„Deutschland ist für Balsan ein Wachstumsmarkt“

Balsan
Domotex
Halle 11 | Stand C37

Der französische Tuftingspezialist Balsan investiert weiter in den deutschen Markt. Zur Domotex werden zahlreiche Neuheiten vorgestellt. Das noch einmal erweiterte Vertriebsteam geht verstärkt das Objektgeschäft an.

BTH Heimtex: Balsan hat 2013 ein Investitionsprogramm für die deutschsprachigen Märkte gestartet. Trägt das heute Früchte ?

Harald Silbersack: In der Schweiz, in Österreich und in Deutschland sind wir mit dem Handelsgeschäft zufrieden. Die Investitionen greifen. Unzufrieden sind wir hingegen mit dem Objektbereich in Deutschland. Wir haben deswegen unsere Vertriebsarbeit umstrukturiert. Und sie wird noch einmal erheblich erweitert.

BTH Heimtex: Wie arbeiten Sie jetzt konkret ?

Silbersack: Das Team in Deutschland besteht aus sechs Außendienstmitarbeitern. Vier Personen kümmern sich um das Handelsgeschäft; zwei Reisende bewegen sich in den Netzwerken des Objektgeschäfts. Axel Lotz, bisheriger Verkaufsleiter Objekt Deutschland, hat Balsan Ende November 2017 verlassen. Ich werde vorübergehend seine Aufgabe in meiner Funktion als Gesamtvertriebsleiter für Deutschland und Österreich übernehmen. Mittelfristig möchte ich diese Position wieder neu besetzen.

Für das Objektgeschäft bin ich gerade in Gesprächen, um drei weitere Mitarbeiter einzustellen. Der Inhaber, die Geschäftsführung, das Marketing und wir als gesamtes Unternehmen Balsan investieren noch einmal massiv in den deutschsprachigen Markt. Denn wir haben große Ziele.

BTH Heimtex: Bevor wir auf diese Ziele zu sprechen kommen, erst noch einen Schritt zurück: Woran liegt es, dass Balsan im Objektgeschäft Nachholbedarf hat? Dieses Marktsegment ist für textile Bodenbeläge essentiell wichtig und weniger unter Druck als das Handelsgeschäft für den Wohnbereich.

Silbersack: Ich denke, wir werden erfolgreicher im Objekt, weil das neue und erweiterte Objektteam anders vorgeht als früher. Die Mitarbeiter kümmern sich natürlich um Architekten und ausschreibende Stellen wie bisher. Zusätzlich sprechen sie aber den objektführenden Groß- und Fachhandel, die Kooperationen sowie die Filialketten an. Dort ist Balsan seit Jahrzehnten gut bekannt und gelistet.

Harald Silbersack,
Balsan-Gesamtvertriebsleiter
Deutschland und Österreich:

„Wir haben als einziger Tufter sowohl den Druck als auch die Colorpoint-Technologie und bieten Bahnenware, Fliesen und 25 x 100 cm-Module an. Das gibt es so in Deutschland nicht.“

BTH Heimtex: Sie sprachen von großen Zielen, die Balsan in Deutschland verfolgt. Welche sind das und wie wollen Sie sie erreichen ?

Silbersack: Ich bin seit fast 40 Jahren in der Branche – davon viele Jahre in der Industrie. Deswegen kann ich sagen, dass Balsan in Deutschland großes Potenzial hat. Und wir schaffen es Stück für Stück, unsere Kompetenz, unsere Leistungsfähigkeit und vor allem unsere Leidenschaft für Teppichboden bekannter zu machen.

Fortsetzung des Interviews auf Seite 50 ➔

Daten + Fakten

Balsan

Balsan SA
Corbilly – D14
36330 Arthon/Frankreich
Tel.: +33 (0)254/2916-00
balsan.moquette@balsan.com
www.balsan.com

CEO: Bernard Guiraud
Deputy General Manager: Christophe Pouille
Gesamtvertriebsleiter D/A und Business Unit Manager Home/Handel International: Harald Silbersack
Marketingleiterin: Anne Martini
Gründung: 1751
Umsatz: 67 Mio. EUR
Umsatzverteilung nach Marktsegmenten:
- Büro+Hotel 70 %
- Wohnen (30 %)

Umsatzverteilung nach Produkten:
- 55 % Bahnenware
- 45 % Fliese

Exportquote: 45 %
Außendienst Deutschland: 6
Muttergesellschaft: Belgotex International

