

UCHRONIA

TIME UTOPIA

Impress: Wie der Dekorspezialist aktuelle und zukünftige Herausforderungen meistern will

Stillstände

beim Kunden unbedingt vermeiden

Bei Impress ist eine ganz besondere Dynamik zu spüren: Die Verkleinerung des Standorts Aschaffenburg, die Inbetriebnahme neuer Anlagen und mit Dieter Baumanns ein neuer CCO seit Anfang des Jahres, sind nur einige Veränderungen, die der Global Player aktuell vollzieht. Die „möbelfertigung“ hat mit Head of Decor Management, Sascha Kostros und CCO, Dieter Baumanns in seinem ersten exklusiven Interview in der neuen Position über das aktuelle Marktgeschehen, Trends und Möglichkeiten bei Impress gesprochen.



Sascha Kostros betont die Bedeutung der gleichermaßen digitalen und analogen Kommunikationsmöglichkeiten des Konzepts „Uchronia“.

möbelfertigung: Wie läuft es bei Impress aktuell? Inwiefern hat sich das Geschäft für Sie vor dem Hintergrund der Pandemie verändert? ?

Dieter Baumanns: Im Moment haben wir eine gute bis sehr gute Auslastung. So wie die gesamte Branche. Es hat sich einiges beim privaten Konsum sowohl im Möbel als auch im Fußboden bewegt. Und so steigt die Nachfrage nach einem Abschwung im 2. Quartal 2020 und anfänglichen Unsicherheiten seitdem kontinuierlich. Ein Ende dieses Trends ist aktuell nicht in Sicht. Damit einher gehen allerdings auch Rohstoffknappheit und Kostensteigerungen aufgrund der starken Nachfrage in den Märkten.

Die Kommunikation mit Kunden war zu Beginn der Pandemie sicher ungewohnt, da sie rein digital stattfinden musste. Wir konnten uns aber durch technische Möglichkeiten und Konzepte gut anpassen. Langsam kehrt nun wieder „Normalität“ ein, je nach Standort oder Kunde sind wieder persönliche Besuche möglich, wobei wir die Learnings der digitalen Kommunikation sicherlich weiter mitnehmen. Gerade im Moment während dieses Online-Interviews bin ich auf dem Weg nach Russland zu unserem ersten Kundenevent nach der Lockdown-bedingten Ruhe mit persönlichen Kontakten.

möbelfertigung: Wie gelingt es Ihnen denn in dieser Situation Neuheiten zu platzieren?

Sascha Kostros: Tatsächlich hatten wir eine Phase, in der die meisten Kunden gesagt haben: „Jetzt bloß nichts Neues“. Aber gerade jetzt geht es wieder überall fast gleichzeitig los, dass die Entwicklungen mit den Kunden wieder anziehen. Was für uns natürlich sehr positiv ist. So gesehen, war die „Interzum@home“ vom Zeitpunkt her genau richtig, so dass wir mit neuem Kommunikationskonzept, neuen Dekoren und einer neuen Trendaussage zeitlich ideal für die aktuelle Entwicklung aufgestellt sind.

möbelfertigung: Wie begegnen Sie der Rohstoffknappheit in einigen Bereichen? Und welche Segmente sind am stärksten betroffen?

Dieter Baumanns: Bisher konnten wir für fast alle Aufträge Lösungen gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln und den Kunden-Anfragen gut nachkommen. Leider ist keine Entspannung absehbar und wir tun alles, um unsere Rohstoffversorgung nach besten Kräften abzusichern und Stillstände bei unseren Kunden zu vermeiden. Hinzu kommen Tendenzen, dass man sich die Läger füllt, um Sicherheit für die eigene Lieferfähigkeit zu gewinnen. Dies verschärft die Situation natürlich noch weiter und birgt auch ein gewisses Risiko. Denn falls der Nachfrage-Boom wieder nachlässt, möchte man nicht auf vollen Lägern sitzen. In Sachen Materialien sind vor allem Papier und Harze



Dieter Baumanns will die globalen Vertriebsaktivitäten harmonisieren und damit den internationalen Ansprüchen der Kunden noch mehr nachkommen.

betroffen. Bei Farbe haben wir keine Sorgen. Diese produzieren wir selbst, so dass es hier keine Probleme gibt.

möbelfertigung: Herr Baumanns, Sie sind seit Anfang des Jahres in die Geschäftsleitung bei Impress eingetreten. Was umfasst Ihr Aufgabenbereich und was reizt Sie besonders an der neuen Aufgabe?

