ✓ Polycarbonat klar mit coextrudierten Streifen
- ✓ in Weiß oder Anthrazit
- ✓ unterschiedliche Streifenbreiten an beiden Außenseiten
- ✓ Einzigartiger 3D-Designeffekt
- ✓ Unterschiedliche Optik je nach Einbaurichtung
- ✓ Beidseitig UV geschützt
- ✓ Effektive Schattierung
- ✓ 16 Millimeter Plattenstärke
- ✓ 980 Millimeter Breite
- ✓ 2.000 – 7.000 Millimeter Länge

### Zum Unternehmen

Die Scobalitwerk Wagner GmbH wurde 1953 von Ferdinand Wilhelm Wagner in Andernach gegründet. Nach einem Großbrand und der Zerstörung sämtlicher Fertigungsanlagen erfolgte die Produktion durch Lizenzpartner. Das Produktprogramm von Scobalit wurde ständig erweitert und den aktuellen Markterfordernissen angepasst. Das Unternehmen ist heute in der Lage, sämtliche thermoplastischen Kunststofflichtplatten aus Acryl, Polycarbonat, PET, PVC und Polyester bundesweit anzubieten. Außerdem gehören Trapezbleche, Bitumenwellplatten, Bitumenschindeln, Noppenbahnen und Gartenartikel zum Lieferprogramm.

Der Kundenkreis besteht aus ca. 2.000 Bedachungs-, Fassaden- und Baustoff-Fachhändlern in Deutschland sowie den angrenzenden europäischen Ländern. Ein werkseigener Fuhrpark sorgt für eine flächendeckende und zuverlässige Auslieferung im gesamten Bundesgebiet. Die Produkte werden an fünf Standorten Seevetal/Hamburg, Wurzen/Leipzig, Anhausen/Koblenz, Kürnach/Würzburg und Schutterwald/Offenburg kommissioniert, auf Wunsch konfektioniert und mit original Scobalit-Zubehör ergänzt. Mehr als 50 Mitarbeiter bundesweit sorgen für eine kompetente und zuverlässige Betreuung der Händlerkunden und bieten auf Wunsch auch den Service der Objektberatung vor Ort.

Seit dem Jahre 2004 ist die Scobalitwerk Wagner GmbH eine Tochtergesellschaft der Gutta Gruppe mit Sitz in der Schweiz.

### Scobalitwerk Wagner GmbH

Bahnhofstraße 51-57

D-77746 Schutterwald

Telefon: +49 (0) 781/99 07 90-0

[www.scobalit.de](http://www.scobalit.de)





PRÜM-Türenwerk

# Farbige Vielfalt im Schichtstoffbereich mit Premiumkante

*PRÜM bietet eine farbige Vielfalt im CPL- und HPL-Schichtstoffbereich mit Premiumkante an. Bilder: PRÜM*

Nach dem erfolgreichen Start der PRÜM Premiumkante folgt jetzt ein weiterer wichtiger Schritt, um die Nachfrage im Markt noch effektiver bedienen zu können: die farbliche Durchgängigkeit mit der zwei Millimeter starken Premiumkante im CPL- und HPL-Schichtstoffbereich. Mit dieser neuen Türblattkante, die für den Wohn- und Objektbereich gleichermaßen interessant sein dürfte, stärkt der Türenhersteller PRÜM jetzt seine Fachhandelspartner. Ein absolutes Alleinstellungsmerkmal mit großem Mehrwert für Planer, Architekten, Schreiner und Kunden.

Dabei wurden 13 der gängigsten Kantenfarben ausgewählt und optimal abgestimmt auf die bedarfs- und kundenorientierten Marktanforderungen sowie die bereits bestehenden CPL-Karo und CPL-Weißlack Oberflächen. „Wir bringen die Premiumkante jetzt auf ein enorm großes Produktsortiment. So können wir auf die Oberflächenvielfalt im Wohn- und Objektürenmarkt individuell, schnell und zuverlässig reagieren. Zudem bieten wir mit der Premiumkante ein Differenzierungsmerkmal mit großem Mehrwert“, betont Guido Begon, Vertriebsleiter bei PRÜM.

## **Vorteile der Premiumkante**

Neben der Ästhetik einer Tür, sind für viele Einrichter die Qualität und die Widerstandsfähigkeit ein wichtiges Entscheidungskriterium. Türen sollen auch intensiven Beanspruchungen gewachsen sein. Besonders an die Türblattkante werden hohe Ansprüche gestellt. Maximalen Schutz bietet die 2 Millimeter starke Premiumkante. Bei ihr kommen spezielle Kanten zum Einsatz, welche aus einer „harten“ Dekorschicht und einer sehr dünnen, aufschmelzbaren Funktionsschicht bestehen. Die Funktionsschicht wird mittels heißer und komprimierter Druckluft im airTec-Aggregat aufgeschmolzen und dann auf das zu bearbeitende Werkstück gepresst. Ergebnis ist eine besonders hochwertige Lösung mit hoher Stabilität gegenüber Stößen und Beschädigungen.

