

„Wir sind Marktführer der Nachhaltigkeit“

Pfleiderer hat seit Februar einen neuen CEO und Vorsitzenden der Geschäftsführung: Dr. Boris Gorella. Parallel dazu konnte der Holzwerkstoffproduzent die Ende 2019 begonnene Neuausrichtung der Organisationsstruktur erfolgreich abschließen. Was sich Dr. Gorella von diesem Schritt erhofft, wie er den Nummer-eins-Status des Unternehmens bei Premiumprodukten behaupten möchte, welche Akzeptanz die digitalen Angebote des Konzerns mittlerweile bei den Kunden finden und weshalb das Thema Nachhaltigkeit einen so hohen Stellenwert genießt, erklärt er im Interview.

Herr Dr. Gorella, Sie sind seit 1. Februar neuer CEO von Pfleiderer. Welche Eindrücke haben Sie bisher von dem Unternehmen gewonnen?

Pfleiderer besticht durch hohe Qualität, Zuverlässigkeit und Innovation und verfügt über eine wirklich starke Kundenorientierung, was die klassischen Tugenden des erfolgreichen deutschen Mittelstandes sind. Gerade auch dadurch hat Pfleiderer einen guten Namen im Markt. Das Unternehmen hat sich in den letzten Jahren erfolgreich neu aufgestellt und reagierte im letzten Jahr in der Covid-Krise schnell – auch und besonders im Netzwerk mit Lieferanten und Kunden. Das hat meinen Respekt und ich finde, darauf kann Pfleiderer stolz sein. Besonders angetan war und bin ich von der starken und historisch gewachsenen Positionierung Pfleiderers in Sachen Nachhaltigkeit. Schon heute können wir uns hier mit Fug und Recht als Marktführer bezeichnen. Aber am meisten beeindruckt hat mich bei Pfleiderer die wirklich sehr engagierte und hochmotivierte Mannschaft, ich nenne das den „Pfleiderer-Spirit“.

Sie waren zuvor fast zehn Jahre lang als CEO für die Beckers-Gruppe, einen führenden Anbieter von Industrielack-Beschichtungen, tätig. Gibt es bei Beckers erfolgreiche Strategien oder Konzepte, die Sie auch bei Pfleiderer umsetzen möchten?

Die Marke Pfleiderer steht heute für Qualität und Innovation bei hochwertigen Holzwerkstoffen im deutschsprachigen Raum und hat einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Die Beckers-Gruppe ist Weltmarktführer bei Bandstahlbeschichtungen, welche zum größten Teil in den Baubereich gehen und bei denen Design und Qualität der Oberflächen, Innovation und enge Kundenbindung eine wesentliche Rolle spielen – genau wie bei Pfleiderer.

Welche Ziele wollen Sie mit Pfleiderer kurz- und langfristig erreichen?

Wir haben zurzeit eine extrem hohe Nachfrage aus fast allen Segmenten und arbeiten täglich sehr hart, die Kundenwünsche bestmöglich zu erfüllen. Wir sind hierzu in engem Austausch mit unseren Kunden. Leider stoßen wir dabei teilweise an unsere Kapazitätsgrenzen. Wir sind aber dabei, unser Kapazitätsmanagement weiter zu optimieren, um den Marktanforderungen Rechnung zu tragen. Dabei bleiben natürlich Unwägbarkeiten wie die Auswirkungen durch weitere Lockdowns bestehen. Entsprechend sind Flexibilität und Reaktionsschnelligkeit

”

„Wir haben zurzeit eine extrem hohe Nachfrage aus fast allen Segmenten und arbeiten täglich sehr hart, die Kundenwünsche bestmöglich zu erfüllen. Leider stoßen wir dabei teilweise an unsere Kapazitätsgrenzen.“

Dr. Boris Gorella
Pfleiderer



Dr. Boris Gorella war fast zehn Jahre lang als CEO für die Beckers-Gruppe, einen führenden Anbieter von Industrielack-Beschichtungen, tätig. Zum 1. Februar wurde er als CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung von Pfleiderer mit Fokus auf Pfleiderer Panel West berufen



„In Bezug auf internationales Wachstum werden wir, gestärkt durch die unbestrittene Marktführerschaft in Deutschland, attraktive Märkte im Ausland gezielt ins Visier nehmen. Dabei gehen qualitative Aspekte vor quantitativen.“

Dr. Boris Gorella
Pfleiderer

Trumpf. Mittelfristig werden wir die Strategie, auf Premiumprodukte zu setzen, fortführen und das Thema Nachhaltigkeit bei Produkten und Prozessen weiter ausbauen.

