

# Die neue Doppelspitze beim LVT-Spezialisten Project Floors

*Immer wieder werden Situationen neu bewertet und Optimierungen vorgenommen – sei es in Form von neuen Vertriebswegen, neuen Partnern für die Logistik oder in der Neu- und Weiterentwicklung. Es gibt immer wieder Dinge, an deren Stellschrauben gedreht werden muss.*

**S**eit Januar 2020 sind Bernd Greve und Zoran Stopar verantwortlich für die Geschicke von Project Floors. Die Schritte für die Nachfolgeplanung von Markus Dünkelmann wurden bereits vor drei Jahren geplant und gut vorbereitet. Eine spontan getroffene Entscheidung war dies also nicht, denn die beiden sind keine Unbekannten.

Stopar, der seit der Unternehmensgründung vor rund 20 Jahren mit an Bord ist, ist für die Bereiche Verwaltung, Export, Logistik und Technik verantwortlich. Er ist Ansprechpartner für die Mitarbeiter in Hürth und steuert die internen Abläufe des Tagesgeschäfts. Greve, der bereits seit zehn Jahren für das Unternehmen erfolgreich tätig ist, übernahm die Leitung des Vertriebs in der DACH-Region und des Marketings in enger Abstimmung mit Marketingleiter Marco Knop. Ferner unterstützt Greve die Erstellung neuer Kollektionen und Neuentwicklungen, und vertritt das Unternehmen bei Verbänden und Organisationen.

Die Redaktion OBJEKT besuchte die neuen Geschäftsführer und sprach mit ihnen und Marco Knop über die herausfordernden Zeiten und über den weiteren Weg von Project Floors.

**Jetzt, wo Sie die Leitung von Project Floors übernommen haben, gibt es da**

**etwas, was Sie in naher Zukunft verändern bzw. vorantreiben möchten?**

**Zoran Stopar:** Wir waren erfolgreich in der Vergangenheit, den Pfad, den wir gegangen sind, wollen wir nicht verlassen. Zurzeit besteht daher nicht der Bedarf, etwas sofort zu ändern. Natürlich haben aber Bernd Greve und ich eine andere Handschrift als Markus Dünkelmann.

Wir hatten eine gute Übergabe und einen guten Start, und dann kam leider COVID-19 ins Spiel. Das ist natürlich absolut hinderlich gewesen. Ansonsten werden wir weiterhin die Spezialisten für LVT-Beläge bleiben und uns sicherlich auch im Rahmen der Produktentwicklung weiter orientieren und neue Dinge bringen. Momentan ist alles durch die weltweiten Ereignisse verlangsamt worden. Selbst Dinge, die wir geplant hatten, konnten nicht umgesetzt werden, weil entweder Prüflabore nicht gearbeitet haben oder man nicht fliegen konnte, um die Produktion zu besuchen. All das hat den Plan beeinträchtigt und das Thema Neu- und Weiterentwicklung ein bisschen nach hinten verschoben.

**Bernd Greve:** Wir wollen jetzt nicht alles verändern. Was wir aber auf jeden Fall machen, ist zu schauen, was wir als Vorreiter in der Branche an Neuigkeiten im Bereich LVT in den Markt

bringen können. Wir werden auch in diesem Jahr im Hinblick auf Qualität und Design Weiterentwicklungen vorantreiben und unsere Kollektionen entsprechend ergänzen. Es bleibt also spannend!

**Herr Stopar, gibt es in Ihrem Verantwortungsbereich Schwerpunktthemen, die in 2020 anstehen?**

**Stopar:** Primär steht erst einmal der Export im Vordergrund. Wir wollen uns für die Zukunft neu aufstellen und haben mit Jörg Weyland, der seit Anfang des Jahres bei Project Floors als Export-Manager tätig ist, einen erfahrenen Mann für uns gewinnen können.

### Neues Lager

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Logistik. Im März wurden die drei bisherigen Lager in einem neuen, großen Logistikzentrum in Kerpen zusammengefasst. Die beiden 12 Meter hohen Hallen verfügen mit ihren insgesamt 33.000 Palettenstellplätzen über mehr Kapazität als bisher. Mit der neuen IT für die Lagerverwaltung werden die wesentlichen logistischen Aktivitäten gebündelt und sorgen so mit einem deutlich höheren Automatisierungsgrad für eine noch bessere Disposition und Abwicklung der Lieferungsprozesse. Mit dem neuen Logistikzentrum ist Project Floors bestens aufgestellt

und kann so den gewohnt hohen Lieferservice für die Kunden auch bei weiterem Wachstum aufrechterhalten.