Kombiniert man die zwei Millimeter starke Türblattkante noch mit einer CPL- oder HPL-Schichtstoffoberfläche verschmelzen sie zu einer kratz-, stoß- und abriebfesten Gesamteinheit. Diese einzigartige Kombination macht den Unterschied, betont der innovative Türenhersteller. Hinzu komme eine perfekte Nullfugenoptik – bedingt durch eine exakte und farbliche Abstimmung der Kantenbänder. Die dreiseitig umlaufende, filigrane sowie absolut schlagfeste Türblattkante könne daher insbesondere in Bereichen mit hoher Frequentierung – in Schulen, Kindergärten, Hotels, Pflegeheimen oder Büros – für deutlich mehr Qualitätsoptionen sorgen.

### Trendfarbe „Grau“

Grau und Matt setzen die derzeitigen Türentrends. Ob im privaten Wohnumfeld oder im Objektbereich: Graue Türen sind schicke Kombinationspartner und erlauben so gut wie alles. Die drei neuen CPL-Dekore Seiden-, Staub- und Graphitgrau von Türenhersteller PRÜM wurden gestalterisch auf die aktuellen Marktanforderungen ausgerichtet und überzeugen durch ihre qualitativ hochwertige Oberfläche, die selbst nach langer Zeit noch eine gleichbleibende Farbgebung garantiert. Zudem imponieren sie mit einem seidenmatten Oberflächenfinish.

CPL-Seidengrau spiegelt mit einem leichten trendigen Taupe-Anteil einen warmen Farbton wider. CPL-Staubgrau erweist sich als echtes Multitalent mit zeitloser Facette, und für einen ganz besonderen Blickfang sorgt die Trendfarbe Graphitgrau. Türen mit dieser Oberfläche verleihen einem Raum etwas Edles. Zudem sind alle Neuentwicklungen im Designverbund erhältlich. Ob gefälzt oder stumpf einschlagend, mit oder ohne Lichtausschnitt, als Schiebe-, Pendel- oder Funktionstür, mit kleiner Postforming-Rundkante oder optional mit neuer Premiumkante – die neuen Oberflächen bieten eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten.



Die drei neuen CPL-Dekore Staub-, Graphit- und Seidengrau sind optional mit Premiumkante sowie im Designverbund erhältlich.

### Vorteile der Premiumkante auf einen Blick:



Erhöhte Stossfestigkeit



Verbesserte Langlebigkeit



Hochwertige Optik



Erhöhte Feuchtebeständigkeit



Reinigungsfreundlich und labortauglich



Verringerte Verletzungsgefahr  
(auch als KiTa-Kante)

### PRÜM-Türenwerk GmbH

Andreas-Stihl-Straße 1  
D-54595 Weinsheim / Eifel  
Telefon: +49 (0) 65 51/14 70-01  
www.tuer.de

**PRÜM**  
Türen die zu mir passen

## Südmetail

# ABACO®: „Wir sagen Corona den Kampf an“

### Antibakteriell. Antiviral. 20 Jahre Garantie

Die Themen Gesundheit und Hygiene sind in Zeiten der Coronavirus-Pandemie wichtiger denn je. Wir wissen mittlerweile, dass sich das Coronavirus vor allem durch Tröpfcheninfektion und Aerosole überträgt. Aber auch andere Krankheitserreger, Keime und Bakterien werden häufig über die Hände übertragen – und demnach oft über Türgriffe. Unser aller Bestreben ist es, Gesundheitsrisiken zu minimieren und Ansteckungen zu verhindern.

Aufgrund der aktuellen Pandemiesituation hat die Almar Südmetail Group hart daran gearbeitet, die PVD-Beschichtung ABACO® immer wirksamer gegen Viren zu machen. Es wurde getestet, dass die Beschichtung ABACO® gegen den Coronavirus-Stamm MHV, die Gattung Betacoronavirus (gleiche Gattung und Familie wie SARS-CoV-1, SARS-CoV-2/COVID19 und MERS) viruzid ist. Die Forschungs- und Entwicklungsabteilung der Almar Südmetail Group ist seit jeher bestrebt die ABACO®-Beschichtung weiterzuentwickeln, um ihre Eigenschaften stets zu verbessern.

ABACO® Beschläge haben demnach nicht nur eine antibakterielle und antimikrobielle Wirkung und beginnen Bakterien nach nur 5 Minuten abzutöten, sondern haben auch eine bakteriostatische Funktion, denn bereits nach dem Erstkontakt mit ABACO® werden Bakterien komplett in ihrer Ausbreitung eingedämmt. Ab der 45. Minute nach Kontakt sind die Bakterien abgetötet und schon nach 2 Stunden versprechen ABACO®-Beschläge eine 99,99 prozentige antivirale Wirksamkeit, schreibt das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

### Was ist ABACO®?

Bei ABACO® handelt es sich um eine PVD-Oberfläche, die in Kombination mit Silberionen eine hervorragende antimikrobielle und antivirale Wirksamkeit erzielt. Die PVD-Oberfläche sorgt für eine exzellente Widerstandsfähigkeit und Lebensdauer, die die antimikrobielle Schicht nicht, wie bei einer herkömmlichen Beschichtung, abkratzen kann. Des Weiteren wird gewährleistet, dass gewöhnlicher täglicher Gebrauch die Wirksamkeit von ABACO® nicht einschränkt, sondern sogar noch intensiviert.

