

CARO

AKTIVES MANAGEMENT IM FLIESENHANDEL



REPORT

**Handel im Osten:
Nahe bei den Kunden**

TEST

**Raab Karcher im Westen:
Tipps aus der Fliesenwelt**

SANITÄR

**Dusch-Systeme im Fokus:
Mit Volldampf voraus**

GESPRÄCH EXKLUSIV

**Lux Elements: Fliesen
und der Wellness-Boom**



Rudolf Müller

„Bevor wir auf Umsatz verzichten, müssen wir andere Wege zum Kunden gehen.“



WELLNESS-BOOM OHNE FLIESENHANDEL?

Verschläft der Fliesengroß- und -fachhandel den Wellness-Trend? Suchen sich die beteiligten Industriezweige andere Vertriebswege? Ja und nein: Für Pauschalurteile ist das Thema zu wichtig. Über die Hintergründe sprach CARO mit dem Lux Elements-Geschäftsführer Rolf Longrée, der sich seit Jahren mit Wellness-Produkten beschäftigt.

◆ **CARO:** Herr Longrée, zieht der Wellness-Boom mit seinen Investitionen ins Bad am Fliesenhandel vorbei?

Rolf Longrée: Für einen großen Teil des Fliesengroß- und -fachhandels kann man das eindeutig so sagen. Nach meiner Erfahrung interessieren sich maximal 20 Prozent der Fliesenhändler nachhaltig für den Wellnessbereich. Sie öffnen sich für das Thema, besuchen die einschlägigen Wellnessmessen und zeigen in ihren Ausstellungen Dampfbäder, Säulen, Brunnen und beheizbare Liegen.

◆ **CARO:** Wie geht der Sanitärhandel mit dem Thema um?

Rolf Longrée: Ende der 90er Jahre mussten wir erfahren, dass der Fliesenhandel Installateure, die unsere Produkte beziehen wollten, nicht beliefert hat. Das hieß für uns: Wir müssen eine Tür in andere Vertriebswege öffnen.

Heute zählen auch Sanitärgrößhändler zu unseren Kunden. Sie präsentieren in ihren Ausstellungen teilweise komplette Wellnesscenter – natürlich mit Fliesen. Wichtig ist auch, dass die Sanitärfachhändler in der Regel die Bäder der Endverbraucher planen.

◆ **CARO:** Lux Elements kommt traditionell aus der Fliesenbran-

che. Welche Vertriebschienen nutzen Sie heute zusätzlich?

Rolf Longrée: Für uns gilt nach wie vor: Am liebsten bedienen wir den dreistufigen Vertriebsweg, und der funktioniert immer in den Regionen, in denen man zuverlässige Partner im Handel hat.

Unser ursprünglicher Kundenkreis aus dem Fliesengroßhandel hat sich auf Sanitär- und Innenausbau betriebe erweitert. Auch die Industrie zeigt immer mehr Interesse an der Entwicklung gemeinsamer Produkte.

◆ **CARO:** Wie sieht die Zusammenarbeit mit der Industrie aus?

Rolf Longrée: Die Fliesenhersteller machen sich zunehmend Gedanken über Möbel, wollen fertige Waschtische, Säulen oder Brunnen anbieten. Wir bieten dazu individuelle Lösungen an. Aus unseren Blöcken aus expandiertem Polystyrol-Hartschaum können wir nahezu alle gewünschten Maßanfertigungen im Fliesen-, Sanitär-, Sauna- und Freizeitbereich herstellen.

◆ **CARO:** Welche Vorteile bieten Ihnen die Innenausbauer?

Rolf Longrée: Für uns sind das die Firmen, die schlüsselfertig bauen. Sie beschäftigen handwerkliche „Allrounder“, die zum Beispiel keine Probleme damit ha-

„Langsam aber sicher öffnet sich die Branche für individuelle Lösungen rund um Wellness.“

Rolf Longrée: Wir planen gemeinsam mit unseren Partnern im Handel die neuen Ausstellungsgebiete zum Thema Wellness und arbeiten allein in Deutschland und den Benelux-Ländern mit zehn Außendienstlern, die die regionale Betreuung garantieren. Außerdem bieten wir in Leverkusen (D) und Ungersheim (F) Schulungen an, in denen wir unsere technische Fachkompetenz als Kundenservice vermitteln. Dazu können die Händler auch ihre Profikunden mitbringen.

ben, unsere Produkte mit Mosaiken zu verkleiden. Die Wellnessmessen zeigen, dass es neue Anwendungsbereiche für unsere Trägerelemente gibt – und damit natürlich auch für die Fliesen.