Wie man hört, baut Pfleiderer aufgrund der hohen Nachfrage gerade zusätzliche Kapazitäten auf. Wo und in was investieren Sie konkret?

Der aktuelle und im Markt diskutierte Kapazitätsausbau bezieht sich auf die Ausweitung und Optimierung unserer Schichten sowie die Produktionsplanung und Logistik. Wir wollen in der aktuellen Situation unsere Maximalkapazität optimieren und erreichen. Derzeit sind in diesem Zusammenhang keine großen Erweiterungen geplant. Investments sind vielmehr gezielte Einzelmaßnahmen an ausgewählten Standorten und Produktionsanlagen.

Plant Pfleiderer darüber hinaus weitere Investitionen?

Es ist derzeit zu früh, um in Details zu gehen. Wichtig ist für uns zurzeit die kontinuierliche Optimierung unserer Anlagen unter Beachtung unserer Kernthemen.

Können Sie die wichtigsten Punkte der neuen Organisationsstruktur kurz zusammenfassen?

Mit der neuen Struktur können wir uns besser auf unser Kerngeschäft im deutschsprachigen Raum und den für uns wichtigen Exportländern konzentrieren. Vor allem haben wir aber die Effizienz in unseren Abläufen gesteigert und Prozesse weiter optimiert. Natürlich sind die langfristige Wirtschaftlichkeit unseres

Handelns und unsere Innovationskraft die Voraussetzungen für Investitionen und Wachstum. Diesen Grundstein haben wir mit der neuen Ausrichtung gelegt.

Was erhoffen Sie sich von der Neustrukturierung?

Wir wollen uns als die unbestrittene Nummer eins bei Premiumprodukten in unserem Heimatmarkt Deutschland behaupten. Wir setzen dabei noch stärker auf Teamwork und Leistung, um unsere Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern zu begeistern. Zudem möchten wir den bereits angesprochenen Trend zu immer nachhaltigeren Produkten verstärkt aufgreifen.

Wie laufen aktuell die Geschäfte in den einzelnen Segmenten Möbel- und Innenausbau, Außenanwendung und konstruktiver Bau?

In allen drei Kernsegmenten bedienen wir unsere Kunden aus Architektur, Planung, Handwerk und Handel sowie der Industrie. Alle Segmente und Kundengruppen sind für uns natürlich extrem wichtig und laufen nicht zuletzt aufgrund der sehr guten Branchenkonjunktur hervorragend. Es ist deutlich zu erkennen, wie die Entwicklung spezifischer Sortimente und Services unseren Kunden hilft, im Markt noch erfolgreicher zu sein.

Nochmal zurück zum Thema Nachhaltigkeit: Mit welchen Referenzen kann Pfleiderer sein Engagement in diesem Bereich belegen?

Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Einige Ihrer Leser werden sich vielleicht daran erinnern, dass Pfleiderer 1978 mit „Living Board“ die erste formaldehydfrei verleimte und somit besonders nachhaltige Spanplatte vorgestellt hat und in den vergangenen Jahren erheblich in Umwelt und Nachhaltigkeit investierte. So installierten wir 2018 in Neumarkt eine innovative Reinigungsanlage für Recyclingholz. Seit 2005 besitzen wir den „Blauen Engel“ für unsere Produkte „Deco Board“ und „Living Board“ und seit Anfang 2020 sind auch nahezu alle HPL- und Kompaktschichtstoffe sowie HPL-Elemente mit diesem Siegel ausgezeichnet worden. Kurzum: Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind fester Bestandteil der DNA von Pfleiderer. Was nicht zuletzt die ak-

tuellen Cradle-to-Cradle-Zertifizierungen zeigen. Zum Jahresbeginn sind wir zudem der Initiative Klimaschutz Holzindustrie des HDH beigetreten und lassen aktuell den Carbon Footprint für die Pfleiderer Deutschland GmbH erstellen.

Pfleiderer setzt seit geraumer Zeit verstärkt auf digitale Angebote wie Online-Planungs-Tools oder Möbelkonfiguratoren. Welche Erfahrungen haben Sie bisher damit gemacht?

Die Digital-Angebote finden bei allen Kundengruppen eine gute bis sehr gute Akzeptanz, handelt es sich doch bei allen Angeboten um Ausprägungen unserer Kunden- und Serviceorientierung. Händler, Architekten und Verarbeiter können sich dank einer Vielzahl digitaler Planungstools und Anwendungen schnell, umfassend und 24/7 zu Produktdetails informieren und sich gegenüber dem Endkunden durch kompetente Beratung profilieren. Auch hier spielt Nachhaltigkeit eine gewichtige Rolle: Im Produktfinder sind unter diesem Suchbegriff alle relevanten Produkte und Informationen zusammengefasst. Planer, Gestalter und Anwender finden dann auf einen Schlag alle erforderlichen Produkte, um nachhaltige Projekte mit Hilfe des breiten Pfleiderer-Sortiments realisieren zu können.