*Schon nach 2 Stunden versprechen ABACO®-Beschläge eine 99,99 prozentige antivirale Wirksamkeit. Bilder: Südmetail*





*Die Almar Südmetall Group hat hart daran gearbeitet, die PVD-Beschichtung ABACO® immer wirksamer gegen Viren zu machen.*

Südmetall garantiert die antibakteriellen und antiviralen Eigenschaften der Oberfläche über eine Dauer von 20 Jahren.

Neben seinen beachtlichen technischen Eigenschaften, ist ABACO® außerdem ein wahres Designwunder, findet die Almar Südmetall Group. Zahlreiche Modelle aus dem Sortiment sind in ABACO® Ausführung erhältlich und in den Oberflächen Edelstahl, Chrom und Gold verfügbar. Auch Beschläge für den Außenbereich können bedenkenlos in ABACO® Oberfläche gewählt werden – die Wirksamkeit bleibt drinnen wie auch draußen uneingeschränkt bestehen.

Die wissenschaftliche Validierung von ABACO® erfolgte entsprechend den Normen JIS Z 2801:2010/A1 : 2012 – diese entspricht dem höchsten Standard – sowie ISO 22196 : 2007 (E). In Übereinstimmung mit DM und 3/21/1973 bedarf es keinerlei Vorsichtsmaßnahmen für den täglichen Gebrauch von ABACO® Produkten. Die Oberfläche ist für den Kontakt mit Menschen vollkommen unbedenklich, betont das Unternehmen.



*ABACO®-Beschläge beginnen Bakterien nach nur 5 Minuten abzutöten.*

### **Süd-Metall Beschläge GmbH**

Sägewerkstraße 5

D-83404 Ainring/Hammerau

Telefon: +49 (0) 86 54/46 75-50

[www.suedmetall.com](http://www.suedmetall.com)



Vom Riegel über diverse Beschläge, Winkel, Lochplatten bis hin zu Scharnieren ist bei den DURAVIS®-Beschlägen alles dabei. Bilder: GAH Alberts

## GAH Alberts

# Perfekt verbunden

„Kennen Sie unsere Holzverbinder denn gar nicht?“ Diese Frage aus dem Mund der Personalchefin wird Marcus Fischer, Produktmanager bei GAH Alberts in Herscheid, wohl nie vergessen.

„Immerhin war das mein Bewerbungsgespräch“, erinnert sich der gelernte Schreiner, der bis dahin immer darauf bedacht war, Holzbalken ohne Winkel miteinander zu verbinden.

Mittlerweile weiß Marcus Fischer die Vorzüge der GAH Alberts-Produkte zu schätzen und mehr noch: Eine seiner ersten Amtshandlungen beim neuen Arbeitgeber war die Markteinführung eines Premium-Beschlagsortiments. Unter dem Motto „DURAVIS® kann sich sehen lassen“ präsentierte GAH Alberts 2018 auf der Eisenwarenmesse in Köln insgesamt 77 Artikel mit hochwertiger Haptik und ansprechender Optik. Seitdem gibt es endlich Holzverbinder in drei unterschiedlichen Farben, die perfekt auf die gängigen Holzfarbtöne abgestimmt sind: Perlbeige, Rostbraun und Diamantschwarz. Letztere passen zum Beispiel ideal zu Pinie, Palisander oder Ebenholz. „Diese Kombinationsmöglichkeiten machen die Holzverbinder geradezu unsichtbar, zumal wir zur Verschönerung von Nagel- und Schraubköpfen einen jeweils passenden Nagel- und Schraubenlack anbieten.“

Soviel zum Look, aber welche Innovationen stecken in der Herstellung? Hier macht eine spezielle Duplex-Beschichtung den großen Unterschied: Durch ein besonderes Verfahren auf bereits vorverzinktem Grundmaterial verfügen die DURAVIS®-Beschläge über eine extrem hohe Korrosionsbeständigkeit, außerdem sind sie frei von Chrom-6 und damit umweltverträglich. „Diese exklusiven Eigenschaften bestärken uns darin, ganze 20 Jahre Garantie gegen Durchrostung zu bieten“, so der Produktmanager. „Außerdem ist das Sortiment komplett Made in Germany und enthält die Topseller aus diesem Bereich: Vom Riegel über diverse Beschläge für Zäune, Fenster und Tore, Winkel, Schwerlastwinkel, Lochplatte und Scharnier ist für den anspruchsvollen Handwerker alles dabei“, sagt der 41-Jährige.

