

Hesse-Lignal: Klare Absage an „Me too“-Lösungen

Champions League in Sachen Kundennähe

Hesse-Lignal hat 2016 eine ganz besondere Art von Hausmessen gewählt: In mehreren Fußballstadien in der ganzen Bundesrepublik fanden die „Hesse Heimspiele“ statt. Auch in Sachen Produktmanagement haben sich die Lackexperten die Nähe zum Kunden auf die Fahnen geschrieben. Geschäftsführer Jens Hesse und Christoph Wollersen, Leitung Produktmanagement und Marketing, erklären im Gespräch mit der „möbelfertigung“, wie die weiteren Pläne aussehen.



„Für uns ist die steigende Materialvielfalt eine Chance, denn unsere Produkte sind sehr variabel.“

Christoph Wollersen

möbelfertigung: Herr Hesse, Herr Wollersen, 2016 hat Hesse-Lignal seine „Innovationstage“ erstmals nach außen getragen – in Form der „Heimspiele“. Wie waren die Reaktionen?

Christoph Wollersen: Wir haben elektronische Umfragen gemacht. Diese sind äußerst positiv ausgefallen. Über 80 Prozent haben die Veranstaltung mit „gut“ bis „sehr gut“ bewertet.

Wir haben auch gefragt, ob die Besucher zu einer weiteren, ähnlichen Veranstaltung kommen würden. Diese Frage haben über 90 Prozent der Besucher mit „Ja“ beantwortet. Besser hätten wir uns das nicht wünschen können.

möbelfertigung: Wie kam es dazu, dass die „Heimspiele“ in Fußballstadien stattfanden?

Christoph Wollersen: Wir haben die Veranstaltungen gemeinsam mit einer Eventagentur geplant. Die haben das Organisatorische übernommen und das auch super gemacht. Zum Abschluss haben sie uns jetzt Tafeln mit den Wimpeln der Vereine von den Stadien geschenkt. Ein paar sind noch nicht original, aber die bekommen wir noch.

Jens Hesse: Besonders positiv ist auch, dass die Veranstaltung den Mitarbeitern viel Freude gemacht hat. Wir möchten bei unseren

Veranstaltungen natürlich immer, dass die Außenwirkung gut ist – aber wichtig ist für uns auch, dass die Wirkung nach innen positiv ist. Es gab ja Livestreams aus unserem Labor in die Stadien, und die Situation, vor einer Kamera zu stehen, war für unsere Mitarbeiter neu. Das hat aber super funktioniert, die Leute waren sehr motiviert und es hat ihnen viel Spaß gemacht.

Christoph Wollersen: Die Mitarbeiter, die in den einzelnen Standorten anwesend waren, konnten sich auch aussuchen, wo sie gerne eingesetzt werden möchten. Auch das war eine Sache, die zur Motivation beigetragen hat.

Man kommt ja auch nicht oft dazu, mal die VIP-Bereiche der Stadien zu sehen. Wir selbst haben auch einige besucht, das war schon toll. Die Rückmeldungen aus der Mitarbeiterschaft waren sehr positiv.

möbelfertigung: Die „Heimspiele“ sind im Grunde ja die regionale Version der „Innovationstage“. Hatten Sie auch Besucher aus dem Ausland?

Jens Hesse: Nein, wir haben sehr konkret die Kunden vor Ort vor Augen gehabt, als wir die „Heimspiele“ geplant haben. Uns ging es darum, die deutschen Handwerker, die aus Entfernungsgründen nicht nach Hamm kommen, zu erreichen.

möbelfertigung: Welche Themenblöcke sind denn besonders gut angekommen?

Christoph Wollersen: Das haben wir konkret abgefragt. Die Besucher haben sich – nicht überraschend – besonders für die Produktinformationen interessiert. Sowohl der Livestream aus unserem Labor als auch die Themenwelten auf der Ausstellung sind am höchsten bewertet worden.

möbelfertigung: Wie genau haben Sie denn den Livestream realisiert?

Christoph Wollersen: Es gab zwei Blöcke: einen für die lösemittelhaltigen Systeme und einen für die wässrigen Systeme. Jeder



„Ein Preiskampf mit ‚Me too‘-Lösungen ist für keinen der Beteiligten der beste Weg.“

Jens Hesse

Block wurde zweimal täglich gestreamt, sodass es insgesamt vier Vorführungen pro Tag gab. Bei den lösemittelhaltigen Systemen stand dabei vor allem die Produkteinführung des neuen „Fantastic Color“ im Vordergrund.

Bei den wasserbasierten Systemen ging es insbesondere um die Füller, die wir bei den letzten „Innovationstagen“ eingeführt hatten, sowie um ein neues, farbloses System.