Unabhängig von der Corona-Pandemie hat Pfleiderer die Entscheidung getroffen, nicht mehr an den Weltleitmesse Interzum und Bau teilzunehmen. Was sind die Gründe dafür?



„Der Verzicht auf eine Teilnahme an der Interzum und Bau 2021 war von Corona getrieben. Die Budgets wurden in Digitalisierungsprojekte umgeleitet und die Erfahrungen sowie der Erfolg bestätigen unsere Entscheidungen.“

Dr. Boris Gorella
Pfleiderer

Das ist so nicht richtig. Der Teilnahme-Verzicht für 2021 in München und Köln war von Corona getrieben. Den Verantwortungsübergang für Messgäste beim Betreten des Messestandes auf den Aussteller konnten wir aus unserer Sicht nicht darstellen und gegenüber unseren zu erwartenden Gästen nicht verantworten. Darum haben wir für 2021 die beiden Entscheidungen getroffen. Die Budgets wurden in Digitalisierungsprojekte umgeleitet und die Erfahrungen sowie der Erfolg bestätigen unsere Entscheidungen.

Seit dem Bau der größten Hot-Coating-Anlage der Welt punktet Pfleiderer sehr stark mit lackierten Oberflächen. Wie wollen Sie dieses Geschäftsfeld weiter forcieren?

Das ist am besten an unserer neuen Kollektion zu erkennen. Zusätzlich zu den „Prime Board“-Produkten für den Möbel- und Innenausbau gehört jetzt auch „X-Treme Compact“ für Fassaden, Brüstungen und Outdoor-Möbel fest zum Sortiment. Mit breiter und kundenorientierter Ausprägung im Lager-, Liefer- und Serviceangebot.

Bei diesem starken Fokus auf die Veredelung: Welche Rolle spielt heute noch das Rohspanplattengeschäft?

Die Rohplatten sind die Basis unseres Geschäfts und Erfolgs. Unsere Ausrichtung auf Mehrwertprodukte bevorzugt sicherlich die Veredelung der Trägerwerkstoffe, aber auch Rohplatten können Mehrwert bieten. Beispiele sind hier Brandschutz, Feuchtebeständigkeit und spezifische Anforderungen an Gewicht und Verleimung. Was wir unter dieser Strategie nicht fördern und ausbauen werden, sind klassische Commodities.

Ein großes Thema in der Branche sind aktuell die steigenden Kosten für Vorprodukte – auch bei Pfleiderer?

Ja, seit dem vierten Quartal 2020 stehen wir steigenden Kosten, insbesondere im Bereich der chemischen Vorprodukte gegenüber, die wir an den Markt weitergeben müssen.

Zum Schluss noch ein Blick nach vorn: Mit welchen Zukunftsthemen beschäftigt sich Pfleiderer?

Wir haben uns eine sehr gute Ausgangsposition für den Ausbau unserer schon heute exzellenten Marktposition erarbeitet – durch Kunden- und Serviceorientierung, Sortimentsmanagement und Produktqualität, Kunden- und besonders Fachhandelstreue sowie Zuverlässigkeit. Für Pfleiderer ist dabei das Einnehmen einer gestaltenden Rolle, gemeinsam mit seinen Partnern im Markt und entlang der Wertschöpfungskette, das entscheidende Zukunftsthema. Das bedeutet vor allem, nach vorne zu schauen und sich nicht auf dem Erreichten auszuruhen. Wir werden also unsere Position als führender Premiumanbieter mit innovativen Produkten weiter ausbauen. Auch an unserem Service-Angebot werden wir kreativ arbeiten und es noch stärker auf die Kundenbedürfnisse zuschneiden. Ziel muss sein, unsere Marktführerschaft insbesondere bei nachhaltigen Holzwerkstoffen auszubauen und vom Rückenwind durch den Trend zu mehr ökologischem Bewusstsein überdurchschnittlich zu profitieren. Im Hinblick auf internationales Wachstum werden wir gestärkt durch die unbestrittene Marktführerschaft in Deutschland auch attraktive Zielmärkte im Ausland gezielt ins Visier nehmen. Dabei gehen qualitative Aspekte stets vor quantitativen, da wir unserer Premium-Ausrichtung auf jeden Fall treu bleiben.

Das Interview führte Markus Schmalz