Eine gute Entscheidung von GAH Alberts, denn drei Jahre später sind die DURAVIS®-Warenpräsentationen in drei POS-Varianten aus dem Handel nicht mehr wegzudenken. „Der individuelle Gestaltungsspielraum für unsere Handelspartner ist uns extrem wichtig“, erklärt Fischer. „Neben dem Standard für den Regalgang gibt es zur Zweitplatzierung deshalb noch eine Stand-Along-Version (B: 1 m, H: 2 m) auf einer mobilen

Europalette sowie eine platz- und kostensparenden Cross-Selling-Variante (B: 40 cm, H: 1 m) zur Kombination ausgewählter Artikel." So stehen beispielsweise Holzverbinder in der Nähe von Palettenmöbeln oder Torbeschläge in der Abteilung für Zäune.

Die Premium-Beschläge werden von GAH Alberts übrigens in Eigenfertigung am Stammsitz in Herscheid produziert. Hier begann die Geschichte des renommierten Familienunternehmens bereits 1852 mit einer kleinen Schmiede, in der der Sauerländer Gustav Alberts mit einem Dutzend Gesellen allerlei Riegel fertigte. Im Laufe der Jahrzehnte meldete das Unternehmen eigene Patente an und entwickelte sich zu einer Fabrik für Eisenwaren, die in die ganze Welt exportiert. Was schon damals gebraucht wurde, waren Innovationen und Lösungen für das Bauen mit Holz. Dabei ist es aber nicht geblieben: Das Produktsortiment umfasst mittlerweile über 7.000 Artikel, die Partner und Kunden als Rundum-Sorglospaket bekommen: vom Aufsteller bis hin zum PIM für den Onlinevertrieb.

Mittlerweile lenkt Gustavs Ur-Ur-Enkel, Alexander Alberts, die Geschicke des Familienbetriebs und vertraut dabei auf 500 Mitarbeiter, die GAH Alberts international an vier Standorten vertreten. In Europa hat sich der Hersteller zu einer erfolgreichen und stetig expandierenden Industriemarke für Fachhandel, Baumärkte und Industriekunden entwickelt. Bei über 8.000 Handelspartnern finden Profis und Heimwerker alle GAH-Produkte, die sie für ihre Arbeit und ihre Do-it-yourself-Projekte brauchen.



*Produktmanager Marcus Fischer vor der neuen Nordson-Beschichtungsanlage zum innovativen Verfahren der DURAVIS®-Beschläge.*

**Gust. Alberts Herscheid GmbH & Co. KG**  
Blumenthal 2  
D-58849 Herscheid  
Telefon: +49 (0) 23 57/9 07-0  
[www.gah.de](http://www.gah.de)

**GAH ALBERTS**

# Design-Vinylböden von ter Hürne

## Klare Potenziale für den Markt 2021

Das Team des münsterländischen Bodenherstellers ter Hürne hat das Jahr 2020 von Anfang an gut genutzt, um gezielt neue Umsatzpotenziale im Marktumfeld zu identifizieren. Im Fokus stand dabei die Sortimentspalette der Design-Vinylböden. Die vorausschauende Planung sollte sich bezahlt machen. So sind die Produktmanager von ter Hürne noch vor den Corona-bedingten Lockdowns quer durch Europa zu spezialisierten Designern gereist, um über aktuelle Design-Entwicklungen zu sprechen und neue Dekore zu erarbeiten.

### Update, Relaunch oder Launch?

„Das Ergebnis unserer Arbeit geht weit über ein Sortiments-update hinaus“, urteilt Nadine Lensing, Produktmanagerin. 48 Dekore, teilweise exklusiv nur bei ter Hürne erhältlich, bilden das neue LVT-Markensortiment, das entsprechend der System-Philosophie durchgängig 3 in 1 angeboten wird: Jedes Dekor ist als Multilayer Rigid, als Vinyl auf HDF-Träger und als Dryback erhältlich. „Dadurch kann sich der Endkunde bei der Auswahl komplett auf optische Aspekte konzentrieren und technische Fragen im Anschluss klären. Für jeden Einsatzbereich und Untergrund gibt es das gewünschte Design. Eine große Vereinfachung, die das Verkaufsgespräch erleichtert“, ist Nadine Lensing überzeugt. Treu bleibe sich ter Hürne auch bei seinem Qualitätsversprechen. Durchgängig steht das Thema Wohngesundheit im Mittelpunkt jeder Produktentwicklung. Weichmacher für das verwendete Vinyl werden biobasiert aus der Sojabohne gewonnen und machen den Einsatz von Phthalaten überflüssig.