Code scannen für mehr Infos zu Balsan

Die drei Segmente von Balsan

Büro

Infini Colors, Forest green

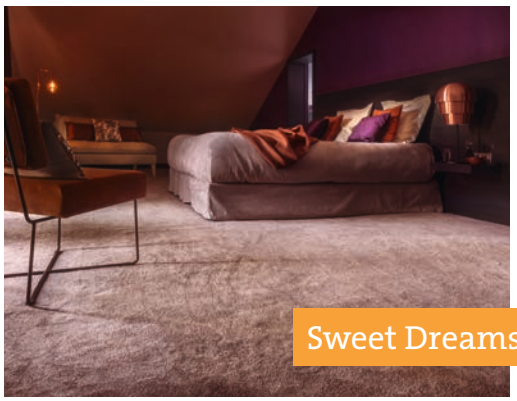
Infini Colors, River blue

Ultrasoft Broadloom

Infini Colors, Desert brown

Macro Micro, Peak to marble

Wohnen

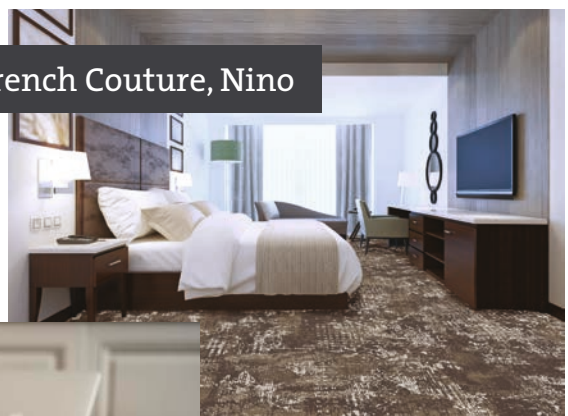


Sweet Dreams red

Duo 4 Geek

Ultrasoft Planks

Hotel



French Couture, Nino

Duo 4 Watercolor

Duo 4 Facet

Ultrasoft Tiles

BTH Heimtex: Es gibt immer noch viele Teppichbodenanbieter auf dem deutschen Markt. Was hat Balsan, was andere nicht haben ?

Silbersack: Balsan ist im Heimatland Frankreich mit Abstand Marktführer. International stehen wir jeden Tag mit allen guten Teppichbodenherstellern im Wettbewerb und sind auf Augenhöhe. Das auf Deutschland zu übertragen, ist unser Ziel. Die passenden und ausgereiften Produkte, die modernen Maschinen, die Konzepte auf internationalem Niveau sowie die Mitarbeiter, die mit viel Leidenschaft Teppichböden herstellen, haben wir schon.

BTH Heimtex: Können Sie Beispiele nennen ?

Silbersack: Die Branche kennt unseren großen Koffer Excellence für Wohnen und Semi-Objekt – den wir übrigens erneuert haben und auf der Domotex 2018 erstmals zeigen werden. Das ist aber nur ein kleiner Teil von dem, was Balsan alles kann. Deswegen sehen wir viel Potenzial in Deutschland. Wir sind Tufting-Spezialisten und betreiben zwei Werke – eines für Bahnenware in 4 und 5 m und ein zweites für Teppichfliesen und -planken, dessen Kapazität wir auf 7,5 Mio. m² verdreifacht haben.

Wir machen alle Einzelleistungen wie Beschichtung und Druck selbst, lassen nichts fremd produzieren und müssen außer den Rohstoffen und den Garnen nichts zukaufen. Wir haben als einziger Tufter sowohl den Druck als auch die Colorpoint-Technologie und bieten Bahnenware, Fliesen und 25 x 100 cm-Module an. Das gibt es so in Deutschland nicht. Wir können deswegen hohe Qualität bieten, sind mit vielen Kollektionskonzepten sehr flexibel und bedienen individuelle Anfragen schnell, direkt und mit Kostenvorteilen.

BTH Heimtex: Davon sprechen Ihre Wettbewerber teilweise auch...

Silbersack: Das Individuelle und Flexible von Balsan spiegelt sich schon in unserer Vertriebsstruktur wider: Wir arbeiten in den drei Bereichen Wohnen/Home, Büro/Office und Hotel. Wir können auf diese Weise speziell auf die besonderen Erfordernisse der Segmente eingehen. Gleichzeitig findet zwischen den drei Bereichen ein fruchtbarer Austausch statt, der uns in die Lage versetzt, flexible Lösungen bieten zu können.

Und um auf den Wettbewerb zu sprechen zu kommen: Wir haben alles in den eigenen Händen. Zudem laufen bei uns Colourpoint-Linien und wir betreiben gleichzeitig eine von europaweit nur zwei Millitron-Druckanlagen. Damit haben wir sowohl Druck-Kompetenz als auch Alternativen zu Axminster-Ware. Und für Kunden, die ihr Projekt aus Bahnenware und Fliesen zusammenstellen wollen oder müssen, ist Balsan auch der richtige Ansprechpartner. Mehr Flexibilität geht kaum.