Dieter Baumanns: Als Chief Commercial Officer kümmere ich mich um den Vertrieb der Impress weltweit. Besonderer Fokus liegt hierbei auf Dekorpapier, mit dem Anspruch als einer der größten Anbieter der Branche unsere Lie-

“ Als Global Player kann Impress rund um den Globus flexibel agieren und so ein Plus an Service vor Ort bieten “
Dieter Baumanns

feranteile auszubauen. Gleichzeitig wollen wir die globalen Vertriebsaktivitäten „harmonisieren“ und damit den zunehmend internationalen Ansprüchen unserer Kunden nachkommen.

Was neu für mich ist und mich auch besonders reizt: Impress ist ein sehr global aufgestelltes Unternehmen mit produzierenden Niederlassungen und Designteams in allen Teilen der Welt. Als echter Global Player können wir hier nämlich die individuelle Betreuung unserer Kunden in den regionalen Märkten viel stärker in den Vordergrund rücken. Das ist auch eine Servicefrage - hier bekommt der Kunde überall auf der Welt bei Impress ein einmaliges Paket. Nicht zuletzt reizt es mich natürlich auch in einem Unternehmen zu wirken, dass in vielen Bereichen stark ist. Bei Impress bekommt man ja nicht nur Dekorpapiere, wir sind auch der größte freie Imprägnierer weltweit und

durch die Investitionen in der Vergangenheit auch einer der Top Player im Bereich lackierte Oberflächen.

möbelfertigung: Mitte letzten Jahres wurde die Schließung des deutschen Standorts in Aschaffenburg beschlossen. Wie weit ist das Vorhaben vorangeschritten? Was bedeuten die Veränderungen für Ihre Kunden und die anderen Impress-Standorte auf der Welt? Welche Bereiche verbleiben in Aschaffenburg und warum?

Sascha Kostros: Die Labormaschinen wurden bereits nach Spanien und Polen verlagert und damit der Prozess erfolgreich abgeschlossen. Unsere Kunden haben währenddessen und auch jetzt keine Auswirkungen zu spüren bekommen. Die Dekorpapier-Labor-Ausmusterungen finden nun in Spanien statt, wo wir unsere Kunden jederzeit herzlich willkommen heißen. Aschaffenburg bleibt weiterhin hauptverantwortlich für die Dekorentwicklung der gesamten Gruppe. Des Weiteren haben wir auch die Repro ausgeweitet, speziell in Spanien, die sich um deren dortige Märkte kümmern. Außerdem verfügen wir ja über unsere Design-Büros in Istanbul, Bogota, Philadelphia, Guangzhou, neben den Design-Büros in den Werken (Cardedeu/Spanien, Curitiba/Brasilien und Jaroslavl/Russland). Ansonsten sind in Aschaffenburg weiterhin das Gruppen-Marketing, Vertrieb und Design für die DACH Region ansässig.

„ Wir tun alles, um unsere Rohstoffversorgung nach besten Kräften abzusichern “
Dieter Baumanns

möbelfertigung: Auf der ersten digitalen „Interzum“ im Mai war Impress als Aussteller mit von der Partie. Welches Resümee ziehen Sie aus der „Interzum@home“?

Sascha Kostros: Wir empfanden die „Interzum@Home“ als ein interessantes Event, welches es geschafft hat, die ganze Branche für den Zeitraum wieder zu vereinen. Jedoch hat sich auch gezeigt, dass der persönliche Kontakt gerade auf Messen die Hauptrolle spielt.

Sicherlich zeichnet es unsere Branche aus, dass uns unsere Kontakte bekannt sind, daher war die Erwartungshaltung komplett neue Leads zu generieren eher gering. Gleichzeitig bietet die gute Nachverfolgbarkeit der Kontakte

ein großartiges Learning, welches gerne auf der nächsten Interzum so weitergeführt werden darf. Durch die 24 Stunden Verfügbarkeit aller Inhalte war es außerdem möglich, sich Vorträge von anderen anzusehen und -hören, da sich ja vieles gut über den Tag verteilte. Dies hat bei der physischen Veranstaltung bisher sicherlich nicht die Zeit bekommen, da man selbst als Aussteller stets ausgebucht und in erster Linie ja für die eigenen Kunden da war. Insgesamt ziehen wir also ein positives Resümee.

möbelfertigung: Nun sieht es ja so aus, als ob „Sicam“ und „ZOW“ als Präsenzmessen stattfinden können. Wie stehen Sie zu den beiden Veranstaltungen?

Sascha Kostros: Wir stehen schon seit den vergangenen zwei Jahren zur „ZOW“, weil für uns die Präsenz vor Ort in Ostwestfalen wichtig ist und die Messe eine gute Plattform darstellt. Das neue Konzept der „ZOW“ ist nicht verkehrt und der Neustart war gut gemacht.