### Länger, breiter und größer: Der Trend zum Großen

Beim Thema Steinfliesen leitet ter Hürne mit großen Schritten eine neue Ära ein: Zusammen mit renommierten Spezialisten für Steindesign wurden originalgetreue Optiken für das neue Sortiment entwickelt. Ausgewählt wurden 12 exklusive Dekore von Naturstein über Terrazzo bis zu Beton. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal sind die großen Formate im ter Hürne Sortiment: Ab 2021 werden die Steindekore in 910 x 450 Millimetern und beachtlichen 1.200 x 600 Millimetern angeboten. Neben der durchdachten Auswahl des Dekor-Farbspektrums, bieten die neuen Fliesen laut ter Hürne unschlagbare Vorteile gegenüber Steinzeug- und Keramikfliesen. Beispielsweise erlaubt das geringe Gewicht der Fliesen einen einfachen Transport sowie eine unkomplizierte und sichere Lagerung. Durch die reduzierte Untergrund-Voraussetzung und dem niedrigen Produktaufbau seien sie zudem schnell, sauber und einfach zu verlegen – ohne Einsatz von Wasser oder Mörtel und somit auch schneller begehbar nach der Montage. Aufgrund der geringen Breite und Fläche der Fuge reduziere sich zudem die Schmutzanfälligkeit erheblich.

### Smart konstruiert: Eine Entscheidung für Qualität und Strategie

Neue angesagte Trendoptiken beim Holzdesign ergänzen die bisherigen Topläufer. Bei 11 besonders markanten Dekoren kommen in der Produktion Doppelzylinder zum Einsatz, um die Wiederholung von auffälligen Dekorelementen deutlich zu reduzieren. Daneben wird eine große Anzahl an Dekoren mit synchroner Oberflächenstruktur angeboten. Neben dem Design spielen Formate im nächsten Jahr eine wichtige Rolle: „Länger und breiter“ liegt im Trend bei den Landhausdielen. So bietet etwa das Multilayer-Rigid-Segment ab 2021 eine Langlänge von 1800 x 235 Millimetern. Aufgrund der wachsenden Nachfrage wird das Thema Fischgrät mit einem umfangreicheren Angebot hinterlegt. Das gesamte Sortiment startet mit der Breite ab 228 mm.



Lange Landhausdielen in breiten Formaten sind und bleiben im Trend. Im Spotlight steht die 1.800 mm lange Landhausdielen in der Multilayer-Rigid-Ausführung Perform. Bekannte Top-Seller-Dekore sind nun im breiteren Landhausdielen-Format erhältlich. Hier im Bild: Design-Vinylboden Perform | Pro | Comfort D10 | Pinie Kopenhagen. Bilder: ter Hürne

## Der neue Markeneinstieg von ter Hürne – Aus base.59 wird FRIENDS by ter Hürne

Der neue, deutlich emotionalere Name signalisiert ein stärkeres Heranrücken an die Marke ter Hürne. Denn in der Produktwelt gehören FRIENDS ohnehin schon zur Markenfamilie, weil auch sie die Qualitätsversprechen Wohngesundheit, Design und smarte Technik erfüllen. Für den Fachhandel wird durch die neue Markenstrategie die Beratung am POS leichter. Für preisbewusste ter Hürne-Fans erweitert sich der Entscheidungsspielraum. Angeboten werden 14 Dekore in drei Ausführungen. Die Produkte unterscheiden sich mit einer 0,3 Millimeter starken Nuttschicht von der 0,55 Millimeter starken Nuttschicht des Markensortiments. Neu ist die Integration einer Trittschalldämmung in Rigid.

# FRIENDS

■ ■ ■ by ter Hürne

*Friends ist die neue Marke und Heimat für Produkte aus dem Bereich des Markeneinstiegs. „By ter Hürne“ steht dabei als Absender für gleiche Werte und Richtschnur für wohngesunde Böden mit smarten Eigenschaften. Differenzierung schafft Friends vor allem durch die Preisgestaltung und eine bewusst anders inszenierte Ansprache an den preisbewussten Markenkäufer.*

## Von Anfang an verfügbar

Während viele Wirtschaftszweige in diesem Jahr unter den Einschränkungen der Corona-Krise zu leiden hatten, musste die Baubranche 2020 keine schweren konjunkturellen Einbrüche hinnehmen. Zahlreiche Projekte wurden sogar verstärkt voran gebracht. Auch die Prognosen für 2021 sind vorsichtig optimistisch.

Befürchtet wird derzeit eher, dass das kommende Jahr durch Stockungen bei der Produktion und der Lieferung von Materialien – besonders aus dem Ausland – die Branche und ihre Zulieferer vor Herausforderungen stellt. Bei ter Hürne wurde nach dem kompletten Relaunch der Design-Vinylböden das Thema frühzeitig berücksichtigt. „Dieses Thema steht bei uns und unseren Handelspartnern immer ganz oben auf der Agenda. Für 2021 haben wir die Verfügbarkeit von Anfang an sehr großzügig sichergestellt,“ erklärt Torsten Nienhaus, Leiter Gesamtvertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung bei ter Hürne. „Der Verkauf kann mit Volldampf beginnen.“



## Über ter Hürne

ter Hürne ist einer der führenden europäischen Parkettproduzenten mit Sitz in Südlohn. Das Unternehmen wurde 1959 gegründet und ist in der zweiten Generation inhabergeführt. ter Hürne produziert Qualitätsböden „Made in Germany“ und beschäftigt am Standort Südlohn ca. 250 Mitarbeiter. Als Holzspezialist setzt ter Hürne auf innovative und attraktive Bodenlösungen aus unterschiedlichen Materialien. Das Angebot erstreckt sich von Parkettböden, Laminatböden, dureco, Design-Vinylböden bis hin zum innovativen PVC-freien Designboden AVATARA 3.0. Im Kern des Markenversprechens von ter Hürne stehen die Qualität und Designattraktivität der Produkte, verbunden mit dem führenden Anspruch für Wohngesundheit.