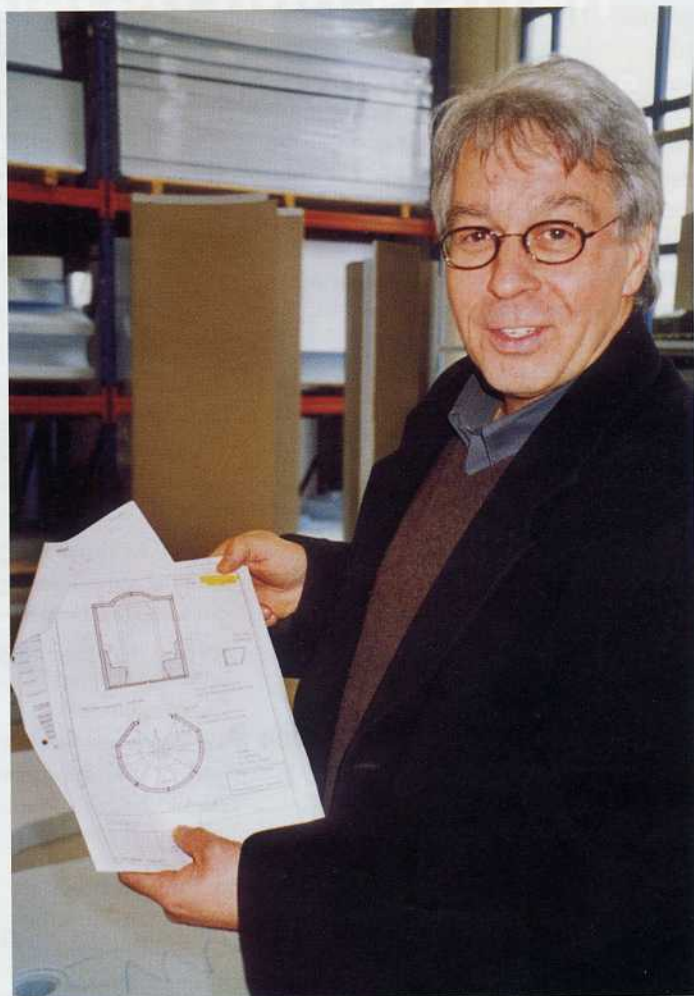
◆ **CARO:** Wie unterstützen Sie die Fliesenhändler, die vom Wellness-Boom profitieren wollen?

◆ **CARO:** Selbst für Fliesenverkäufer mit großer Kompetenz ist der Weg zum Fachberater für Wellnessbereiche weit. Bieten Sie

Das ist der CARO-Gesprächspartner

Rolf Longrée, 50 Jahre, ist in Frankreich aufgewachsen und von Hause aus Dolmetscher und Übersetzer. 1979 begann er seine berufliche Laufbahn im Export der MC Bauchemie in Bottrop.

Fünf Jahre später wurde er Exportleiter bei Schlüter-Systems in Iserlohn. 1993 wechselte **Rolf Longrée** in die Produktentwicklung des englischen Profilherstellers Homelux. 1996 entschied er sich für Lux Elements. Nach sieben Jahren als Vertriebsleiter und Prokurist wurde **Rolf Longrée** Anfang letzten Jahres neben dem Inhaber Thomas Lux zum Geschäftsführer.



Setzt mit Polystyrol-Hartschaum auf den Wellness-Trend, der sich zunehmend Privatbäder erobert: Rolf Longrée mit einer Modellzeichnung



Sonderkonfektionen für das Bad lassen individuelle Wünsche wahr werden

praktische Hilfsmittel an, die man sofort in der Ausstellung nutzen kann?

Rolf Longrée: Wir entwickeln gerade ein Arbeitsmittel für den Fliesenfachhandel. Es umfasst eine Magnetplatte und unterschiedliche Formteile aus unserem Programm, die man als Magnetpapier-Module im Maßstab 1 : 20 auf dem Grundriss anordnen und hin und her schieben kann. Das ist ein einfaches aber sinnvolles Hilfsmittel, das es auch den Endverbrauchern leichter machen wird, sich ihr neues Bad vorzustellen.

◆ **CARO:** Was erwarten Sie vom Fachhandel?

