

Interview: Heiko Seen und Josef Mühlbauer, HocoHolz

„Wir wollen nicht mehr Quadratmeter, sondern wertigere Produkte“

HocoHolz gehört als Leistenhersteller zu den Marktführern in Europa und ist als Parkethersteller ein Komplettanbieter. Im bayerischen Eggenfelden regional verwurzelt, bodenständig und mit der Haas Group in der sicheren Hand der familiengeführten Konzernmutter, schreibt Hoco schon seit mehr als 20 Jahren seine Erfolgsgeschichte. Der neue Geschäftsführer Heiko Seen will ein Kapitel zu fügen, die Marke Hoco nachhaltig stärken und das Unternehmen im internationalen Wettbewerb positionieren. Wie es gelingen wird, ein langfristig erfolgreicher und gewinnbringender Teil der Unternehmensgruppe zu sein, darüber sprach das ParkettMagazin mit Geschäftsführer Seen und Verkaufsleiter Josef Mühlbauer.

ParkettMagazin: Wie ist die Haas Group strukturiert?

Heiko Seen: Die Haas Group ist die Holding und wird durch die Familie Haas geleitet. Die Unternehmen der Haas Group sind in drei Sparten gegliedert. Die erste ist das sogenannte Baumanagement. Hier sind alle Aktivitäten rund um das Projektgeschäft gebündelt, also alle Dienstleistungen von der Planung bis zur Montage auf der Baustelle. Die zweite Säule bilden die Bauelemente, also Fenster und Türen. Die dritte Sparte sind die Holzprodukte, dazu gehören HocoHolz als 100 %-iges Haas-Tochterunternehmen, und die Haas Holzindustrie.

PM: Für welche Bereiche sind Sie innerhalb der Haas Group verantwortlich?

Seen: Im Unternehmensbereich Holzprodukte habe ich die Gesamtvertriebsverantwortung, bin also für den Bereich vom Werk bis zum Kunden zuständig. Zudem bin ich Geschäftsführer in un-

serem HocoHolz Werk in Eggenfelden. Zu den übergeordneten Tätigkeitsbereichen innerhalb der Haas-Group zählen

- Stärkung der Synergien zwischen HocoHolz und der Haas Holzindustrie
- Aufbau der Exportmärkte für die Sparte Holzprodukte
- Koordination zwischen den vier Werken in Eggenfelden, Tschechien, Kroatien und Frankreich.

Eine meiner vordringlichen Aufgaben als Geschäftsführer des

Unternehmensbereiches HocoHolz ist u. a., die Marke Hoco zu stärken. Wir wollen das Marketing intensivieren und das Corporate Design schärfen. In diesem Bereich hatten wir bisher keinen „Kümmerer“, und mit Frau Dr. Haas-Lensing habe ich dafür die ideale Unterstützung aus der Haas-Leitung. Der erste Schritt ist mit dem neuen Corporate Design bereits vollzogen. Doch es geht dabei auch um eine Unternehmensvision, die ich neu aufgestellt habe.

PM: Wie viele Mitarbeiter hat die Haas-Group, wie sind die Umsatzanteile der Bereiche?

Seen: Im Bereich Holzprodukte gibt es knapp 1.100 Mitarbeiter, beim Bauelementebereich sind es um die 1.700, in der Sparte Baumanagement knapp über 1.000. Umsatzmäßig aber ist der Baumanagementbereich mit 40 % der größte, Bauelemente liegt bei 37 %, der Rest von 23 % kommt von den Holzprodukten.

PM: Über welche Kapazitäten verfügen Ihre Werke?

Seen: Eggenfelden als Standort der Zweischichtparkett-Produktion hat Kapazitäten von 500.000 qm. Im Leistenbereich liegen die furnierummantelten Leisten mit 17,6 Mio. lfm. an der Spitze, gefolgt von Massivholzleisten mit 11 Mio. lfm. und den folienummantelten Produkten mit 5,3 Mio. lfm. Das sind die Produktionskapazitäten. Verkauft haben wir 2010 rund 20 Mio. lfm.

In Eggenfelden haben wir mit 240 Mitarbeitern im Zweischichtbetrieb 2010 einen Umsatz von 33 Mio. EUR erwirtschaftet. Für 2011 planen wir sogar 41 Mio. EUR Umsatz. Das ist ein sportliches Ziel.

Die Sparten der Haas Group

Haas Holzprodukte	Haas Bauelemente	Haas Baumanagement
Parkettboden Leisten Massivholzplatten BSH-Stangenware Brennstoffe Holzbausysteme Schnittholz	Fenster und Türen Rolläden Jalousien Markisen	Fertighäuser Schlüsselfertige Gewerbe- und Industrieobjekte Bauten für Landwirtschaft und Reitsport Leimholzkonstruktionen Nagelplattenbinder
Umsatzanteil: 23%	Umsatzanteil: 37%	Umsatzanteil: 40%

Die Kapazität unseres Werkes in Kroatien liegt bei 500.000 m² Dreischichtparkett. In diesem Jahr wollen wir hier mit 275 Mitarbeitern 360-380.000 m² produzieren.