[www.terhuerne.com](http://www.terhuerne.com)

*In Aufwand, Kosten und Zeit setzen die neuen Fliesen im echten 1.200 x 600 mm Großformat gegenüber herkömmlichen Fliesen neue Maßstäbe. Durchdacht von der Auswahl des Dekor-Farbspektrums bis hin zu unschlagbaren Vorteilen gegenüber Steinzeug- und Keramikfliesen. Und das Ganze im Design-Konzept mit den besten Fliesen-Designern. Hier im Bild: Design-Vinylboden Perform | Pro E12 | Stein Jakarta*

### ter Hürne GmbH & Co. KG

Ramsdorfer Str. 5

D-46354 Südlohn

Telefon: +49 (0) 28 62/7 01-0

[www.terhuerne.com](http://www.terhuerne.com)

 **ter Hürne**

## Neue Mitglieder

### NEUE ANSCHLUSSPARTNER

▶ DUTT BOIS ET BRICOLAGE Sàrl  
FR-67350 Niedermodern  
seit 1. Januar 2021

▶ Arma SA  
BE-6780 Messancy  
seit 15. Januar 2021

▶ Promaco SA  
BE-6780 Messancy  
Filiale von Arma SA  
seit 15. Januar 2021



▶ Neuer digitaler Marktbericht  
4. Mai 2021, 2. November 2021

▶ HOPA-Tagung  
9. und 10. Juni 2021

▶ 24. ProSpezialisten-Sitzung  
23. September 2021

▶ DOMOTEX digital  
19. bis 21. Mai 2021

▶ 46. Holzhandelstag des GD Holz – digital  
27. Mai 2021

### HolzLand-Zentrale

**Stefanie Maßmann & Pitt Sebastian**  
Empfangsmitarbeiter  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-0  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-99  
E-Mail info@holzland.com

### Geschäftsführung

**Nicole Aversch**  
Geschäftsführerin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-11  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-611  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 40  
E-Mail nicole.aversch@holzland.com

**Karen Ebmeyer**  
Community Management  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-71  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-671  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 29  
E-Mail karen.ebmeyer@holzland.com

**Alexandra Edelkötter**  
Referentin Unternehmenskommunikation  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-23  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-623  
Mobil +49 (0) 15 22/5 11 44 44  
E-Mail alexandra.edelkoetter@holzland.com

### Kaufmännischer Bereich & Personal

**Nicole Mateus**  
Prokuristin  
Kaufmännische Bereichsleitung  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-31  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-631  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 31  
E-Mail nicole.mateus@holzland.com

**Maike Breuer**  
Personalreferentin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-48  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-648  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 23  
E-Mail maike.breuer@holzland.com

**Thomas Tränkner**  
Bonus/Vertragswesen  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-32  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-632  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 24  
E-Mail thomas.traenkner@holzland.com

**Sebastian Krawieczek**  
Fuhrparkmanager/Systemadministrator  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-33  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-633  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 51  
E-Mail sebastian.krawieczek@holzland.com

### Digitale Services

**Christian Haltermann**  
Prokurist  
Bereichsleitung Digitale Services  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-36  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-636  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 27  
E-Mail christian.haltermann@holzland.com

**Carina-Yasmin Borowski**  
Produktdatenmanagerin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-18  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-618  
E-Mail carina.borowski@holzland.com

**Martin Guthoff**  
Product Owner E-Commerce  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-81  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-681  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 71  
E-Mail martin.guthoff@holzland.com

**Katharina Kostyrenko**  
E-Commerce Supporterin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-20  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-620  
E-Mail katharina.kostyrenko@holzland.com

**Sebastian Sander**  
Produktdatenmanager  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-85  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-685  
E-Mail sebastian.sander@holzland.com

**Patricia Sesing**  
E-Commerce Managerin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-19  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-619  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 35  
E-Mail patricia.sesing@holzland.com

**Manuela Querl**  
Online-Redakteurin  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-24  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-624  
E-Mail manuela.querl@holzland.com

### Mitgliederbetreuung

**Stefan Röllner**  
Prokurist  
Bereichsleitung Mitgliederbetreuung  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-21  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-621  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 47  
E-Mail stefan.roeller@holzland.com

**Daniel Bunk**  
Regionalvertriebsleiter Deutschland Süd/West  
Österreich/Schweiz  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-50  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-650  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 42  
E-Mail daniel.bunk@holzland.com

