

Mit neuem Team und noch digitaler

Führungswechsel bei Schweizer Furnier- und Holzwerkstoffhändler Roser AG

Die Roser AG, Handelsunternehmen für Furniere und Holzwerkstoffe aus Birsfelden in der Schweiz, hat zum Jahreswechsel einige personelle wie strukturelle Weichen gestellt. Zum 1. Januar hat Tobias Scherg, der bislang den Geschäftsbereich Furnier verantwortete, die Geschäftsleitung der gesamten Unternehmung übernommen. Patrick Altherr, der den Bereich Holzwerkstoffe seit vielen Jahren leitet, sowie Victor Jung als erfahrener Leiter Rechnungswesen unterstützen Scherg in der Funktion als Geschäftsführer. Andreas Manger verlässt die Branche nach über 40 Jahren in den altersbedingten Ruhestand.

Langfristig vorbereitet und wie geplant, so charakterisiert das Schweizer Unternehmen den Wechsel an der Firmenspitze, der zum Jahreswechsel realisiert wurde. Fast 15 Jahre hat Manger die Geschicke der Roser AG gelenkt, nun will er etwas kürzer treten, bleibt dem Unternehmen aber als Präsident des Verwaltungsrates weiter verbunden.

Die Wahl seiner Nachfolger fiel nicht wirklich schwer: „Im schwierigen Corona-Jahr haben sowohl Tobias Scherg, als auch Patrick Altherr und Victor Jung als Mitglieder der Geschäftsleitung das Unternehmen mit Weitsicht und viel Fingerspitzengefühl geführt und weiterentwickelt“, erklärt Manger.

Weitergehen will man vor allem auch auf dem Weg in die digitale Zukunft. Gemeinsam mit vier weiteren Schweizer Handelsunternehmen – der Anliker AG, der Holz Platten AG, Küng Platten und Stark aus der Ostschweiz – betreibt Roser das Label „myholz.ch“, den nach eigenen Angaben mit mehr als 25.000 Produkten größten E-Shop der Schweizer Holzbranche. Roser steuert dabei seine Furnierkompetenz bei, u.a. mit dem „Furnier-Express“ für vlieskaschierte und großformatige Furniere in Fixmaßen und dem „Konzeptraum“, in dem ganze Projekte „materialisiert“ werden können.

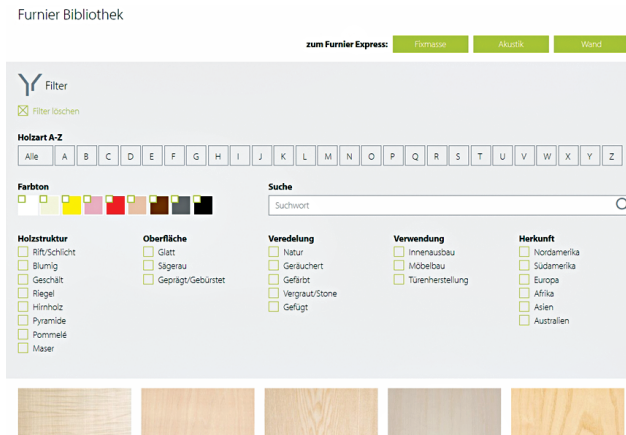
Nun soll der nächste Schritt in der digitalen Vernetzung und dem Internet der Dinge erfolgen. „Auf unserer neuen



Das neue Führungstrio bei der Roser AG (von links): Tobias Scherg, neuer Geschäftsleiter und verantwortlich für den Bereich Furnier, Patrick Altherr, stellvertretender Geschäftsleiter mit dem Verantwortungsbereich Holzwerkstoffe, sowie Victor Jung als erfahrener Leiter Rechnungswesen. Foto: Roser AG



Gemeinsam mit vier weiteren Schweizer Handelsunternehmen betreibt Roser das Label „myholz.ch“, das mit mehr als 23.000 Produkten als größter E-Shop der Schweizer Holzbranche gilt.



Auf der Roser-Website kann man in der Bibliothek das passende Furnier mit seinen Wunscheigenschaften auswählen. Je nach Farb-, Zeichnungs- und Strukturvorstellungen werden mögliche Varianten vorgeschlagen. Screenshot: Roser

Website kann jeder in der Online-Furnierbibliothek das passende Furnier mit seinen Wunscheigenschaften auswählen. Je nach Farb-, Zeichnungs- und Strukturvorstellungen schlägt die Bibliothek die möglichen Varianten vor“, so Scherg. Verbunden ist das Ganze auch mit dem Holzwerkstoffbereich. Denn mit der automatisierten Zugschnittanlage können die Werkstoffe unter Optimierung des Verschnittes und Etikettierung nach der Datenübermittlung des Kunden zeitsparend und präzise umgesetzt werden. „Unser Angebot der digitalen Vernetzung mit unseren Kunden wird stark genutzt. Der Schreiner und Produzent spart durch unsere Dienstleistung Zeit und Geld und muss sich darüber hinaus über die ersten Produktionsschritte keine weiteren Gedanken machen“, sagt Altherr.

