

## «Jeder manuelle Eingriff kostet!»

«Lamello»: Das sind Verbindungssysteme für Schreiner, Möbelbauerinnen und die Holzverarbeitende Industrie. Die Lamello AG aus Bubendorf (BL) arbeitet seit 2019 mit dem Branchenportal nexmart in der Schweiz. Neu wird der Vertrieb in allen wichtigen westeuropäischen Märkten auf nexmart umgestellt. Raffael Gomez, Leiter Marketing und Vertrieb bei Lamello, beleuchtet die Hintergründe für diesen strategischen Entscheid.



«Wir von Lamello sind auf strategische Marktpartner angewiesen, die in ausgewählten Märkten engagiert und professionell agieren. Demzufolge beliefern wir generell nur ausgesuchte, motivierte Partner, die gemäss unserem neuen Qualitätssystem mit aktiver Kundennähe überzeugen und professionell eine hochstehende Vermarktung umsetzen. Für uns ist deshalb klar, dass eine langfristige erfolgreiche Partnerschaft mehr als ein Produkt und ein Preisschild im Netz ist. Ein erfolgreiches Gesamtpaket umfasst nach unserer Auffassung ein innovatives Sortiment, laufende Investitionen in die Lagerhaltung und Ausstellung. Stetige Weiterbildung und Beratung bilden dann ebenso einen wichtigen Bestandteil wie das von uns unterstützte Marketing und die Schulung unserer Partner.», fasst Raffael Gomez, Leiter Marketing der Lamello AG, eindrücklich zusammen.

Das familiengeführte Unternehmen mit Sitz in Bubendorf wurde 1969 vom Schreiner Hermann Steiner gegründet. Dies, nachdem die geniale Idee mit den ovalen Holzplättchen als Spanplattenverbindung marktreif war. Das System der ovalen Holzplättchen prägte, ja revolutionierte erfolgreich das Schreinerhandwerk. Entsprechend kennt es weltweit Nachahmungen aller Art. Dennoch konnte die Marke ihre Exklusivität bewahren. Das zeigt sich in den Produkten genauso wie in der Vertriebsstrategie. Raffael Gomez dazu: «Wir schützen uns und unsere Partnerhändler mit einem geschlossenen Vertriebssystem.»

### Lamello setzt neu exklusiv auf das Branchenportal nexmart. Wie kam man dazu?

Unsere aktuelle Unternehmens- und Vertriebsstrategie sieht die digitale Trans-

formation vor. Wir minimieren in sämtlichen Prozessen die manuellen Eingriffe, um wirtschaftlich produzieren, verkaufen und gegebenenfalls auch reparieren zu können. Deshalb haben wir 2019 zunächst einmal zusammen mit nexmart die Pilotprojekte «retail Connect» und «online Market» für die Schweiz realisiert. Das hat gut funktioniert. Also weiteten wir im Jahre 2022 diese Applikationen auch auf Deutschland, Österreich, Belgien, Holland und Frankreich aus. 2024 werden wir zudem 28 weitere europäische Länder damit bedienen. Wir bekommen somit ein Instrumentarium für unseren ganzen europäischen Vertrieb aus einer Hand.

### Gibt es spezifische Gründe für das Vertrauen in das Branchenportal nexmart?

Der einheitliche und marktoffene Ansatz sowie die Akzeptanz und Veran-

kerung des Portals bei unseren Partnern haben uns überzeugt. Zudem unterstützt nexmart uns selber in der digitalen Transformation mit Erfahrung, Know-how und spannenden Dienstleistungen. Wir haben die erwarteten E-Commerce-Quoten bereits übertroffen, was den eingeschlagenen Weg bestätigt.

### Europa im Fokus – oder die ganze Welt?

Wir beschränken uns mit nexmart vorerst auf die europäischen Märkte. In Übersee arbeiten wir erfolgreich mit Importeuren, die die lokalen Märkte individuell kennen und auf ihre Weise bearbeiten. Wir sind weltweit insgesamt in rund 65 Märkten aktiv, die sich selbstredend nicht alle gleich bearbeiten lassen.

**Ihre wichtigsten Endkunden sind die Schreinereien – weltweit. Wie kaufen diese Firmen Ihre Produkte?**

Wir sehen einen klaren Trend hin zur Online-Bestellung, vor allem bei den Verbindern. Aber auch Maschinen werden vermehrt online erworben. Die Pandemie hat die Tendenz weg vom Laden, hin zum digitalen Geschäft, beschleunigt. Folglich nehmen die Umsätze im klassischen Ladengeschäft des Fachhandels eher ab.