**Didier Helson**  
Country Manager Belgium  
Mobil +32 (0) 4 77/53 01 15  
E-Mail didier.helson@holzland.com

**Thomas Herzig**  
Regionalvertriebsleiter Deutschland Nord/Ost  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-46  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-646  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 76  
E-Mail thomas.herzig@holzland.com

**Frank Menke**  
Regionalvertriebsleiter Deutschland  
Mitte/West  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-47  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-647  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 22  
E-Mail frank.menke@holzland.com

### Beratung & Prozesse

**Dirk Plosinjak**  
Bereichsleitung Beratung & Prozesse  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-34  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-634  
Mobil +49 (0) 151/11 44 56 56  
E-Mail dirk.plosinjak@holzland.com

**Marcus Kretschmer**  
Zertifizierung/Arbeitsicherheit/  
Datenschutz  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-42  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-642  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 45  
E-Mail marcus.kretschmer@holzland.com

**Jan Winzek**  
Zertifizierung/Arbeitsicherheit/  
Datenschutz  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-57  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-657  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 28  
E-Mail jan.winzek@holzland.com

## Category Management

---

### Johannes Schulze

Prokurist  
Bereichsleitung Category Management  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-40  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-640  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 30  
E-Mail johannes.schulze@holzland.com

### Christian Thies

Category Manager Holzwerkstoffe  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-56  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-656  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 43  
E-Mail christian.thies@holzland.com

### Ulrich Teiner

Category Manager Holzbau/Baustoffe  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-52  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-652  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 44  
E-Mail ulrich.teiner@holzland.com

### Andreas Schöneweiß

Strategischer Einkauf Einzelhandel  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-59  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-659  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 26  
E-Mail andreas.schoeneweiss@holzland.com

### Jens Mundthal

Category Manager Boden/Wand/Decke  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-54  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-654  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 75  
E-Mail jens.mundthal@holzland.com

### Jürgen Müller

Category Manager Garten  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-49  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-649  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 74  
E-Mail juergen.mueller@holzland.com

### Vincent Hoffmann-Schnelle

Category Manager SB/indirekter Einkauf  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-87  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-687  
E-Mail vincent.hoffmann-schnelle@holzland.com

### Laura Hilsmann

Assistenz Eigenmarke HQ/  
Category Management  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-53  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-653  
E-Mail laura.hilsmann@holzland.com

### Christian Cordt

Sachbearbeiter Großhandel  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-55  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-655  
E-Mail christian.cordt@holzland.com

## Marketing

---

### Michael Krohe

Bereichsleitung Marketing  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-84  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-684  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 33  
E-Mail michael.krohe@holzland.com

### Team Nord:

#### Alexandra Schaut

Strategische Beratung Marketing Nord  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-73  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-673  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 37  
E-Mail alexandra.schaut@holzland.com

#### Michaela Baarss

Projektmanagerin Marketing Nord/  
Business Development Marketing  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-78  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-678  
E-Mail michaela.baarss@holzland.com

#### Julia Baum

Projektmanagerin Marketing Nord  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-70  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-670  
E-Mail julia.baum@holzland.com

#### Nele Ambrosius

Auszubildende Kauffrau für  
Marketingkommunikation  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-89  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-689  
E-Mail nele.ambrosius@holzland.com

### Team Süd/AT/CH:

#### Christiane Bergmann

Strategische Beratung Marketing Süd/AT/CH  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-72  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-672  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 32  
E-Mail christiane.bergmann@holzland.com

#### Julia Latussek

Teamleitung Projektmanagement/  
Projektmanagerin Marketing Süd  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-76  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-676  
Mobil +49 (0) 151/11 44 44 25  
E-Mail julia.latussek@holzland.com

#### Vivien Rammelmann

Projektmanagerin Marketing Süd  
Tel. +49 (0) 231/53 46 40-74  
Fax +49 (0) 231/53 46 40-674  
E-Mail vivien.rammelmann@holzland.com

# HolzLand **persönlich**

## „Never give up“

### Wie mögen Sie Holz am liebsten?

*An Holz mag ich den Geruch, die Haptik, die Vielseitigkeit der Anwendungen und natürlich, dass es der einzige nachhaltige und zudem älteste Bauwerkstoff ist.*

### Was begeistert Sie außer Holz?

*Beruflich? Hier natürlich der Großhandel mit Holz- und Bauwerkstoffen. Das ist mein Metier, ich kann mir kein besseres vorstellen. Ich habe Freude am Bauen, bewundere alte Gebäude, bin aber auch fasziniert von modernen Bauten. Ich bin generell vielseitig interessiert. Eigentlich interessiert mich alles, außer allenfalls die klassische Literatur.*

### Was macht Sie wütend?

*Wütend macht mich aktuell die Unfähigkeit der Regierungen in Europa, wie die Pandemie angegangen wird. Ich finde das beschämend, ohne Konzept. Und die Demokratie leidet. Ansonsten machen mich Starrsinn, Inflexibilität, Respektlosigkeit gegenüber Mensch und Umwelt sowie Egoismus wütend und enttäuschen mich. Außerdem verärgern mich Menschen, die nur Probleme sehen und nicht die Chance.*

