



Karsten Armgardt (Assistent der Geschäftsführung), geschäftsführender Gesellschafter Michael Fischer und Marketingleiter Harald Bopppe.

**Loba:** Strategische Partnerschaft mit dem Klebstoffhersteller Wakol

## Schanghai, Dubai und USA – Loba ist international aktiv

Erfolgreiche Jahre mit zweistelligen Zuwachsraten hat Loba hinter sich. Nun strebt der schwäbische Hersteller von Parkettlacken, -ölen sowie Pflege- und Reinigungsmitteln in neue Märkte. Nachdem im vergangenen Jahr eine Repräsentanz in Schanghai eingerichtet wurde und im Mai 2007 eine in Dubai folgte, steht die nächste Herausforderung ins Haus: Gemeinsam mit dem Klebstoffhersteller Wakol, seit 2006 Minderheitsaktionär bei Loba, will das Unternehmen im US-amerikanischen Parkettmarkt Fuß fassen.

Wie brodelte die Gerüchteküche zum Jahresanfang, als Loba und Wakol ihr abgestimmtes Produktsortiment 'Connected Systems' auf einem gemeinsamen Stand vorstellten. Von der Übernahme des Traditionsunternehmens Loba war die Rede, manch einer sah eine neue Versiegelungen-/Klebstoffe-Gruppe am Horizont. Dabei war in Ditzingen schon alles „in trockenen Tüchern“: Seit 2006 hält Wakol als Minderheitsaktionär 22 % der Anteile am Familienunternehmen Loba. „Wir hatten davor schon acht Jahre mit



Oftmals entstehen Schäden, wenn der Parkettleger die Parkettversiegelung nicht in ausreichendem Maße aufbringt. Deshalb kontrollieren Laborleiter Dr. Wolfgang Ihmann und sein Team bei Schadensfällen als Erstes die Schichtdicke.

Wakol auf verschiedenen Ebenen zusammengearbeitet und dann ergab sich die Gelegenheit, diese Kooperation festzuschreiben“, erklärt der Mehrheitsgesellschafter und Geschäftsführer Michael Fischer. Nach wie vor handelt es sich keineswegs um ein Gemeinschaftsunternehmen, sondern „man kooperiert und jeder macht weiterhin das, was er am Besten kann.“ Fischer machte zudem deutlich, dass es in absehbarer Zeit bei den aktuellen Mehrheitsverhältnissen bleiben soll.

### US-Tochtergesellschaft gegründet

Gemeinsam mit dem pfälzischen Klebstoffhersteller macht Loba nun den Schritt über den Großen Teich: Mitte Mai 2007 wurde in Kannapolis nahe Charlotte/North Carolina die Loba-Wakol LLC gegründet. Neben der jeweiligen 45 %-Beteiligung von Loba und Wakol ist zudem ein lokaler Partner Miteigentümer, der sich ausschließlich um die Logistik kümmern wird.

Von North Carolina aus soll zunächst der große Holzmarkt der Ostküste bedient werden. „Wir wissen durchaus, dass man sich in den Staaten auch schnell verzetteln kann“, so Karsten Armgardt, Assistent der Loba-Geschäftsleitung. Entsprechend wird Loba zunächst einen Vertriebsfachmann, der auch die technische Beratung übernimmt, für die erste Zeit nach Kannapolis schicken. Der soll dann, auch mit Hilfe der guten Kontakte zur National Wood Flooring Association (NWFA), den Markt kontinuierlich aufbauen helfen.



**Noch sind die meisten Fugenkitte lösemittelhaltig. Bei Loba können Parkettleger mit dem Fugenkitt ‚WS EasyFillPlus‘ auf die gesündere lösemittelfreie Alternative zurückgreifen.**

### **Unternehmenstöchter in Asien und im Nahen Osten**

Die Vereinigten Staaten sind nur einer der Zukunftsmärkte der Loba. Seit vergangenem Jahr unterhalten die Schwaben zudem eine Repräsentanz in Schanghai. Von dort werden insbesondere die chinesischen Korkbodenhersteller mit Loba-Industrieprodukten beliefert. Im Mai 2007 hat das Unternehmen aus Ditzingen eine weitere Repräsentanz in Dubai gegründet. Vorher wurde dieser Markt von einem Generalimporteur bearbeitet.