Deutlicher Ergebniszuwachs bei Egger

Gruppenleitung ist für erste Jahreshälfte 2021 optimistisch

Die Egger Holzwerkstoffe GmbH (Egger-Gruppe) aus St. Johann in Tirol (Österreich) hat im ersten Halbjahr ihres Geschäftsjahres 2020/21 (bis 31. Oktober 2020) 1,45 Mrd. Euro umgesetzt, 2,1 % weniger als im Vorjahreszeitraum. Zur Begründung für den Rückgang nannte die Gruppenleitung den durch die Corona-Pandemie bedingten schwachen Mai 2020. Für die zweite Jahreshälfte ist die Gruppenleitung „trotz bestehender Unsicherheiten optimistisch“, wie das Unternehmen kurz vor Weihnachten des letzten Jahres mitgeteilt hat.

„Nach einem noch vom ersten Lockdown beeinflussten schwachen Mai sahen wir in den meisten unserer Kernmärkte eine sehr rasche Stabilisierung und eine seither positive Entwicklung“, erläuterte Thomas Leissing, verantwortlich für Finanzen, Verwaltung und Logistik in der Egger-Gruppenleitung.

„Insgesamt waren der Bau- und der Einrichtungssektor weniger betroffen als andere Branchen“, so Leissing weiter. „Sehr viele Konsumenten investieren aktuell in ihr Zuhause, kaufen sich neue Möbel und Böden oder renovieren. Unsere Branche profitiert von diesem Cocooning-Trend.“ Entsprechend sei „die Nachfrage nach beschichteten Platten in vielen Regionen auf ein sehr hohes Niveau gestiegen, was zum Teil auch zu Lieferschwierigkeiten und zu Knappheit bei Rohspan führte“. In Nordamerika hingegen stehen die Preise für Rohplatten und weiß beschichtete Platten stark unter Druck, heißt es dazu im Halbjahresbericht.

Die Umsatzentwicklung der einzelnen Egger-Divisionen war von den regional unterschiedlichen starken Auswirkungen der Corona-Pandemie und der dagegen getroffenen Maßnahmen geprägt. Im Vorjahresvergleich relativ sta-



Das 20. Werk der Gruppe in Lexington im US-Bundesstaat North Carolina ist im September 2020 in Betrieb genommen worden. Zur Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr hat es entsprechend kaum beigetragen. Foto: Egger

bil entwickelten sich im dekorativen Bereich (Division Decorative Products) die Regionen Mitte (-0,9% auf 442,9 Mio. Euro), Ost (+3,0% auf 469,2 Mio. Euro) und Americas (+2,1% auf 70,3 Mio. Euro). Die Umsätze in der Region West sanken hingegen um 11,9% auf 321,2 Mio. Euro. Hier waren die Werke in Großbritannien und Frankreich am stärksten von den regionalen Lockdown-Maßnahmen betroffen. Die Fußbodensparte (Division Flooring Products) hat deutlich um +6,2% auf 245,5 Mio. Euro zugelegt, das Segment Sonstiges stieg um +3,9% auf 91,5 Mio. Euro an. Dort sind neben dem Sägewerk Brilon die Gruppenfunktionen und sonstige eigenständige Bereiche zusammengeschlossen.

Deutlich angestiegen sind im ersten Halbjahr die Ergebniszahlen. Das bereinigte Ebitda stieg um 33,5% auf 293,9

Mio. Euro. Entsprechend deutlich gewachsen ist die Ebitda-Marge um 5 Prozentpunkte auf 20,3%. Damit liegt der Wert deutlich über der langfristigen Zielvorgabe von 15%. Zur Begründung nannte Leissing „das positive Branchen Umfeld und damit eine sehr hohe Nachfrage, vorteilhafte Rohstoffkosten sowie auch Fixkostenreduktionen, die im Rahmen der Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie getroffen wurden“.

Für die weitere Entwicklung in diesem Geschäftsjahr ist die Gruppenleitung optimistisch – trotz weiterhin gegebener Unsicherheiten durch die weltweite Corona-Pandemie. Als weitere Herausforderungen sieht Leissing steigende Rohstoffkosten und die Währungs- bzw. Inflations- und Wirtschaftsentwicklung in Argentinien. Insgesamt wird aber eine stabile Entwicklung der wesentlichen Märkte erwartet.

Vauth-Sagel feiert digital

Die Vauth-Sagel Holding GmbH & Co. KG, Küchenzulieferer aus Brakel-Erkeln, hat ihre Weihnachtsfeier mit einem abwechslungsreichen Digitalkonzept realisiert. Als analoge Komponente erhielten alle Mitarbeiter im Vorfeld eine Foodbox mit einem von Vauth-Sagel-Stammkoch Frederic Löseke zubereiteten Wildgericht, das zu Hause nur noch aufgewärmt werden musste. Das rund eine Stunde dauernde Online-Event war aufgemacht als virtueller Vauth-Sagel-Adventskalender mit zehn Türen für jeden Buchstaben aus dem Unternehmensnamen. Jede Tür leitete einen neuen Programmpunkt ein. Durch den Abend führte TV-Moderatorin Anna Fleischhauer. „Wie viele Unternehmen hat uns dieses Jahr dazu gebracht, neue Strukturen einzuführen und den Weg der Digitalisierung konsequent weiterzuführen“, kommentierte Firmenchef Claus Sagel. Anschließend mit Erfolg: Für Hans-Bernd Wiesener, Head of International Sales, war es „eine der besten Weihnachtsfeiern, die wir je hatten“.

