

Warenpräsentationslösungen vertrauen nach Aussage des Holz-Experten Isenberg wieder verstärkt der besonderen Ästhetik von Holz.

Edles in Holz



Isenbergs Team aus Designern und Entwicklern kreiert Lösungen mit maximalen Nutzen – hier für die Paulmann Licht GmbH, Hersteller dekorativer Wohnraumleuchten.

Der Name Isenberg steht heute für Schreinerei in der achten Generation. Besonders im Bereich der Warenpräsentationen bietet das Traditionsunternehmen aus Twistetal seinen Kunden maßgeschneiderte Dienstleistungen für die Realisierung von individuellen Lösungen. „Es gibt nichts, was wir uns nicht zutrauen“, sagen die Twistetaler selbstbewusst. Schließlich blickt man auf ein vierteljahrhundert Expertise im Schreinerei-Handwerk zurück und präsentiert sich heute auch im Bereich Laden- bzw. Innenausbau als kompetenter Partner. Der Prokurist im Hause Isenberg, Reimund Debes, beantwortete unsere Fragen zu den

Themen Warenpräsentationen aus Holz und gab uns seine Einschätzung zur Entwicklung des POS-Segments für das kommende Jahr.

P.O.S. kompakt: Die Anfänge von Isenberg gehen nicht weniger als 250 Jahre zurück, wobei die Anfänge des Unternehmens im klassischen Schreinerei-Handwerk lagen. Welche Bedeutung hat der Geschäftsbereich Warenpräsentation und Displays bei Isenberg heute und was waren die wichtigsten Stationen – von den ersten Projekten bis heute?

R. Debes: „Warenpräsentationen und Displays erzielen heute gut

70 % der Betriebsleistung. Die ersten Warendisplays stellte Isenberg in den 1980er Jahren her. Die Ausführungen beschränkten sich damals auf einfache Spanplatten-zuschnitte für Blenden an Metallregalen. Mitunter wurden auch einfache Boxen mit Facheinteilungen hergestellt. Die verwendeten Dekore waren Weiß und Grau. Wir fertigten damals mit einfachen Schreinereimaschinen wie Kreissäge, Bohrmaschine und Tischfräse. Das alles hat sich komplett geändert. Die Kernkompetenz der Firma liegt immer noch in der Holzfertigung. Heute jedoch wird mit moderner CNC-Technologie gefertigt. Die verwendeten Materialien



unterliegen kaum noch Einschränkungen. Was nicht im Haus selbst verarbeitet werden kann, wird von leistungsstarken Partnern zugekauft.“

Welche Serviceleistungen kann man bei Isenberg erwarten?

R. Debes: „Besonderen Wert legen wir auf die Entwicklung und das Design der Produkte. Diese Leistung wird von unseren Kunden immer stärker nachgefragt. Unser Team aus Designer und praxisorientierten Entwicklern schaffen Lösungen mit einem möglichst hohen Nutzen für unsere Kunden. Ist ein Produkt marktreif, entscheidet der Kunde die Losgröße und den Bestimmungsort.“

Wie reagiert die Markenartikelindustrie auf die konjunkturelle Lage mit Ihrer Orderstrategie – sucht man bei Isenberg den individuellen Auftritt, um sich klar vom Wettbewerb abzuheben? Oder sind eher kostengünstigere Standards gefragt (z.B. nicht Vollholz, sondern MDF)? Ist dabei der Qualitätsanspruch an die POS-Lösungen (sowohl individuelle Lösungen als auch Standards) über die Jahre gestiegen?

R. Debes: „Da unsere Kunden sehr breit gestreut sind, können wir dies nicht pauschal beantworten. Greift man sich die Markenartikel her-

aus, sind die Standards in diesem Bereich ganz klar gestiegen. Es wird besonders Wert gelegt auf edle Oberflächen und ein Ambiente, dass die Wertigkeit der präsentierten Produkte unterstreicht. Mit dem Display müssen darüber hinaus natürlich auch die Zielgruppen effektiv angesprochen werden.“

Es liegt auf der Hand, dass Holz für Isenberg das Basismaterial auch in der Fertigung von Warenträgern und Displays ist. Dennoch bieten Sie auch Kombinationen mit anderen Materialien wie Textilien oder Glas, Plexiglas oder auch Kunststoffen an. Werden diese Materialien im Material-Mix angeboten, oder produzieren Sie auch Displays/Warenträger, die ausschließlich aus z.B. Kunststoff oder Plexiglas sind?

R. Debes: „Es ist richtig, dass unser Schwerpunkt in der Fertigung auf Holzwerkstoffen liegt. Etliche andere Materialien, z. B. Kunststoffe oder Metalle, können wir zum Teil selbst verarbeiten. Die Bandbreite der möglichen Materialien und Bearbeitungsmöglichkeiten sind jedoch zu weit gestreut um alles selbst machen zu können. Für Bereiche die wir nicht selbst abdecken haben wir ein enges Netz von leistungsfähigen Partnern.“

Der Nachhaltigkeitstrend sorgt im Ladenbau, aber auch bei Wa-

renträgern für verstärkten Einsatz von natürlichen oder naturbelassenen Materialien. Können Sie bestätigen, dass die Nachfrage nach Lösungen aus Holz zugenommen hat?

R. Debes: „Wir stellen anhand unseres gestiegenen Absatzes fest, dass die Nachfrage für Holzpräsentationen steigt. Ich kann jedoch nicht beurteilen, wie weit der Nachhaltigkeitsgedanke die Entscheidungen für ein solches Display beeinflusst. Sicher scheint mir zu sein, dass sich mit Holzdisplays ein Umfeld schaffen lässt, dass sich mit anderen Materialien so nicht vermitteln lässt.“

Wie beurteilen Sie für Ihr Unternehmen das erste Dreivierteljahr 2009 rückblickend und was ist im POS-Segment Ihre Prognose für das Jahr 2010?

R. Debes: „Für uns ist das laufende Geschäftsjahr gekennzeichnet durch gestiegene Nachfrage aus unterschiedlichen Branchen. Unseren Absatz bei bestehenden Kunden konnten wir festigen. Darüber hinaus ist unser Kundentamm auch dieses Jahr weiter gewachsen. Auch für 2010 sehe ich weiterhin gute Entwicklungsmöglichkeiten, denn der POS lebt und entwickelt sich ständig weiter.“ ◆

XNiP: R9RP



Edle Oberflächen und ein Ambiente, dass die Wertigkeit der präsentierten Produkte unterstreicht, werden verstärkt nachgefragt.