Rolf Longrée: Wir erwarten vom Fachhandel die Bereitschaft, sich neue Anwendungsbereiche zu erschließen. Unsere Produkte sind erklärungsbedürftig, und die Privatleute, die sich für Dampfbäder oder -duschen interessieren erwarten eine sehr gute Beratung. Das erfordert von den Mitarbeitern in den Ausstellungen des

„Wir bieten den Fachhändlern Unikate mit vernünftiger Marge.“

Firmenporträt der Lux Elements GmbH & Co. KG

- 1945** gründete Herbert Lux in Radebeul, Sachsen, das Unternehmen als Fliesenverlegebetrieb. Seit den fünfziger Jahren galt die Firma als Spezialunternehmen für geflieste Sanitärrennwandanlagen. Zahlreiche Patente und Gebrauchsmuster für Verfahren zur Herstellung dünner, raumsparender Fliesenrennwände dokumentieren dieses Know-how.
- 1960** Fortführung des Unternehmens in Leverkusen. Vertrieb der Fliesenrennwandsysteme im mitteleuropäischen Ausland.
- 1981** entsteht das Hartschaum-Trägerelement „Das Original“, das permanent weiterentwickelt wird: vom Standardprodukt bis zu Systemlösungen für die Fliesenverlegung im Innen- und Außenbereich.
- 1995** Bei Colmar wird Lux Elements France gegründet mit 2.000 Quadratmeter großem Lager und Büro.
- 1999** Inbetriebnahme der eigenen Schaumstoffproduktion und die komplette Umstellung des Programms auf den umweltfreundlichen, expandierten Polystyrol-Hartschaum unter Verzicht von FCKW- beziehungsweise HFCKW- und CO2-Treibmitteln.
- 2004** Mit einem weiteren Betriebsgebäude stehen in Leverkusen jetzt 12.000 Quadratmeter für Fertigung, Lager und Bürofläche zur Verfügung.

Fliesen- und Sanitärhandels die ständige Bereitschaft zu lernen und ihr Wissen weiterzuvermitteln. Neben einem Wellnessbereich in der Ausstellung, der den Endkunden Ideen vermittelt, ist das Know-how der Verkäufer das allerwichtigste. Selbst eine Top-Ausstellung bringt ohne Beratungskompetenz gar nichts.

◆ **CARO:** Welchen Stellenwert haben Kooperationen für Sie?

Rolf Longrée: Vor allem bei unseren Standardprodukten wie Bauplatten oder Rohrkästen sind die Kooperationen wichtige Partner. Einzelne haben auch schon Interesse an Sonderkonstruktionen bekundet.

◆ **CARO:** Beobachten Sie regionale Unterschiede im Wellnessmarkt?

Rolf Longrée: Das „große Aufrüsten“ der Wellness-Center in den deutschen Kurbadeorten und in den Hotels der Alpenregionen ist so gut wie abgeschlossen. Jetzt entdecken die Privatleute die Wellness für Zuhause. Unsere vorgefertigten Bauteile sind da sehr hilfreich. Sie sind leicht, werden bei uns vorproduziert und verkürzt damit die Montagezeiten vor Ort.

Im Handel arbeiten wir bundesweit mit guten und starken Unternehmen zusammen und ha-

Zahlen, Daten, Fakten von Lux Elements

Inhaber:	Thomas Lux, Liesbeth Lux
Umsatz:	20 Millionen Euro
Mitarbeiter:	95, davon zehn im Außendienst Deutschland/Benelux
Standorte:	Deutschland: Leverkusen-Opladen; Frankreich: Ungersheim nahe Colmar
Produktpalette:	Hartschaum-Trägerelemente für Innen- und Außenanwendungen, Entkloppungssysteme, verfliesbare Duschtassen, individuelle Sonderkonfektionen und Systemkomponenten

ben im Wellnessbereich den meisten Erfolg in Süddeutschland und Nordrhein-Westfalen. Der Osten ist schwierig, und im Norden sind wir traditionell schwächer vertreten.

◆ **CARO:** Welche Umsatzerwartung haben Sie für dieses Jahr?

Rolf Longrée: Wir rechnen in Deutschland mit einer Stagnation, die wir über unseren stark gewachsenen Export mehr als auffangen wollen. Insgesamt gehen wir von einem achtprozentigen Umsatzplus aus.

◆ **CARO:** Herr Longrée, wir danken Ihnen für das Gespräch.