**Wie haben Sie den »Lockdown« im Unternehmen wahrgenommen oder zu spüren bekommen?**

**Stopar:** Da haben wir eigentlich Glück gehabt. Aufgrund unseres neuen Lagers haben wir schon im Vorfeld die Aufstockung unserer Lagerkapazitäten geplant und konnten somit, was die Lieferfähigkeit der Produkte anbelangt, auch in diesen herausfordernden Zeiten davon profitieren.

Auch konnten wir, da wir die Wettbewerbssituation gut kennen und wussten, dass viele Mitbewerber vom Lockdown betroffen waren, die richtigen Entscheidungen treffen. Wir haben die Produktion hochgefahren und somit das Lager gefüllt.

**Marco Knop:** Wir müssen hier aber auch betonen, dass wir in Taiwan überhaupt keinen Ausfall auf Produktionsseite hatten. Taiwan hat sich durch den Inselstatus sehr schnell abgeriegelt

und wies generell eine sehr geringe Infektionsquote auf. Und deshalb sind wir nicht in Lieferschwierigkeiten gekommen.

**Stopar:** Aber die ganze Logistikkette kam ins Stocken. Reedereien haben Schiffe komplett aus dem Verkehr herausgenommen. Durch die künstlich erzeugte Laderaumverknappung, was natürlich den Nachteil hat, dass die Preise steigen, hat es uns dann auch getroffen. Und die Logistik in Deutschland generell ist zurzeit auch nicht besser aufgestellt.

**Knop:** Bei den Abläufen im Büro selbst haben wir festgestellt, dass Homeoffice und Videokonferenzen funktionieren und dass man vieles damit erreichen und abdecken kann. Aber es ist schon ein Unterschied, ob man sich per Videokonferenz oder per Telefon unterhält, oder ob man sich im Büro zusammensetzt und gewisse Themen bespricht. Es hat alles eine ganz andere Dynamik und auch eine ganz andere kreative Umgebung, wenn man am Tisch zusammensitzt, einfach mal

die Gedanken spielen lässt und darüber diskutiert. Das kann man mit Videokonferenzen nicht erreichen. Bei Produkten wie Bodenbeläge lebt das Ganze auch viel von der Haptik. Natürlich haben wir die Möglichkeit, Dinge digital zu machen, aber bei Verlegen-seminaren ist das alles doch etwas schwierig.

**Herr Greve, welche Schwerpunktthemen gibt es in Ihrem Verantwortungsbereich?**

**Greve:** Ein Schwerpunkt ist es, den Vertrieb in Deutschland wieder auf insgesamt 20 Personen aufzustocken und damit ein flächendeckendes, konstantes Team zu haben. Zurzeit verfügen wir über zwölf Bezirksleiter, fünf Key-Account-Manager, einen Verantwortlichen für das Objekt- und einen für das Health-Care-Geschäft. Nur durch eine intensive und konstante Betreuung mit Innen- und Außendienst können wir uns weiterhin erfolgreich am Markt platzieren.

Ein Fokus wird auch auf die neu geschaffene Position des Qualitäts-



Bernd Greve, Geschäftsführer Project Floors



Zoran Stopar, Geschäftsführer Project Floors



Marco Knop, Marketingleiter Project Floors

managements gelegt. Peter Lange, der seit September 2019 den Bereich verantwortet, ist für die Planung und Verbesserung der internen Abläufe und Prozesse zuständig.

Auch der Marketing-Bereich mitsamt der von unserem Haus »bespielten« Internetplattformen (Instagram, Facebook, Twitter, Houzz und Xing), in die wir in den letzten eineinhalb bis zwei Jahren viel investiert haben, wird weiter vorangetrieben, um das Produkt LVT als solches und auch die Marke Project Floors beim Endkunden bekannter zu machen.

**Knop:** Es sind neue Kommunikationswege, die durch die coronabedingte Krise noch mal mehr Aufschwung bekommen haben, weil die Leute zu Hause gesessen haben. Durch den ungewollten »Hausarrest«, den wir hatten, ist alles noch einmal ein Stück weit digitaler geworden. Aber mit diesem Thema beschäftigen wir uns wie gesagt schon seit einiger Zeit, um Project Floors in diesem Bereich einfach präsenter zu machen. Heutzutage hat man das Internet in der Tasche, und wenn wir eine Information brauchen, dann nutzen wir eben diese Möglichkeit der Informationsquelle.