Das Interesse der Zuschauer spiegelte eindeutig auch das Kaufverhalten wider, das wir täglich wahrnehmen. Der Fokus liegt also auf den lösemittelhaltigen Produkten. Insbesondere bei „Fantastic Color“ haben wir anscheinend einen Nerv getroffen. Das Stichwort

ist hier Aufwandsreduzierung. Das Produkt benötigt nur zwei Aufträge und auf Klarlack kann verzichtet werden. Solche Effizienz-Themen bekommen viel Aufmerksamkeit. Das merken wir jetzt auch an den Rückmeldungen der Erstkäufer.

Jens Hesse: Bei diesem Produkt haben wir im Vorfeld sehr genau auf unsere Kunden gehört und ihre Wünsche berücksichtigt. Unsere Kunden wissen sehr genau, was sie wollen und nehmen ein Produkt, das konkret aus ihren Anregungen entstanden ist, jetzt auch sehr positiv auf. Das ist nicht unbedingt selbstverständlich, denn manchmal wissen die Leute selbst nicht so genau, was sie eigentlich wollen. In diesem Fall hat sich



„Im Vergleich zu 2014 machen wir 23 Prozent mehr Umsatz mit wasserbasierten Systemen.“

Christoph Wollersen

diese Art der Produktentwicklung offenbar ausgezahlt.

möbelfertigung: Denken Sie, Ihre Kunden können Ihren Weg der bedarfsgerechten Produktentwicklung nachvollziehen?

Jens Hesse: Ich denke schon, aber wir müssen natürlich auch immer beweisen, dass wir wirklich zugehört haben. Ich glaube auch, dass das in Zukunft der Weg sein wird. Wenn wir unsere bestehenden Produkte immer „nur“ ein bisschen weiterentwickeln, kommen wir nicht voran. Wir müssen sehr nah an den Entwicklungen der Prozesse im Handwerk und der Industrie dran sein, um zu wissen, welche Eigenschaften neue Produkte mitbringen müssen.

möbelfertigung: Was zeichnet denn das neue Produkt „Fantastic Color“ aus?

Christoph Wollersen: Im Vergleich zu anderen am Markt erhältlichen Systemen ist es sehr deckkräftig. Auf der anderen Seite hat es einen ausgezeichneten Stand und die Oberflächeneigenschaften weisen neben den ästhetischen Punkten einen sehr hohen Gebrauchswert auf. Eine „Fantastic Color“-Oberfläche ist sehr ringfest, weshalb man – wie schon erwähnt – auf einen farblosen Lack verzichten kann.

Für die Anwender steht immer im Vordergrund, wie gut und

einfach sich ein Produkt verarbeiten lässt, und in dem Bereich sind wir jetzt wesentlich weiter als bei den Vorgängersystemen. Kurz gesagt: Ich kann mit weniger Auftrag ein besseres Ergebnis erzielen. Dank der Standfestigkeit können auch montierte Teile gespritzt werden.

Jens Hesse: Wichtig ist natürlich auch das Thema Trockenzeiten, und auch da ist „Fantastic Color“ deutlich verbessert.

Christoph Wollersen: Darüber hinaus ist es auch als Isolierfüller geeignet. Es können also auch die Kanten mitlackiert werden. Insgesamt sparen die Anwender einfach Zeit und Geld.

möbelfertigung: Eines Ihrer Ziele ist es, wasserbasierte Systeme noch mehr zu etablieren. Wie entwickelt sich das Thema?

Christoph Wollersen: Wir haben sowohl 1K- als auch 2K-Systeme, die wasserbasiert sind. Diese standen im Jahr 2014 bei den „Innovationstagen“ im Vordergrund. Im Vergleich zu damals machen wir jetzt in Deutschland 23 Prozent mehr Umsatz mit wässrigen Systemen. Beide Systeme haben sich also sehr gut entwickelt.

Da gibt es natürlich regionale Unterschiede. In Deutschland läuft das Thema ganz gut. Vor allem im industriellen Bereich. Wie es im

Gesamtmarkt aussieht, können wir nicht einschätzen, aber für uns läuft es ganz gut.

möbelfertigung: Gibt es Kundengruppen, die Sie verstärkt ansprechen wollen?

Jens Hesse: Die gibt es immer. Wir haben unseren Vertrieb neu aufgestellt, denn wir haben erkannt, dass wir eine klare Fokussierung auf handwerkliche Betriebe brauchen, und das in Gesamt-europa. Und das Gleiche für die Industrie. Zuvor haben unsere Außendienstler sowohl Industrie als auch Handwerk und Handel betreut. Das hat auch funktioniert, aber wir versprechen uns jetzt eine bessere Priorisierung und eine klare Struktur.