PM: Sie produzieren Leisten, Sie produzieren Parkett. Zu welchen Anteilen? Und wie läuft der Vertrieb, gibt es da Überschneidungen?

Seen: Zwei Drittel unseres Umsatzes machen wir mit Leisten, d.h. wir liegen grob bei 21 Mio. EUR. Ein Drittel des Umsatzes kommt vom Parkett.

Josef Mühlbauer: Der Vertrieb von Leisten und Parkett ist nicht getrennt, sondern läuft über eine Linie. Unsere Hauptrichtung ist dabei der Großhandel. Holz- und Bodenbelagsgroßhandel sowie Parkettgroßhandel zählen zu unseren wichtigsten Kunden.

PM: Wie verteilen sich hier die Umsätze?

Mühlbauer: Über den Bodenbelagsgroßhandel setzen wir am meisten ab, deutlich dahinter kommt dann der Holzhandel und danach der Parkettgroßhandel. Etwa ein Drittel unseres Umsatzes generieren wir über Kooperationen.

Seen: Die Hoco geht über den Profi und wir differenzieren uns ganz klar vom Baumarkt. Wir sind handelstreu und werden das auch bleiben.

PM: Sie haben strukturelle Änderungen für den Parkett-Bereich angekündigt. Was ist geplant?

Mühlbauer: Dreischichtiges Parkett werden wir künftig nur noch als Landhausdiele liefern. Schiffsboden wird aus dem Programm genommen. Wir werden uns in



Heiko Seen:

„Wir wollen die Marke Hoco stärken. Wir wollen das Marketing intensivieren und das Corporate Design schärfen.

Doch es geht dabei auch um eine Unternehmensvision, die ich neu aufgestellt habe.“



Josef Mühlbauer:

„Wir denken die Leiste neu. Das heißt, wir müssen die Leiste zukünftig nicht nur auf den Boden bringen, sondern Leisten für die Inneneinrichtung und die gesamte Raumgestaltung anbieten.“

den Holzarten einschränken, das Programm verkleinern, aber dafür uns in den Ausführungen wesentlich mehr ausbreiten, wir gehen in die Differenzierungen.

Und wir werden unseren Kunden zukünftig mehr bieten: Wir planen, eine Parkett-Manufaktur in Eggenfelden aufzubauen, das wird wohl Mitte des Jahres spruchreif sein. Wir wollen damit unseren Kunden völlig neue Optionen bieten können, alle Ober-

flächen möglich machen, auch in allen Farben. Von hier soll auch der Objektbereich (ab 50 m²) bedient werden. In Kroatien soll der Hauptteil unseres Parketts hergestellt werden, das Werk dort hat noch viel Potenzial.

PM: Der Name Hoco ist vor allem durch Leisten bekannt geworden. Was gibt es da Neues?

Mühlbauer: Wir denken die Leiste neu. Das heißt, wir müssen

die Leiste zukünftig nicht nur auf den Boden bringen, sondern Leisten für die Inneneinrichtung und die gesamte Raumgestaltung anbieten. Da uns dabei der Digitaldruck nicht mehr weiter bringt, starten wir ein neues, vereinfachtes Konzept: Das Hoco „CUBE“ Design.

Wir vereinfachen die Auswahl. Grundlage ist unsere erfolgreiche moderne „CUBE“ Leiste, für die wir uns entschieden haben, weil dieses Profil sicher die ge- ▶

HocoHolz in Kürze

Hofstetter & Co. Holzindustrie GmbH
Landshuterstraße 91 84307 Eggenfelden
Tel.: 08721 7020
Internet: www.hoco.de

Geschäftsführung: Dr. Tanja Haas-Lensing,
Katharina Haas, Xaver Haas

Operative Geschäftsführung:
Dipl.-Ing. Heiko Seen

Verkaufsleitung: Dipl.-Ing. Josef Mühlbauer

Mitarbeiterzahl: 240 (im Zweischichtbetrieb)
Produktstandorte vorwiegend in Deutschland
und Kroatien

Umsatz 2010: ca. 33 Mio. EUR
Geplanter Umsatz für 2011: 41 Mio. EUR

Eckdaten:
- 1984 Übernahme durch die Haas Group

- Seit über 20 Jahren Leistenproduktion
Leisten:
- Verkauft 2010 ca. 20 Mio. lfm
- Produktionskapazität Leisten:
furnierummantelte Leisten: 17,6 Mio. lfm
Massivholzleisten: 11 Mio. lfm
Folienummantelte Leisten: 5,3 Mio. lfm
- Seit mehr als zehn Jahren Parkettproduktion
Komplettanbieter, vor allem stark mit heimi-
schen Holzarten (Eiche, Buche, Esche, Akazie)
Spezialist für Zwei- und Dreischichtparkett in
einem wegen des Standortes in Kroatien in
einem der größten Eichewuchsgebiete Europas.

