

Motiviert und gut gelaunt

*Mit viel Schwung ist der Wurlinger Hersteller **Staufen** in die Saison gestartet: In der ersten Reihe sitzt der neue Geschäftsführer Ralf Banholzer. Noch sind zwar einige Hausaufgaben zu machen; doch er ist sich sicher, dass er das Klassenziel erreichen wird.*

FRÖHLICH BUNT - SO PRÄSENTIERTE SICH STAUFEN in diesem Jahr auf der Paperworld in Frankfurt. Wer den Stand in der Halle 3.0 besuchte, spürte es sofort: Alle Beteiligten haben offensichtlich aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt und starten nun mit Elan in die nächste Runde. Vergessen scheinen die Zeit der Ungewissheit, das Bangen der Mitarbeiter um ihre Arbeitsplätze und die mit der Insolvenz verbundenen Probleme. Stattdessen gibt es motivierte Gesichter, neue Produkte, attraktive Displays und viele Pläne für die Zukunft. Im August des vergangenen Jahres hatte die Blansjaar AG den insolventen Wurlinger Hersteller mit mehr als 50 Mitarbeitern übernommen. Die Schweizer Beteiligungsgesellschaft verfügt bereits über umfangreiche Erfahrungen sowie Beteiligungen im PBS-Umfeld und möchte Synergiepotenziale zukünftig verstärkt nutzen. Im folgenden Interview erläutert Geschäftsführer Ralf Banholzer die nächsten Schritte.

Herr Banholzer, vor rund einem halben Jahr haben Sie die Geschäftsführung von Staufen übernommen. Was hat sich seit dem geändert?

Personell hat sich wenig geändert. Die Mitarbeiter am Standort Wurlingen waren auch bereits in der Insolvenzzeit sehr motiviert und sind es heute auch noch. Ich versuche, die Leute – so gut es geht – zu ermutigen, ihre Meinung zu sagen und höre mir diese auch gerne an, gerade auch im Hinblick auf das Design neuer Produkte. Viele unserer Mitarbeiter sind ja auch unsere Kunden und so ist ihre Meinung immer die erste wichtige, die zählt. Intern – und was Abläufe angeht – wurde und wird einiges geändert, hier beginnen die Veränderungen erst zu greifen. Hier musste zu Beginn zuerst eine gründliche Bestandsaufnahme gemacht werden, bevor Entscheidungen getroffen werden konnten.

Inwieweit entspricht das Ihren Zielsetzungen?

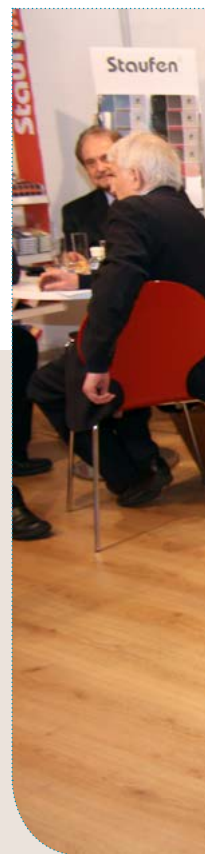
Das Ziel war es nicht, Staufen innerhalb kürzester Zeit radikal umzubauen. Das Ziel war es, nach einer gewissen Zeit – und mit genügend Einblick – zu beginnen, Veränderungen anzustoßen, die notwendig sind und das Unternehmen voranbringen; dies aber immer noch mit dem Vorteil, dass man nicht seit Jahren im Betrieb ist und vielleicht Gefahr läuft, gewisse Dinge zu übersehen. Ich denke, da sind wir auf einem ganz guten Weg und wir haben auch klare Ziele, was geändert werden muss und in welche Richtung.

Was sind die nächsten Schritte?

Ein strategisch wichtiges Ziel war für uns mit Sicherheit die Paperworld. Dort wollten wir zeigen, dass es Staufen wieder gibt und was wir für neue Ideen haben für die Zukunft. Die nächsten Schritte sind auf der Produktebene. Wir wollen die gezeigten Produkte nun so schnell wie möglich in den Handel bringen. Weiter sind wir bestrebt, uns laufend zu verbessern und die intern gestarteten Projekte zeitnah umzusetzen, um so Staufen kontinuierlich nach vorne zu bringen.

Auf der Paperworld haben Sie im Januar die Marke Staufen in einem neuen Gewand präsentiert. Worüber kann sich der Fachhandel freuen?

Unser Ziel war es, als Marke Staufen etwas frischer und jünger aufzutreten. Als erste Produktlinien haben wir hierzu unser Colleagueblock-Sortiment und unser Kladden-Sortiment



Erfolgreiche Verjüngungskur: Das Colleagueblock- und Kladden-Sortiment erstrahlt in neuem Glanz

Back to School



Mit neuen Ideen für die Zukunft: Geschäftsführer Ralf Banholzer und sein Team auf der Paperworld

gewählt, welches wir komplett überarbeitet haben. Wichtig ist uns dabei, eine klare Staufen-Identität zu schaffen; mit klaren durchgezogenen Linien, zum Beispiel „Staufen Premium“ und „Staufen Linea“. Highlights für mich sind dabei ganz bestimmt unsere Premium-Kladden und unsere Premium-Collegeblöcke, wo wir mit Matt- und Glanzlacken und bei den Kladden sogar mit Soft-Touch-Oberflächen arbeiten. Dies schafft neben dem optischen auch ein haptisches Erlebnis.

Wie war die Resonanz?

Die Resonanz war auf der Paperworld sehr erfreulich für uns. Wir hatten regen Zulauf auf dem Stand und die neuen Produkte sind überall sehr gut angekommen; da bin ich wirklich sehr zufrieden damit.

Wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?

Ich denke, wichtig ist, dass die einzelnen Linien bei Staufen in sich stimmig sein müssen. Dies werden wir versuchen, in Zukunft anzupassen, wo dies noch nicht der Fall ist. Die Produkte sollen erkennbar von Staufen sein und innerhalb der Linie zueinander passen.

Was wünschen Sie sich für die nächsten Monate?

Zuerst einmal würde ich mir wünschen, dass es so gut weitergeht wie das Jahr jetzt gestartet ist, mit der erfolgreichen Paperworld. Weiter wünsche ich mir einen erfolgreichen Schulanfang und allgemein, dass wir die Ziele, die wir uns für die nächsten Monate gesetzt haben, erreichen können.

www.staufen.com



ZETTLER KALENDER

zehn

Entdecken Sie die Highlights unserer neuen Kollektion im aktuellen Katalog 2016!



2016

Zettler Kalender GmbH, Alpenstr. 3, 86830 Schwabmünchen
Telefon 0 82 32 / 96 13 - 0, info@zettler.de, www.zettler.de