Beide Zielgruppen sind für uns strategisch wichtig, und mit der neuen Ausrichtung des Vertriebs sind wir sicher, beide besser betreuen zu können.

möbelfertigung: Sie haben auch online einiges verändert. Können Sie da schon ein Fazit ziehen?

Jens Hesse: Vor einigen Monaten haben wir den gesamten Auftritt aufgeböhrt. So können jetzt Bestandskunden direkt bei uns bestellen. Im Moment werten wir aus, wie das Angebot angenommen wird. Die Frequenz ist auf

„Wir haben unseren Vertrieb neu ausgerichtet und nun verschiedene Ansprechpartner für Handwerk und Industrie.“

Jens Hesse

jeden Fall steigend, aber wir erwarten davon auch keine Wunderdinge.

Christoph Wollersen: Neben dem Shop gibt es ja auch noch viele weitere Funktionen, wie die Einsicht der Bestellhistorie und Lieferverfolgung. Das wird schon gut angenommen.

Jens Hesse: Das Serviceangebot unserer Vertriebspartner ist natürlich ebenso wichtig. Die Online-Angebote bringen sinnvolle Ergänzungen für unsere direkten und indirekten Kunden.

möbelfertigung: Stellen Sie ganz allgemein Trends in Sachen Oberflächen fest?

Christoph Wollersen: Es gibt ein ganz zartes Pflänzchen – nämlich alternative Härtungsmechanismen. Da sind wir auch schon unterwegs in Form unseres Produkts „Adamant“. Aber wie gesagt, es gibt noch keinen großen Druck auf das Thema. Das ist ähnlich wie mit der Vermeidung von Lösemitteln.

Jens Hesse: Im industriellen Bereich geht es vielfach um Nachhaltigkeit. Nicht unbedingt nur beim Produkt, sondern auch beim Prozess. Das ganze Thema UV-LED ist da ein Beispiel. Damit lässt sich im Betrieb schon Geld sparen, aber die Umrüstung kostet natürlich erst mal auch etwas.

Christoph Wollersen: Eine weitere technologische Entwicklung ist vielleicht die Lasertechnik, mit der sich der Glanzgrad steuern lässt. Damit kann man schon beeindruckende Effekte erreichen.

Jens Hesse: Diese Technologie bauen wir gerade im Technikum hier auf, um unsere Kunden beraten zu können. Damit lassen sich sehr hochwertige, kratzresistente Oberflächen herstellen.

Christoph Wollersen: Man kann mit dieser Technik eben sowohl glänzende Oberflächen als auch matte Oberflächen herstellen, ohne die Anlage umrüsten zu müssen. Letztlich entsteht eine krause Oberfläche, die das Licht schluckt.

möbelfertigung: Matte Oberflächen sind – wenn man diversen Möbelmessen trauen kann – ohnehin Trend. Können Sie dies auch im handwerklichen Lackbereich bestätigen?

Christoph Wollersen: In der Tat scheinen die Hochzeiten des Hochglanzes vorbei zu sein. Ansonsten wird anscheinend alles Trend, was zum Trend erklärt wird. Die Zyklen sind unheimlich kurz geworden. Auch bei den Dekor-druckern werden die Portfolios ja immer größer. Ich denke, das ist weder für die Vertriebsmannschaften noch für die Kunden

noch in irgendeiner Weise überschaubar.

Ansonsten kann man sagen: Die Eiche ist immer noch lebendig. Seit langer Zeit habe ich aber auch mal wieder eine Buche gesehen. Aber einen Trend würde ich das jetzt nicht nennen.

Jens Hesse: Spannende Produkte im Lackbereich sind natürlich diejenigen, mit denen man Oberflächen

ANZEIGE

Lectra

NACHHALTIG PRODUZIEREN

MAKE IT WITH LECTRA

Nehmen Sie Ihre Unternehmensverantwortung ernst!

Mit Lectra optimieren Sie Ressourcen, vermeiden Verschwendung und gewährleisten eine präzise Nachverfolgbarkeit. Sie schaffen mit unseren Lösungen eine sichere Arbeitsumgebung für Ihre Mitarbeiter und erzielen eine bessere Energiebilanz.

