

Ehrgeizige Ziele fest im Blick

Farben- und Lackhersteller aus der DACH-Region erwarten gute Marktchancen in 2011

Die Beschichtungshersteller aus der DACH-Region vertrauen überwiegend auf eine positive Marktentwicklung im kommenden Jahr. Manche haben sich geradezu ehrgeizige Wachstumsziele gesetzt, wobei die befragten Manager annähernd durch die Bank bei ihren Auslandsaktivitäten erheblich mehr Potenzial erwarten als in ihren Heimatmärkten. Unsicherheit spürt man trotz der positiven Ausblicke, da wichtige Rohstoffe teurer und knapper werden.

NACHGEFRAGT • Jahresbilanz

► ► Rembrandtin wird weiter seine Nischenmarktstrategie verfolgen ◀ ◀



Hubert Culik,
Geschäftsführer Rembrandtin Lack GmbH,
Wien/Österreich

1. Am Beginn von 2010 war nicht klar, was auf uns zukommen wird. 2009 war das Jahr der Krise, wie haben wir dieses Wort bei Rembrandtin gehasst. Viel an Korrekturmaßnahmen wurde da durchgezogen und man war sich nicht sicher, ob diese Maßnahmen ausreichen. Aber Rembrandtin Lack sowie die gesamte Remho Lackgruppe sind mit dem Geschäftsjahr 2010 zufrieden. Wobei die Entwicklung in den einzelnen Sparten sehr unterschiedlich war und durch verschiedenste Markteinflüsse geprägt war. Verschiedene konjunkturelle Entwicklungen in den Sparten,

aber auch unterschiedliche Sparmaßnahmen der Regierung und Behörden. Es gab Budgeteinsparung, die sich speziell im Bereich Korrosionsschutz und Straßenmarkierungsapplikationen auswirkten. Zudem kam das bekannte Problem Rohstoff: einerseits durch Preiserhöhungen, deren Begründungen für die Lackindustrie nicht mehr verständlich sind. Andererseits durch Verknappungen. Zudem kommt die Margenproblematik: Rohstoffpreiserhöhungen konnten nicht auf die Preise weitergegeben werden. So im Gesamten ein durchwachsendes Jahr nach dem Krisenjahr 2009.

2. Rembrandtin und die Rehmo Lackgruppe hat mit einem Anteil von 70 % traditionell starke Exportaktivitäten. Diese wurden im EU-Raum sowie in China, Russland und Indien verstärkt. Die neu in Tschechien gegründete Rembrandtin Gesellschaft hat sich im ersten Jahr sehr gut entwickelt. Wichtig ist aber dabei, dass wir den Fokus auf das Inland nicht verloren haben. Betreuung und Service wurden im Inland intensiviert, um so gestärkt in das Jahr 2011 zu gehen. Es ist geplant weitere Auslandaktivitäten durch eigene Repräsentanten vor Ort zu stärken.

3. Wir werden 2011 unseren Fokus darauf legen in unserem angestandenen Geschäftsfeldern Umsatz und Margen wieder zu erreichen. Es soll dies ein organisches Wachstum sein, welches durch die intensive Bearbeitung und Einbringen unserer neuen Produktentwicklungen in den Markt geprägt ist. Wobei es uns wichtig ist, dabei auch unseren Leitsätzen bezüglich nachhaltiger Entwicklung und Anwendung dieser Produkte gerecht zu werden. Rembrandtin wird weiter seine Nischenmarktstrategie verfolgen. ◀

**FARBE
UND LACK**
Seminare

PRAXISNAH, GEZIELT, STRUKTURIERT

STEIGEN SIE KOMPETENT UND EFFEKTIV
IN DIE FORMULIERUNGSPRAXIS EIN!