So wie in der Traunsteiner Niederlassung von Richter + Frenzel kann ein Fitness-Center im Sanitärgrößhandel aussehen



„Travertini“ mit Spezialeffekten

Bei dem aktuellen Produkt „Travertini“ hat sich Atlas Concorde am Travertin inspiriert. Die besonders feine Körnung der Pressmasse verbunden mit neuen Dekorationstechniken, bei dem auch ein Laser zum Einsatz kommt, erlaubt bei den Fliesen eine sehr dif-

ferenzierte Auflösung der Oberfläche, die sich am quer zur Schichtung geschnittenen Travertin orientiert.

Die „Travertini“-Fliesen in den Formaten 45 x 45 und 30 x 30 Zentimeter werden rektifiziert und in einem Kaliber geliefert.



Kanister mit Anti-Gluck-System

Jeder, der schon einmal Flüssigkeiten von einem Kanister in ein anderes Gefäß umgefüllt hat, kennt das Problem: mit einem saten „Schwapp!“ landet das Füllgut genau neben dem angepeilten Behälter. Nur, wenn mit der ausströmenden Flüssigkeit gleichzeitig Luft einströmen kann, ist gleichmäßiges Gießen gewährleistet. Die Fridolfinger Otto-Chemie bietet für dieses Problem eine professionell durchdachte Lösung: Die Fünf- und Zehn-Liter-Kanister des Glättmittels für das Naturstein-Silicon „*Ottoseal® S70*“ sowie des normalen Glättmittels für Silicondichtstoffe mit einem besonderen Auslass versehen, der ein Überschwappen der Flüssigkeit beim Umfüllen zuverlässig verhindert.

Das Naturstein-Silicon-Glättmittel ist speziell abgestimmt auf den elastischen Dichtstoff „*Ottoseal® S70*“; es erhält den Glanz

der Dichtstoffoberfläche und wirkt nicht entfettend auf die Haut.

Sorgfältiges Arbeiten und die Wahl der richtigen Hilfsmittel sind unabdingbare Voraussetzung, um Schäden bei der Verlegung von Naturstein vorzubeugen. Dabei ist auch die korrekte Wahl des elastischen Dichtstoffes entscheidend für ein reklamationsfreies Ergebnis. Dass ungeeignete Dichtstoffe an Marmor und anderen Natursteinen zu Weichmacherwanderungen führen und deutlich sichtbare Randverfärbungen verursachen können, ist mittlerweile vielen Planern und Verarbeitern bekannt. Weniger bekannt ist jedoch, dass auch ungeeignete Glättmittel, Spülmittel und Reinigungsmittel zur Fleckenbildung auf empfindlichen Natursteinen führen können. Die Verwendung des abgestimmten Glättmittels reduziert diese Gefahr auf ein Minimum.

„Roccia“ auch für dunkle Bodenflächen

Mit „nero“ hat Ströher eine aktuelle Farbe für die Keramikplatten-Serie „Roccia“ im Programm. Damit sollen auch die Anhänger dunkler, extrudierter Keramikböden auf ihre Kosten kommen.

„Roccia nero“ bekommen Sie in der gewohnten Formteilvielfalt. Von den Formaten 24 x 24 und

30 x 30 Zentimeter mit den jeweils passenden gerillten Stufen oder Florentinerstufen mit Sitzecken und Eckstufen über 24er- und 30er-Schenkel mit Sockelleisten bis hin zu aufwändigen Großmotiven oder Bordüren. So wird die Flächenware immer durch das passende Zubehörsortiment ergänzt.

„Quadro“ will großen Eindruck machen

Die High-Tech-Bodenfliese „Quadro“ im Format 60 x 60 Zentimeter empfiehlt sich für Anwendungen im Innen- und Außenbereich, für Nasszellen, in Wohnräumen und für die Terrasse-

ga. Die Fliese sei sowohl zur Boden- als auch zur Wandverlegung geeignet. „Quadro“ ist in Anthrazit und in zwei Ausführungen erhältlich: Mit einer ebenen Oberfläche (R9) oder mit einer profilierten Oberfläche (R10).



Relax

DAMPFDUSCHBÄDER UND RUHELIEGEN – FÜR DAS INDIVIDUELLE WOHLFÜHL-ERLEBNIS IM EIGENEN HEIM



SHK ESSEN

16. - 20. März 2004

Halle 6.0 | Stand 6-320

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

LUX ELEMENTS GmbH & Co. KG · www.luxelements.de

An der Schusterinsel 7 · D - 51379 Leverkusen-Opladen · Tel. 0 21 71/72 12 - 0