Erfahren Sie mehr über unsere Produkte für Polstermöbelhersteller unter makeitwith.lectra.com/de

Maria,
Werksleiterin

MAKE IT WITH LECTRA



„Für die Nutzer steht immer im Vordergrund, wie einfach sich ein Produkt verarbeiten lässt.“

Christoph Wollersen

„Wir müssen immer sehr nah an den Entwicklungen in Handwerk und Industrie dran sein.“

Jens Hesse

wie Metall oder Beton wirken lassen kann. Beide Themen haben wir besetzt und sie lassen sich unheimlich gut für Vorführungen nutzen. Aber so weit, dass man diese Themen als Trends bezeichnen könnten, sind sie nicht verbreitet.

möbelfertigung: Ein großes Thema in der Branche ist die steigende Materialvielfalt. Haben Sie damit Probleme?

Christoph Wollersen: Im Gegenteil, wir sehen da Chancen. Unsere Produkte sind dafür konzipiert, auf möglichst vielen Oberflächen zu funktionieren. Dass die Hersteller von Holzbearbeitungsmaschinen da Probleme bekommen, kann ich mir vorstellen. Aber für uns ist die steigende Materialvielfalt sehr spannend. Insbesondere im Innenausbau, wo sehr viele verschiedene Werkstoffe verarbeitet werden, bieten unsere Produkte absolute Vorteile.

möbelfertigung: Bei unserem letzten Gespräch hatten Sie gerade ein neues, strategisches Produktmanagement installiert. Haben Sie weitere Fortschritte gemacht?

Christoph Wollersen: Das müssen wir tun, um die Produktvielfalt zu handeln. Neuentwicklungen müssen sehr gut bedacht werden und die Nachfrage zweifelsfrei vorhanden sein. Unser Pilotprojekt in dieser Form der Entwicklung

haben wir heute schon öfter genannt: „Fantastic Color“. Von Kundenbefragungen bis zu Marktkonzepttests haben wir hier alle Register gezogen. In dieser Richtung soll es auch weitergehen und wir sind gerade dabei, uns auch personell zu verstärken.

Jens Hesse: Diese Art der Entwicklung ist strategisch wirklich sehr wichtig für uns, denn wir wollen innovativ sein. Mit „Metoo“-Lösungen lassen wir uns letztlich einfach nur auf einen Preiskampf mit dem Wettbewerb ein und das ist für keinen der Beteiligten – einschließlich der Kunden – der beste Weg.

möbelfertigung: Gibt es bei den nächsten „Innovationstagen“ am 14. und 15. September hier in Hamm etwas Neues, was Sie jetzt schon verraten möchten?

Christoph Wollersen: Noch nicht so viel, denn es soll ja Überraschungen geben. Eine Sache kann ich aber schon sagen: Wir haben vor einiger Zeit eine Grundierung namens „Opti-Base“ eingeführt. Davon wird es sozusagen die Version 2.0 geben, die grundsätzlich überarbeitet wurde und die Anforderungen des Handwerks noch wesentlich besser umsetzt.

möbelfertigung: Wenn Sie nur noch ein Produkt herstellen könnten – welches wäre das?

Jens Hesse: Weißer Farblack. Egal in welchem Bereich, das ist immer noch der Top-Seller, sei es im Handwerk oder der Industrie. Gerne einige Varianten, aber auf jeden Fall weiß.

möbelfertigung: Wie lief das Geschäftsjahr 2016?

Jens Hesse: Sehr gut. Wir haben unseren Plan übererfüllt und das Jahr mit einem deutlichen Plus abgeschlossen. Es gibt eigentlich

keinen Bereich, der abfällt. Das gefällt uns so auch sehr gut. Wir sehen noch viel Luft nach oben und sind uns sicher, viele richtige Entscheidungen getroffen zu haben, sei es die Umstellung des Vertriebs oder das Produktmanagement. Deshalb freuen wir uns auch auf das nächste Geschäftsjahr.

möbelfertigung: Sind in der näheren Zukunft größere Investitionen geplant?

Jens Hesse: Wir bauen sehr strategisch weiter Personal auf. Das ist natürlich keine klassische Investition, die man buchhalterisch abschreiben kann, aber für uns die wichtigste. In den Standort in Hamm ist natürlich auch Geld geflossen, sowohl bei der Instandhaltung als auch im Ausbau des Technikums. Auf jeden Fall werden wir auch im Jahr 2017 wieder überdurchschnittlich investieren.

möbelfertigung: Was ist Ihre Vision für Hesse-Lignal?

Jens Hesse: Die Vision ist, dass wir der bevorzugte Ansprechpartner in unserem Bereich sind. Und das möglichst international. Dafür tun wir viel und investieren zum Beispiel in Dubai eine Menge, um dort stärker zu werden. Auch hier spielt das Personal eine wichtige Rolle, denn unsere Produkte sind nun einmal beratungsintensiv. Wir wollen überall dichter an die Kunden heranrücken.