Auf der „Sicam“ waren wir die letzten Jahre nicht. Auch weil wir gesagt haben, hier stellen unsere Kunden aus und haben deswegen eher weniger Zeit uns zu besuchen. Zudem möchten wir auch nicht zum Beispiel brandneue Dekore präsentieren, während unsere Kunden gerade zeigen, was sie erst kürzlich mit uns umgesetzt haben. Das könnte eventuell ein schwieriger Spagat sein. Nichtsdestotrotz bewerten wir die Situation auch immer wieder neu und deshalb werden wir auch in den nächsten Wochen erneut diskutieren, was Sinn macht.

möbelfertigung: Auch mit „Uchronia“ geht Impress digitale Wege. Können Sie uns erklären, was es damit auf sich hat?

Sascha Kostros: „Uchronia“ ist unser neues Kommunikationskonzept, welches wir nicht nur digital ausspielen werden, sondern über alle Kanäle hinweg forcieren.

Es beschäftigt sich mit der Zeit, die wir in den vergangenen Monaten ja alle in besonderer Weise zu spüren und neu interpretieren gelernt haben. Auf unserer digitalen Plattform lassen wir unsere Kunden in „Uchronia“ eintauchen, sie können die Denkweisen, Perspektiven entdecken und wie diese unsere Dekor- und Trendentwicklung beeinflusst haben und zukünftig werden.

Neben der digitalen Präsentation durch unsere Design- und Vertriebs-Mitarbeiter, was gerade in Corona-Zeiten wo der persönliche Kontakt eingeschränkt ist, sehr nützlich ist, können die Kunden „Uchronia“ auch selbst erkunden, Favoriten-Dekore markieren und mit dem Thema interagieren, spielerisch entdecken, gleichzeitig aber immer wieder Kontakt mit unserem Produkt, dem Dekor, knüpfen. Sobald es wieder

möglich ist, werden wir auch analog mit unseren Kunden durch „Uchronia“ reisen, in Form sogenannter Storybooks.

Diese Kombination aus digitalem und analogem Tool macht das Konzept aus, dass wir auf allen Kanälen die gleichen Aussagen geben werden.

möbelfertigung: Welche Dekortrends sehen Sie aktuell? Alles Uni und Eiche oder gibt es neue Strömungen?

Sascha Kostros: Eiche ist und bleibt von sehr großer Bedeutung, da das Material so vielfältig ist und zudem in vielen Kulturen als qualitativ hochwertig angesehen wird. Gleichzeitig sind aber auch andere Hölzer wichtiger geworden, zum Beispiel Ahorn. Auf lange Sicht bleiben sicherlich rustikale Hölzer im Trend, allerdings geht die Tendenz in Richtung „Soft Rustic“, mit natürlichen Elementen welche schön ins Gesamtdekor eingebunden, aber dennoch nicht zu brachial beziehungsweise opulent sind.

In Bezug auf Holztöne liegen neue Farben in Richtung goldene Honigfarben, also sehr natürlich mit viel Wärme, absolut im Trend. Zudem kommen etwas leichtere und hellere Nuancen ins Spiel, immer noch stark inspiriert durch die umsichtige und bewusste Lebensart der Skandinavier und dem Fokus auf eine entspannte und gesunde Umgebung.

Diesem wird bei uns im Trend „Sensual Healing“ Rechnung getragen, welcher sich vollkommen auf die Schaffung von Wohlbefinden fokussiert.



„ **Aschaffenburg bleibt hauptverantwortlich für die Dekorentwicklung der gesamten Gruppe** “

Sascha Kostros

möbelfertigung: Schon vor längerem hat Impress in Polen in eine einzigartige ESH/SH-Anlage für Finishfolien investiert. Wie ist hier der aktuelle Stand? Wo liegen die Vorteile?

Dieter Baumanns: Mit der neuen Anlage gewinnen wir nicht nur weitere Produktionskapazitäten, sondern auch zusätzliche technische Optionen. Zunächst war die Aufgabe der Produktion diese neuen Möglichkeiten auszuloten und zu beherrschen. Jetzt sind wir in der Phase diese marktreifen Produkte erfolgreich zu platzieren.

Der große Vorteil dieser Technologie ist die Möglichkeit formaldehydfreie Finishfolien zu produzieren, die vom Markt gefordert werden. Alle Impress-Finishfolien können grundsätzlich

Anzeige

AUCH SUPERHELDEN BRAUCHEN MAL 'NE KLEINE PAUSE!

Wir bei TopaTeam stehen Ihnen stets zur Seite mit Top-Mitarbeitern und **30 JAHREN ERFAHRUNG** im Schreiner- und Tischlerhandwerk, damit Sie mehr Zeit haben für die wichtigen Dinge im Leben!

HANDEL / ERFAHRUNGSAUSTAUSCH / WEITERBILDUNGEN / MARKETING

www.topateam.com/superschreiner-supertischler

TopaTeam[®]
HANDWERK & HANDEL



LOOK AT THE TIME!