Parkett:
- Produktionskapazität Parkett:
Zweischicht-Parkett: 500.000 m² pro Jahr
Dreischicht-Parkett: geplant 300.000 m²
Landhausdielen für 2011

Haas Group in Kürze

Haas Holzprodukte GmbH
Industriestraße 8
84326 Falkenberg
Tel.: 08727 180
Internet: www.haas-group.de

Gegründet: 1971

Geschäftsführung: Dr. Tanja Haas-Lensing,
Katharina Haas, Xaver Haas

Mitarbeiter:
Bereich Holzprodukte 1.100
Bereich Bauelemente 1.700
Bereich Baumanagement 1.000
Umsatz 2008: 440 Mio. EUR

Umsatzanteile:
Holzprodukte 23 %
Bauelemente 37 %
Baumanagement 40 %

Die Haas Group produziert jährlich
- 850 Fertighäuser 120 Gewerbe- und
Industriebauten, knapp 500 Landwirtschafts-
bauten und 400 Dachstühle
- bis zu 3 Mio. m² Parkettböden
und -decks sowie 85 Mio. lfm Leisten
- 750.000 Einheiten Fenster und Türen
- bis zu 75.000 t Holzpellets und
20.000 t -briketts

schwungenen Formen auf Dauer ablösen wird. Die „CUBE“ Leiste kann in jeder RAL-Farbe produziert werden, wir geben unseren Händlern aber die Möglichkeit, acht oder zehn Dekore für die Präsentation herauszusuchen. Wir wollen es ihnen einfach machen.

Seen: Es wird sicher ein Jahr dauern, bis sich das Konzept durchsetzt, da brauchen wir ein paar Trendsetter. Wir reden gerade mit einigen Großhändlern.

Mühlbauer: Wir haben nichts gegen den Digitaldruck. Wir ziehen uns auch nicht aus dem Folien-Dekorbereich zurück. Wir wollen bloß den Wildwuchs durch die Hunderte von Dekoren kappen.

PM: Wie groß ist der Anteil der Kunden, die zu den Leisten bei Ihnen auch Parkett kaufen?

Seen: Der liegt bei etwa 50 bis 60%. Wir sind als Leistenhersteller bisher ja bekannter als

Parketthersteller. Dazu kommt, dass unser Service im Leistenbereich mit Sicherheit in Deutschland einmalig ist. Wir haben wohl ein ähnliches Leistenangebot wie unsere Wettbewerber. Doch so wie wir einzelne Leisten anbieten können, ist sicher noch einmalig.

Etwa 50 % der von uns produzierten Leisten sind keine Standardprodukte mehr, sondern Sonderanfertigungen. Viele Händler beziehen diese Produkte

bereits jetzt schon direkt von uns.
PM: Dazu gehört eine ausgefeilte Logistik. Wie machen Sie das?

Seen: Wir beliefern unsere Kunden einmal pro Woche, in Süddeutschland sogar zweimal pro Woche, darüber hinaus liefern wir über Nacht mit UPS, wenn es noch schneller gehen soll. Flexibel sind wir längst.

PM: Die Rohstoffpreise steigen, Logistik- und Verwaltungskosten auch. Wie beurteilen Sie die Situation? Wird Ihr Geschäft von Importen aus China und Osteuropa beeinflusst?

Seen: Natürlich werden die Preise im Markt durch Importe vorgegeben, ob wir darauf einsteigen, bleibt uns überlassen. Ansonsten kommen wir mit der Importware wenig in Berührung. Das ist eher was für den Massenmarkt.

Aber wir wenden uns ja an den Profi. Wir waren 2010 einer der wenigen Hersteller, die Preise erhöht haben, wir werden sie auch in diesem Jahr wieder erhöhen müssen, das wird nicht ausbleiben können.

PM: Können Sie Ihre Unternehmensvision abschließend in drei Sätzen formulieren?

Seen: Wir sind ein mittelständiges Unternehmen mit Produktionsstandorten europaweit, fühlen uns aber in Deutschland daheim. Unser Ziel ist es, eine Flexibilität mit hoher Wertschöpfung im eigenen Unternehmen darzustellen, als Komplettanbieter im Bereich Parkett und Leisten zu agieren und die Marke Hoco international einzuführen. Umsatz allein ist nicht das, was wir wollen - wir wollen nicht mehr Quadratmeter, sondern wertigere Produkte.