«**Die Qualität der Produktdaten in den Händlershops ist auch für uns ein Thema – hierzu hoffen wir auf Lösungen, die die gesamte Branche vorwärtsbringen.»**

**Stichwort Fachhandel: Sie beliefern in der Schweiz 25 Marktpartner mit 54 Filialen. Das sieht nach einem selektiven, eng definierten Schweizer Vertriebssystem aus.**

Wie gesagt, Schreinerei, Möbelbau und Holzverarbeitung sind unsere Zielgruppen. Das sind anspruchsvolle Gewerke, die eine entsprechende Qualität beim Produkt wie auch bei Verfügbarkeit, Beratung und Marketing erwarten. Das kann man nur mit ausgewählten Marktpartnern umsetzen, die ihrerseits im jeweiligen Markt engagiert, professionell und nahe an ihren Kunden aktiv sind. Wir haben das in unserem neuen Qualitätssystem so definiert und beliefern dementsprechend nur ausgesuchte, motivierte Partner. Denn die gute Vermarktung braucht für eine erfolgreiche Partnerschaft mehr als ein Produkt und ein Preisschild im Netz. Sortimente, Investitionen in die Lagerhaltung, Ausstellung und Beratung, Marketing und Schulung bilden ein Gesamtpaket. Ein stationärer Point-of-Sales (POS) gehört ebenfalls dazu.

**Sie lassen damit reine Online-Händler – auch wenn sie gross sind und eine enorme Besucherfrequenz bieten – bewusst aussen vor.**

Wir haben ein einheitliches, europaweit harmonisiertes Preis-/Konditionssystem und setzen auf autorisierte Markenpartner, die unsere qualitativen Kriterien erfüllen. Der Onlinehandel funktioniert anders und kann diesen integralen Ansprüchen nicht genügen. Wir beliefern darum Drittplattformen nicht und schützen damit unsere Marktpartner. Denn mit einer aktiven Markensteuerung kann sich der ausgewählte Fachhandel klar abgrenzen und profilieren.

**Sie setzen mit nexmart zunächst auf E-Commerce mit Ihren Markenpartnern. Haben Sie mit der angestrebten Digitalisierung auch Ihre Endkunden im Blick?**

Unsere Endkunden im Bereich Gewerbe und Industrie wollen Lösungen entlang der ganzen Wertschöpfungskette. Je besser wir unsere Produkte und Dienstleistungen in diesen Prozessen verankern, desto mehr Kundennutzen und Kundenbindung resultieren. Unsere Produkte sind vom Entwurf über die Planung bis zur CNC-Bearbeitung integrierbar und damit im gesamten Herstellungsprozess präsent.

Wir haben dafür ein Netzwerk mit über 50 Partnern: Führende Hersteller von CNC-Maschinen, von Software für CAD, CAM, ERP sowie Hersteller von Fräswerkzeugen und Aggregaten. Damit ist die Anwendung unserer Produkte weitestgehend vereinfacht und standardisiert.

**Das ist die produktionsseitige Digitalisierung. Wie bringt man den Schreiner dazu, Ihre Produkte digital einzukaufen?**



Die Lamello wurde im Jahre 1944 durch Hermann Steiner in Liestal (BL) gegründet und rund elf Jahre später, also im Jahre 1955, wurde dann das heute so berühmte Lamello-System erfunden, welches die Basis des unternehmerischen Erfolges darstellt. Heute beschäftigt die Spezialistin für Holz-Verbindungstechnik annähernd 100 Mitarbeitende und hat aktuell seinen Sitz in Bubendorf.

Dafür ist der ausgewählte Fachhandel zuständig. Er kann professionell die bilateralen Beziehungen mit dem Schreiner aufbauen. Wir unsererseits können – und müssen – hier mit qualitativ guten Daten unterstützen, damit der Schreiner mit der Online-Bestellung wirklich einen effektiven Nutzen hat und aktiv mitmacht.

«**Attraktive Marken im selektiven Umfeld stützen und schützen den Fachhandel. Sie bieten die Möglichkeit, sich unternehmerisch zu profilieren und abzugrenzen.»**

**Womit wir bei Duerbrenner «Datenqualität» sind ...**

Das ist es, und ich gebe gerne zu, dass wir selber auch daran intensiv arbeiten: Der gordische Knoten ist noch nicht durchschlagen. Aber wir bleiben dran! – Und wir schauen generell optimistisch in die Zukunft. Die Auftragslage fürs Schreinerhandwerk ist positiv, das Handwerk kann sich behaupten und international sehen wir gute Wachstumschancen. Die Pandemie hat unsere Märkte exzeptionell beschleunigt, nun sehen wir eine Rückkehr zu einem gesunden Normalniveau. Das gesamte Bild stimmt mich zuversichtlich!

**Herr Gomez, vielen Dank für das informative Gespräch!**