**In den letzten Jahren ist in Europa eine beachtliche Produktionskapazität für LVT-Beläge aufgebaut worden. Ist es da ein kostenmäßiger Nachteil, in Fernost zu produzieren?**

**Greve:** Wir produzieren in Taiwan, weil dort unsere Mutterfirma ist, und von daher gibt es auch keine Alternative. Es ist nicht wichtig, ob die Ware in Deutschland oder Europa hergestellt wird, sondern es ist wichtig, dass wir die Ware zur richtigen Zeit am Ort haben. Ob wir die Ware bevorraten oder sie in Deutschland produzieren, ist doch für den Endkunden bzw. Ob-

jektteur völlig unwichtig. Und wenn wir, wovon wir früher bereits auch schon profitiert haben, einen Kunden bedienen können, weil ein anderer Hersteller keine Ware liefern kann, dann ist es unser Vorteil, aber auch unser Profit.

Dafür gehen wir aber auch, wie beispielsweise mit dem neuen Logistikzentrum, in Vorleistung.

**Stopar:** Natürlich könnte man über eine Produktion hier in Deutschland nachdenken, ob sich das jedoch wirtschaftlich lohnen würde, ist etwas anderes. Wir für unseren Teil können jedoch sagen, dass wir seit 20 Jahren in Taiwan eine Produktionsstätte haben, die qualitativ absolut top ist. Die Kosten sind nach so langer Zeit so optimiert, dass man sagen kann, es würde sich wahrscheinlich für uns rein rechnerisch nicht rentieren. Die Kosten, die wir investieren müssten, wären einfach zu hoch.

**Die Anzahl der Anbieter von LVT-Belägen in Deutschland soll bei über 100 liegen. Dieses Überangebot führt zwangsläufig zu Margenverfall. Können Sie da Ihren Service, der anerkannt gut ist, weiter in der Form aufrechterhalten?**

**Stopar:** Aufgrund der Vielzahl der Anbieter müssen wir unseren guten Service, den wir seit jeher haben, aufrechterhalten. Und »Service«, das ist einer der letzten Punkte, woran wir im Unternehmen sparen würden. Denn wenn wir nicht anders als all die anderen sind, dann hätten wir in so einem großen Markt keine Chance. Daher ist es für uns enorm wichtig, in Qualität, Bestand und Service der Mitarbeiter zu investieren.

**Greve:** Seit Jahren gehen wir bei Project Floors den Weg, dass unsere Vertriebsmitarbeiter die Bauherren, In-

vestoren, Generalunternehmer und vor allem auch die Architekten besuchen, um in die Ausschreibungen reinzukommen. Dafür investieren wir in Mitarbeiter, wie eben auch im Objekt- oder Health-Care-Bereich. Wir können aber nicht in Personal und Unternehmen investieren, wenn wir den Preistrend nach unten mitgehen. Daher versuchen wir unsere Preise zu halten. Sicherlich muss man sich das eine oder andere Objekt auch mal holen, aber ich und auch Zoran Stopar sind so »gestrickt«, dass wir, wenn es nicht anders geht, auch mal auf den einen oder anderen Auftrag verzichten. Und das ist, so glaube ich, ein Verhalten, das unsere Kunden draußen am Markt auch kennen. Sie kennen den Service und die Qualität und sind daher durchaus bereit, diesen Weg mitzugehen. Es ist immer ein Geben und Nehmen, und jeder muss im Grunde auch noch ein bisschen Spaß daran haben, den Auftrag durchzuführen. Denn dieser ganze Preisverfall wird irgendwann auch mal ein Ende haben. Nur damit unsere Maschinen nicht stillstehen, arbeiten wir nicht.

**PVC ist ein hervorragender Werkstoff für Bodenbeläge, aber bei Umweltschützern nicht sehr beliebt. Oft wird mit der Angabe »PVC-frei« geworben. Glauben Sie, dass PVC aus der Bodenbelagsproduktion verschwinden wird?**

**Stopar:** Wenn, dann nur sehr langfristig gesehen. Ich glaube nicht in den nächsten zehn bis 15 Jahren. PVC ist ein absolut guter Werkstoff und ist in vielen Bereichen einfach nicht wegzudenken.