### Welchen Boden haben Sie in Ihrem Wohnzimmer verlegt?

*Wir haben eine Kährs Landhausdiele Eiche geölt rustikal 190x190x15 mm als Boden im Haus.*

### Sie sind Holzhändler geworden, weil ...

*... wir das in der Familie seit über 100 Jahren machen. Die Familie meiner Großmutter war Sperrholz- und Spanplattenproduzent in Klingnau (Keller & Co/Kellco). Mein Großvater hat dann diese Produkte in Basel als Händler vertrieben. Mich haben der Handel und Holz immer fasziniert, so war es naheliegend. Zudem finde ich das Unternehmertum eine großartige, kreative und herausfordernde Angelegenheit, ganz im Gegensatz zum Beamtentum...*

### Welcher berufliche Ratschlag hat Ihnen geholfen?

*Never give up und gehe Deinen Weg.*

### Wenn Sie nicht arbeiten, dann ...

*... treffe ich gerne Freunde, liebe Essen und Trinken, hege und pflege meine Oldtimer-Autos, gehe mit Freunden jagen oder verbringe Zeit zuhause mit der Familie. Und dann natürlich die Welt bereisen, da kommt man mit vielen tollen Eindrücken nach Hause. Aber das Schöne ist, zu Hause ist es am Schönsten!*

### In welchen Sozialen Medien sind Sie unterwegs?

*Linkedin und WhatsApp.*

### Mit wem würden Sie gerne einmal zu Abend essen und warum?

*Leonardo da Vinci, ein Universalgenie mit großartigen Visionen, von denen viele Wirklichkeit geworden sind. Einfach unglaub-*



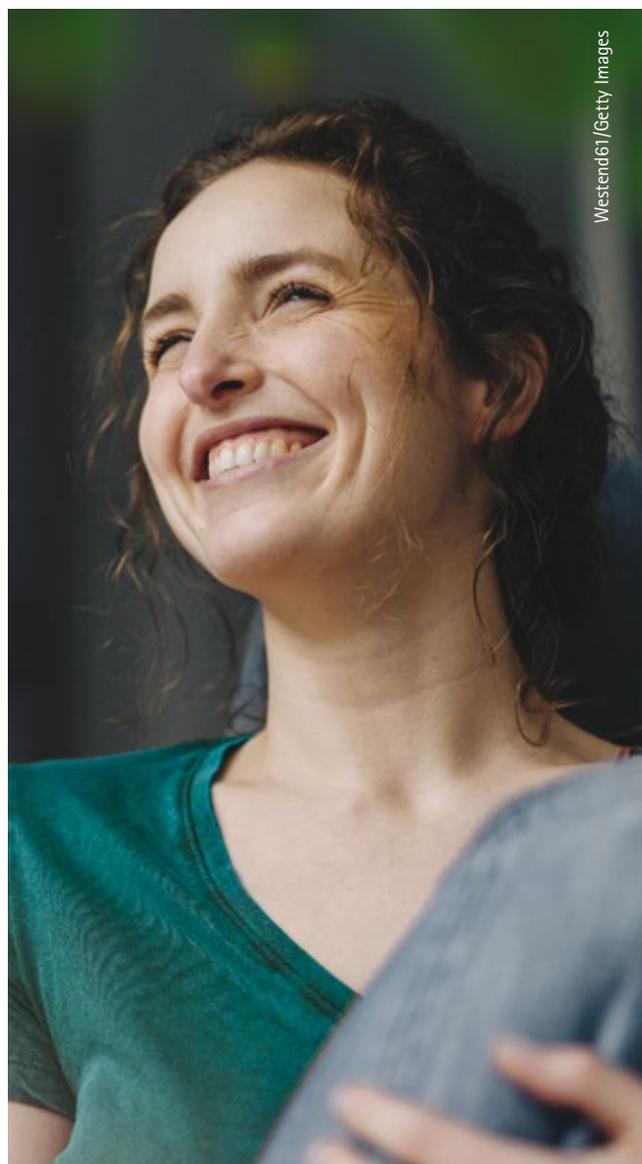


# Spürbar schöne Böden & Wände

## Die HolzLand Qualitätsmarke

### HQ-DekoWall – exklusiv bei HolzLand

- Drei markante Struktur-Oberflächen
- Einfache Montage
- Faszinierend natürliche Farbenwelt
- Von Profis entwickelt



#### Interessiert?

Dann kontaktiere uns. Gerne zeigen wir dir deinen HQ-Händler in der Nähe.

#### Deine Ansprechpartnerin

Laura Hilsmann  
Tel. +49 (0) 231 / 53 46 40 – 53  
Fax +49 (0) 231 / 53 46 40 – 653  
laura.hilsmann@holzland.com

#### HolzLand-Onlineshop

[www.holzland.de](http://www.holzland.de)