Bora startet neue TV-Kampagne

Die Bora Lüftungstechnik GmbH aus Raubling in Oberbayern hat zum Jahreswechsel eine Kampagne mit einem neuen TV-Spot in neun europäischen Ländern gestartet. Der rund 15 Sekunden dauernde Spot fokussiert auf den Kochfeldabzug des Systems „Bora X Pure“ und die (Ab-)Luftbewegung. Bis August sind rund 7.500 Schaltungen geplant. Begleitet wird die Kampagne von umfangreichen Digitalmaßnahmen. „Wir erhöhen mit dem neuen Spot die Sichtbarkeit der Marke Bora“, begründet Bora-Gründer und CEO Willi Bruckbauer. Bereits 2013 hatte das damals erst sechsjährige Unternehmen mit Fernsehwerbung begonnen.

Häfele übernimmt Moebelplus

Zum 1. Januar hat die Häfele SE & Co KG die Moebelplus Deutschland GmbH & Co KG, Online-Händler für Elektro-Haushaltsgeräte mit Sitz in Mühlau übernommen. Das gab der Beschlaghersteller und -händler aus Nalgold im Schwarzwald kurz vor Weihnachten bekannt. Vorbehaltlich einer Freigabe durch das Bundeskartellamt soll Moebelplus künftig als selbständiges Tochterunternehmen von Häfele unter der operativen Leitung der beiden bisherigen Geschäftsführer Mathias Grummt und Rico Kellner weitergeführt werden. Geplant ist, dass Moebelplus künftig Häfele-Produkte für E-Geräte und weitere passende Produkte wird. Im Gegenzug vermarktet Moebelplus geeignete Häfele-Produkte für den Privatkunden-Bereich im eigenen Online-Shop. „Das ist eine Kunden-Lieferanten-Beziehung mit großem Zukunftspotenzial“, kommentierte Sibylle Thierer, Unternehmensleiterin von Häfele.

Tochterunternehmen von Schattdecor umfirmiert

Die beiden Schattdecor-Tochter Vasatech SDN. BHD. aus Bestari Jaya in Malaysia und US Coating aus Lexington (South Carolina) in den USA firmieren seit Anfang 2021 unter Schattdecor. Bisher führten die Akquisitionen aus 2019 lediglich den Zusatz „Member of Schattdecor-Group“. Vasatech firmiert künftig unter Schattdecor SDN. BHD. US Coating wurde mit der existierenden Schattdecor Inc. am Standort in Maryland Heights (Missouri) verschmolzen. Beide Standorte bleiben erhalten.

Hettich entwirft hybride Plattform

Die Hettich-Unternehmensgruppe, Beschlaghersteller mit Sitz in Kirchlingern, plant für dieses Frühjahr über mehrere Wochen das Hybrid-Event „Xperiencedays“. Dahinter verbirgt sich laut Hettich ein dynamisches Plattform-Prinzip, das sich flexibel an die neuen Entwicklungen anpassen lässt. Neben der physischen Neuheiten-Präsentation und Besuchsmöglichkeiten vor Ort sind zahlreiche virtuelle Formate mit Live-Acts geplant. „In diesen unwägbarsten Zeiten bietet sie allen Beteiligten die größtmögliche Flexibilität und schafft so eine maximale Reichweite“, erläutert Hettich-Geschäftsführer Uwe Kreidel.

BÜCHERTISCH

»Handbuch für Klebtechnik«

Das vom Industrieverband Klebstoffe (IVK), Düsseldorf, herausgegebene „Handbuch Klebtechnik“ ist neu erschienen. Es enthält in seiner Neuauflage neben den Informationen zur deutschen Klebstoffindustrie wichtige Angaben über die österreichische, schweizerische und niederländische Branche. Das Handbuch bietet Praktikern Informationen über Klebstoffanbieter, Geräte- und Anlagenhersteller samt Trends aus Forschung und Entwicklung. 160 Firmenprofile informieren über das Leistungsspektrum der deutsch- und niederländischsprachigen Klebstoffindustrie, deren Systempartner sowie wissenschaftliche Einrichtungen. Das Kompendium wird durch neueste gesetzliche Vorschriften, europäische Normen und Prüfverfahren sowie statistische Übersichten ergänzt. Das Buch kostet in der Printversion 25,90 Euro. Demnächst soll es auch als Onlineversion zur Verfügung stehen.

► www.klebstoffe.com