Während Asien, der Nahe Osten und Nordamerika Zukunftsmärkte für Loba sind, entwickelt sich der Export in europäische Länder bereits seit Jahren kontinuierlich. Traditionell bestehen sehr gute Geschäftsbeziehungen in den Niederlanden, dem wichtigsten Exportmarkt der Süddeutschen. Bereits an Position Zwei folgt der russische Markt. Drittgrößter Auslandsmarkt ist Polen, wo bereits seit Jahren ein Joint Venture mit Wakol besteht.

Der Export hat für Loba eine immer wichtigere Bedeutung: Ende der 90er Jahre startete der Lack- und Ölhersteller auf verschiedenen Auslandsmärkten. Heute

wird weltweit in fast 50 Länder geliefert, der Exportanteil am Umsatz liegt in diesem Jahr bereits bei 53 % . In Zukunft werden sich die Geschäfte in einem Verhältnis von 60 bis 65 % Ausland und 35 bis 40 % Inland einpendeln, erwartet der geschäftsführende Gesellschafter.

### **Zweistellige Umsatzzuwächse**

In den vergangenen drei Jahren konnte Loba jeweils zweistellige Umsatzzuwächse erwirtschaften. Für 2007 wird ein Umsatz von 15 Mio. EUR erwartet, nachdem das vergangene Jahr mit 14,2 Mio. EUR abgeschlossen wurde. Damit sieht sich das schwäbische Unternehmen im deutschen Markt für bauseitig aufzutragende Parkettöle und -lacke an vorderer Position. Die Loba vertreibt ihre Produkte in Deutschland zu 15 % unter Private Label und zu 85 % unter eigener Marke. Die erfolgreichen Jahre beruhen aus Sicht von Geschäftsführer Michael Fischer in erster Linie auf dem erweiterten Mitarbeiterstamm: „Wir haben in den letzten Jahren unseren Vertrieb kontinuierlich ausgebaut und die Mitarbeiter geschult. Heute beschäftigt die Loba 75 Mitarbeiter, 10 mehr als noch vor drei Jahren.“ Davon sind 18 Mitarbeiter im Vertrieb und 5 Parkett- ▶



Der Ditzinger Hersteller von Parkettsiegeln und -ölen arbeitet mit großen Mengen. Im größten Ansatzbehälter können 20 t angesetzt werden.



Nach einer neuen Abfüllanlage und einer Etikettiermaschine hat die Loba zuletzt in neue Rühraggregate für die Silos investiert.

leger als Anwendungstechniker tätig. Den Anteil der Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung, Anwendungstechnik und Qualitätskontrolle nennt Fischer mit 20 %. Darüber hinaus hat Loba

in den vergangenen drei Jahren rund 0,5 Mio. EUR in eine neue Abfüllanlage und eine Etikettiermaschine investiert, in den nächsten Wochen folgen neue Rührwerke.

### Zielgruppe Handwerk

Parkettöle und -lacke sowie Reinigungsmittel für das Handwerk machen das Kerngeschäft aus,

während Industrieprodukte für die Parkett- und Korkbodenhersteller mit „nur“ 20 % zum Umsatz beitragen. Loba beliefert seine Handwerkskunden je zur Hälfte direkt und über den Fachhandel. Große Objekteure werden direkt beliefert

## Treffpunkt Parkett München: Gemeinsam mit Holz Reinlein und der Handelsvertretung Baum

Anfang Juni wurde in der Nähe der Münchener Messe der Treffpunkt Parkett eröffnet. In zentraler Lage haben die Handelsvertretung Baum und Holz Reinlein aus Geiselwind gemeinsam mit der Loba ein Service-lager eingerichtet, von dem aus neben den Loba- und Reinleinsortimenten auch Klebstoffe von Minova und Verlegezubehör von Janser vertrieben werden.