**Knop:** Hierbei muss man sehr differenzieren. Natürlich gibt es die Diskussionen über PVC, aber man muss immer noch unterscheiden, geht es hier um Strohhalme oder Bodenbeläge.

Ein LVT-Bodenbelag ist ökologisch gesehen gar nicht so schlimm wie man denkt, nur weil er aus PVC ist. Auf der einen Seite ist er leicht zu reinigen und auf der anderen Seite lange haltbar, er liegt teilweise bis zu 20 Jahren. Der Bodenbelag ist ja kein Wegwerfartikel. Das heißt, auf viele Jahre hin gesehen ist er sehr viel ökologischer.

Für uns ist es einfach das Produkt selbst, wo wir sagen, es ist am ausgereiftesten, es hat die größte Langzeiterfahrung am Markt, und es funktioniert. Die Möglichkeit, die die Branche hat – denn es sind ja nicht nur wir, die sich damit auseinandersetzen müssen, um das Produkt auch für den Endverbraucher sicher zu machen –, sind regelmäßige Tests.

Wir tun ja alles dafür, um das Produkt ökologisch und qualitativ hochwertig zu machen. Derjenige, der dann immer noch Bedenken hat, dem können wir anhand von Zertifizierungen nachweisen und belegen, dass das Produkt getestet bzw. geprüft ist und er sich keine Sorgen machen muss. Ein LVT hat einfach seine Qualitäten, an die ein anderer Belag in gewissen Bereichen nicht herankommt.

**Stopar:** Was wir uns selbst auferlegt haben, als wir »DINCH« mit in unsere Produktion/Formulierung mit aufgenommen haben, war die Tatsache, dass wir nur noch werkseigene Produkte recyceln. Das heißt, dass wir nur eigene Abfälle nutzen und keine fremden recycelten Materialien verwenden, weil wir nicht wissen, was da alles drin ist. Denn genau das ist es, was wir vermeiden wollen. Und trotz des Wegfalls des Ü-Kennzeichens haben wir nie aufgehört, uns einmal im Jahr prüfen zu lassen. Einmal im Jahr geht Eurofins in unsere Produktion und holt sich Muster zur Prüfung, damit wir, aber auch unsere Kunden Sicherheit haben.



Von links: Zoran Stopar, Marco Knop und Bernd Greve sind froh und dankbar, die vergangenen Monate gut überstanden zu haben.

Fotos: Redaktion OBJEKT

**Knop:** Das ist es ja, was ich eben meinte, das Produkt ist als solches so technisch ausgereift, dass es sich bei dem, was wir verändern und messen, nur um Nuancen handelt. Mal ist es die Drucktechnik, ein anderes Mal sind es die Oberflächenprägungen usw. Das heißt, dass das, was wir machen und auch als sehr wichtig erachten, die Rahmenbedingungen sind, die es zu optimieren gilt. Sei es, dass wir bei unseren Produkten einen Recyclinganteil von nahezu 30 Prozent haben, von der Produktionsseite her nach der Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifiziert sind oder seit einigen Jahren CO<sub>2</sub>-Ausgleich für die Transportwege betreiben. Die Rahmenbedingungen um das Produkt herum versuchen wir immer weiter zu verbessern, um somit einen Beitrag zum Klimaschutz und der Schonung von Ressourcen zu leisten.

#### Resümee

Zusammenfassend kann man sagen, dass Project Floors froh und dankbar ist, die vergangenen Monate sehr gut überstanden zu haben. Dazu gehört

nicht nur die Produktionsstätte, an der weitergearbeitet werden konnte, sondern auch die Unterstützung der Mitarbeiter, die aufgrund der Coronakrise von Kurzarbeit betroffen waren. Insbesondere aber auch die Partner im Markt, die sich in dieser schwierigen Zeit nicht beklagt haben, wenn mal intern die Dinge längere Zeit in Anspruch genommen haben, weil im Schichtdienst gearbeitet wurde.

Im Großen und Ganzen kann man sagen, unabhängig von den Umsatzzahlen in den letzten Wochen, dass Project Floors im Gegensatz zu Unternehmen in anderen Branchen die Zeit bisher verhältnismäßig schadlos überstanden hat.

Die gegenseitige Wertschätzung auch in so schwierigen Zeiten ist das, was alle bei Project Floors auch nach über 20 Jahren antreibt.

**Vielen Dank für das Gespräch!**

Sabine Langanke