Das aufwendig gestaltete „Uchronia“-Storybook führt Leserinnen und Leser durch die verschiedenen Facetten des Themas Zeit.

so produziert werden und damit sind wir die ersten Hersteller, die das Thema konsequent umsetzen können. Ein weiteres Plus unserer Anlage ist, dass die Maschine bis zu einer Breite von 2700 cm produzieren kann und das mit einer Geschwindigkeit von bis zu 400m/min. Dabei beschäftigen wir uns sehr stark mit verbesserten Kratzfestigkeiten, Glanzgraden, Strukturen etc. Das Portfolio, das wir hier mittlerweile anbieten, ist sehr groß und da spielen wir auch vorne mit.

Außerdem wurde eine verbesserte automatisierte Qualitätskontrolle inkludiert. Wir haben hier auf der Anlage im letzten Jahr sehr viel dazu gelernt und beherrschen diese. Nun kann man weitere Schritte gehen, was das Thema Produktentwicklungen angeht.

beschleunigt. Das ergibt in manchen Bereichen auf Möbeln, mit denen man tagtäglich in Berührung kommt, durchaus Sinn. Natürlich ist ein solches Produkt in Coronazeiten gefragt, auch wenn klar ist, dass es sich nicht um eine antivirale Oberfläche handelt.

möbelfertigung: Im Markt bilden sich immer mehr Partnerschaften und Kollaborationen. Zuletzt etwa Pfeiderer und Rehau oder Lamigraf und Likora. Wie bewerten Sie das, welche Schlüsse ziehen Sie daraus und wie ist Impress in dieser Hinsicht aktiv?

Dieter Baumanns: Diese Marktkonzentration ist ein Faktum und schon seit Jahren in Westeuropa Realität. Kein großer Hersteller kann bis ins Kleinste alles selbst machen. Deshalb nutzen auch wir mit unseren Kunden verstärkt den Dekorverbund. Fragen unsere Entwicklungspartner nach der passenden Kante so bekommen sie diese auch.

Die Abstimmung der verschiedenen Oberflächenmaterialien ist insbesondere im Möbel-Bereich ein wichtiges Qualitätskriterium für das fertige Produkt und kann nicht außer Acht gelassen werden.

Unser Vorteil besteht darin, dass wir für die beste verfügbare Lösung im Sinne unserer Kunden offen sind. Wenn Sie alles anbieten, müssen Sie sich auch um alles kümmern. Da spreche ich durchaus aus eigener Erfahrung. Unsere Strategie ist es, dass wir uns auf unsere Stärken konzentrieren: wir drucken, imprägnieren und lackieren großflächige Oberflächen – das ist unsere Stärke! Und da kooperieren wir gerne, zum Beispiel wenn es um das Thema Datenaustausch geht. Klar ist also, dass man gut mit den Playern im Markt zusammenarbeiten muss, gerade weil der Materialverbund an Bedeutung gewinnt.

möbelfertigung: Impress ist ja sehr international aufgestellt. Wie beurteilen Sie die einzelnen Märkte weltweit? Gibt es Märkte, die Sie heute anders beurteilen als noch vor fünf Jahren?

Dieter Baumanns: Sicherlich müssen wir alle unsere Märkte kontinuierlich bewerten. Allerdings hat sich aus unserer Sicht keiner der Märkte komplett anders entwickelt als gedacht. Eine unserer Stärken ist unsere internationale Ausrichtung und wir nehmen deshalb die unterschiedlichen Entwicklungen der Märkte auch wahr und können entsprechend flexibel agieren.

„ Jetzt ziehen die Entwicklungen an und Neuheiten sind wiedergefragt “

Sascha Kostross

möbelfertigung: Auch eine antibakterielle Oberfläche ist in Ihrem Sortiment zu finden und wurde auf der „Interzum@home“ beworben. Was hat es mit diesem Produkt auf sich?

Dieter Baumanns: Antibakterielle Oberflächen sind spätestens seit der Pandemie in aller Munde. Aber eine ganz neue Erfindung ist das nicht, sondern schon länger im Programm. Wir bieten gezielt und auf Wunsch unsere melaminimprägnierten Oberflächen mit anti-bakterieller Ausrüstung an. Unsere Produkte wurden vom unabhängigen Prüfinstitut ISEGA in Deutschland, gemäß ISO und JIS, getestet: nach 24 Stunden waren 99,9 Prozent der Bakterien nicht mehr nachweisbar. Das ist natürlich ein Thema das aktuell bei Konsumenten gut ankommt und als Marketingtool genutzt wird.

Sascha Kostross: Es ist so, dass hier ein Additiv zugefügt wird, das das Absterben von Bakterien

Das Interview führten Tobias Lorenz und Stefan Müller