Neben der umfangreichen Lagerhaltung von Klebstoffen, Parkett und Produkten zum Oberflächenschutz steht der Service für den Handwerker im Mittelpunkt. Beratung, Kundens Schulungen und Seminare werden gezielt auf diese Kunden zugeschnitten. Zuständiger Ansprechpartner vor Ort ist Florian Rückel, Mitarbeiter der Handelsvertretung Baum.

Zu den bedeutenden Abnehmern zählen auch die so genannten Verleiher: Das sind Unternehmen, die Parkettschleifmaschinen verleihen und gleichzeitig Lacke und Öle für Parkettböden verkaufen. Diese Unternehmen machen mit „weißer Ware“ oft große Umsätze im unteren Segment.



Zur Eröffnung des Treffpunkt Parketts konnten die Organisatoren Thomas Reinlein (Holz Reinlein), Florian Rückel (Handelsvertretung Baum) sowie Dieter K. Bonn und Michael Fischer (r.) auch den Parkettlegermeister Peter Fendt (2.v.r.) begrüßen.

Mit Blick auf das Handwerk versteht sich Loba vor allem auch als Spezialanbieter. „Für uns kommt es gar nicht in Frage, das Sortiment weiter zu straffen. Wir haben UV-Blocker, Trocknungsverzögerer und viele weitere Spezialprodukte, die die Probleme unserer Kunden lösen. An so einer breiten Produktpalette erkennt der Kunde die Kompetenz der Loba“, betont Marketingleiter Harald Bopppe.

Für rund die Hälfte des Umsatzes sorgen jedoch die drei wichtigsten Produkte: 2K-Wasserlack WS 2K



**Rund 20 % der Mitarbeiter arbeiten bei der Loba in der Anwendungstechnik, für die Qualitätskontrolle oder im Bereich Forschung und Entwicklung.**

Duo, 1K-Wasserlack Easy Finish und das Pflegemittel Parkettglanz.

### **Ab 2008 nur NMP-freie Wasserlacke**

Insbesondere Reinigungsprodukte haben mit einem seit Jahren konstanten Anteil von rund 20 % einen festen Platz im Loba-Sortiment. „Mehr wäre möglich“, stellt Boppre regelmäßig fest, „denn Parkettleger könnten mit dem Verkauf von Reinigungs- und Pflegemitteln und dem Abschließen von ‚Wartungsverträgen‘ gutes Geld verdienen. Doch die meisten lassen sich dieses Geschäft durch die Lappen gehen.“ Loba hat vor einigen Jahren hierauf reagiert und einen Online-Shop aufgebaut, den vor allem Endverbraucher nutzen und der sich seither hervorragend entwickelt.

Seit drei Jahren arbeitet die F&E-Abteilung an NMP-freien Produkten. Zwar sei die europäische Verordnung, wonach der Dispersionsbestandteil als krebserregend einzustufen ist, verschoben worden. Dennoch wird Loba ab Ende 2007 nur noch Wasserlacke mit einem NMP-Gehalt von weniger als 5 % führen. Die Umstellung auf andere Substanzen ging mit der Entwicklung völlig neuer Rezepturen einher. „Dabei konnten wir die Qualität halten. Die NMP-freien Produkte schneiden bei allen chemischen und mechanischen Eigenschaften mindestens genauso gut ab wie die NMP-haltigen“, betont Michael Fischer. ■

#### **Loba in Kürze**

Loba GmbH & Co. KG  
Leonberger Straße 56-62  
71254 Ditzingen  
Tel: 07156/357-220  
Fax: 07156/357-211  
www.loba.de

**Mitarbeiter:** 75  
**Umsatz 2006:** 14,2 Mio. EUR  
**Exportquote:** 53 %

**Ausrichtung:** Herstellung und Vertrieb von Lacken, Ölen sowie Pflege- und Reinigungsmitteln für Parkett und Korkböden; Anteile: 80 % Handwerkerprodukte, 20 % Industrielacke und -öle

**Tochtergesellschaft:** Holmenkol (ausgegliedert 2002)