Balsan verbindet mit der Kollektion Color My M Brodery individuelle Dessinierungsmöglichkeiten und schnelle Verfügbarkeit.

BTH Heimtex: Ab welchen Mengen fertigt Balsan auftragsbezogen ?

Silbersack: Wir fertigen Druckqualitäten bereits ab 100 m² individuell an. Für spinndüsengefärbte Ware muss eine Auftragsmenge von 400 m² vorliegen. Nehmen wir als Beispiel die Bürokollektion French Couture: Ein Teil der Druck-Serie ist als Couponware ab Lager verfügbar. Darauf können Kunden, die kleinere Objekte bedienen, schnell zugreifen. Nach diesem Konzept haben wir auch viele andere Kollektionen aufgebaut. Wir haben viel in Maschinen, Garnsysteme und Lagerkapazitäten investiert, um diesen hohen Servicegrad zu erreichen.

Momentan halten wir 2.000 Artikel lagerhaltig vor – dazu gehören selbstverständlich auch spezielle Rückenkonstruktionen, die die Akustik wesentlich verbessern. Gerade für mittelgroße Grossisten ist Lagerhaltung bei Teppichboden heute eine Herausforderung. Hier bieten wir uns als Partner an und können mit der erneuerten Kollektion auch wieder in Listungen investieren.

BTH Heimtex: Sie haben das Thema Akustik eben angesprochen. Was bietet Balsan hier ?

Silbersack: Wir verbessern die bereits grundsätzlich guten akustischen Eigenschaften von Teppichboden durch spezielle Rückenkonstruktionen. Ob Bahnenware oder Fliese: Wir kommen mit unserer Technik Sonic Confort auf einen Schallabsorptionsgrad von bis zu 0,35 aw. Das ist hoch.

Das Thema Akustik ist wichtig. Deswegen wird es zukünftig ein Schwerpunktthema für uns sein.

BTH Heimtex: Wenn von Balsan die Rede ist, heißt es immer: Die haben spezielle französische Farben. Gibt es hier etwas Neues ?

Silbersack: Unsere neuen Produkte, die wir im Januar in Hannover zeigen, haben wir natürlich wieder in einer breiten Farbauswahl ausgemustert. Das muss aus zwei Gründen auch so sein: Wer international Erfolg haben will, braucht vielfältige Kolorits. Und: Für uns sind Farben essentiell. Sie sind sozusagen unsere DNA. Aber eine Sache möchte ich betonen: Balsan hat eine perfekte deutsche Farbpalette. Zusätzlich, sozusagen als belebendes Element, finden Entscheider bei uns Farben mit dem besonderen französischen Flair.

BTH Heimtex: Welche Umsatzziele haben Sie sich für die deutschsprachigen Länder gesetzt ?

Silbersack: Balsan setzt insgesamt momentan 67 Mio. EUR um. Dazu trägt Deutschland als wichtigster Exportmarkt wesentlich bei – noch vor Großbritannien. Für die Zukunft haben wir uns vorgenommen, weiter deutlich zu wachsen – auch in Deutschland. Wir sind zuversichtlich, das zu schaffen.

Das hat neben den bereits besprochenen Dingen noch einen Grund: Balsan ist Teil der starken, belgischen Belgotex-Gruppe von Inhaber Stephan Colle, die rund 450 Mio. EUR umsetzt. Wir stehen – im Vergleich zu manch einem Wettbewerber – nicht allein, sind inhabergeführt, auf sehr vielen Märkten aktiv und deswegen krisenfest. Wir können also langfristig planen und haben einen langen Atem.

Das Gespräch führte Jochen Lange
» jochen.lange@snfachpresse.de

Ganz gleich, für welche Anwendung Ihre Kunden einen Boden suchen, mit der neuen EGGER PRO Kollektion sind Sie bestens aufgestellt. Ob Laminat-, Comfort- oder Design-Boden, ob gewerblich oder privat – begeistern Sie Ihre Kunden mit **einer großen Dekorvielfalt** und überragender Qualität. Die Verlegung? Von der werden Sie schwärmen. Dank ausgereifter Systeme und einem umfangreichen Zubehörprogramm bleiben auch hier keine Fragen offen. **Ab Herbst bei Ihrem EGGER Handelspartner.**

Domotex, 12. – 15. 01. 2018
Halle 12, Stand B36

MEHR AUS HOLZ.

EGGER