

Zufrieden, aber das Rohstoff-Chaos setzt allen zu

BRANCHENSTIMMEN // IN DIESEM JAHR BETEILIGTEN SICH 39 UNTERNEHMERINNEN UND UNTERNEHMER AN UNSERER JÄHRLICHEN UMFRAGE. LESEN SIE, WIE 2021 RÜCKBLICKEND BEWERTET WURDE UND WIE DER AUSBLICK AUF 2022 AUSFÄLLT.

FRAGE 1 // WIE SIND DIE GESCHÄFTE IN 2021 FÜR SIE GELAUFEN?

FRAGE 2 // WORIN SEHEN SIE DIE GRÖSSTEN CHANCEN BZW. HERAUSFORDERUNGEN FÜR IHRE AKTIVITÄTEN IN 2022?



Hans Helmuth Schmidt
Geschäftsführender
Gesellschafter
CWS-Gruppe
CWS Lackfabrik GmbH
DE – Düren

1 // Nach dem massiven Einbruch in 2020 konnte sich im ersten Halbjahr die Auftragslage überproportional und schnell erholen. Der unerwartete enorme Anstieg der Produktionsvolumen führte uns wieder über das Vorkrisenniveau, aber auch auf den Beschaffungsmärkten zu den bekannten Preiserhöhungen und Rohstoffverknappungen. Noch nie gab es einen solch drastischen und schnellen Wandel von dominierenden Käufermärkten hin zu reinen Verkäufermärkten. Wir waren in allen Geschäftsbereichen - durch die herausragende Flexibilität aller Abteilungen und durch zügig angepasste Prozesse und Produktionsumstellungen - in der Lage, uns schnell auf diese veränderte Situation einzustellen. Dank der umsichtigen und intelligenten Arbeit unserer Mitarbeiter konnte die Kundenbelieferung durchgängig sichergestellt werden.

2 // Wir gehen davon aus, dass das gesamte Jahr 2022 weiterhin von den noch immer nicht intakten Lieferketten und fortgesetzten Preiserhöhungen überschattet und bestimmt wird. In der westlichen Welt werden inflationäre Entwicklungen vorherrschen. Die Preiserhöhungen, die am Anfang der Wertschöpfungskette in 2021 begannen, werden nun auch den Endkunden erreichen. Es ist zu hoffen, dass die Lohnabschlüsse diese Entwicklung nicht noch zusätzlich befeuern. Unsere Planung erwartet keine größeren Volumenzuwächse in 2022. Und dann sind wir auch sehr gespannt, welche Wettbewerbsvorteile unsere neue Regierung uns allen ermöglichen wird.



Stephan Klumpp
Geschäftsführer
Klumpp Coatings
DE-Stuttgart

1 // Das Jahr 2021 war von einer guten Nachfrage geprägt – v.a. durch Neuprojekte und eine Nachfrage nach Produkten im Zusammenhang mit einer guten Baukonjunktur. Die Rohstoff-situation ist bekanntermaßen von Verknappungen und Preisanstiegen geprägt – wir haben aber erfolgreich, oft unkonventionell und mit ganz viel Teamwork (auch mit der Schwesterfirma Oskar Nolte) eine sehr hohe Lieferkonstanz erreicht. Und dadurch mit unseren Kunden auch in einer extrem herausfordernden Situation partnerschaftlich zusammengearbeitet.

2 // Extern: Natürlich wird auch 2022 wesentlich von den Verwerfungen am Rohstoffmarkt und allgemein im Kostenbereich geprägt sein.
Intern: Wir bündeln punktuell so unsere Stärken, agieren aber in den verschiedenen Märkten in der Gruppe autonom und mittelständisch flexibel! Außerdem vernetzen wir uns noch stärker in unseren globalen Strukturen im Firmenverbund (Klumpp Coatings und Oskar Nolte). Firmenintern haben wir uns fokussiert auf unsere Industriekunden und Kernkompetenzen. Dadurch wollen wir wichtige Kunden- und Innovationsprojekte umsetzen.

Die Reihenfolge der Beiträge ist rein zufällig



Dr. Stephanie Bubenhofer
Geschäftsführerin Entwicklung
Karl Bubenhofer
CH-Gossau

1 // Mit dem Geschäftsjahr 2021 sind wir zufrieden. Die anhaltend schwierige Rohstoffverfügbarkeit und die dadurch steigenden Rohstoffpreise sind für die gesamte Branche eine große Herausforderung und bringen viel Aufwand mit sich.

2 // Die wohl größte Herausforderung ist die Ungewissheit. Wie wird sich die Wirtschaft entwickeln? Aufgrund der Covid-19-Pandemie sind viele Staatsgelder in die Länder geflossen. Die Frage ist nun: Hält der Aufschwung noch ein Jahr an – und ist dies eine Chance für uns? Hinzu kommen natürlich weitere Herausforderungen bezüglich Materialverfügbarkeit und Preissituation auf dem Rohstoffmarkt. Auch mit dem sogenannten „Green Deal“ werden wir uns 2022 auseinandersetzen. Dieser bringt Veränderungen mit sich, die eine Reihe von Anpassungen zur Folge haben werden. Dies kann auch eine Chance sein.



Philipp Bosshard
Geschäftsführer
Bosshard + Co.
CH-Rümlang

1 // Das erste Halbjahr war sehr erfreulich. Danach blieben die Umsätze unter dem Vorjahr. Wir werden das Jahr voraussichtlich wie geplant abschließen. Gründe für einen Rückgang sehen wir eigentlich keine, da die Bau- und Renovationstätigkeit noch immer sehr hoch ist.

2 // An Herausforderungen wird es vor allem unserer Einkaufsabteilung nicht mangeln. Die Verfügbarkeit von Rohstoffen wird sich wohl nur langsam verbessern. In Grundsatz sind die Voraussetzungen für ein ansprechendes Jahr auf dem Schweizer Markt aber sicher nicht schlecht.

Bei uns im Betrieb wird der Einbau der neuen Produktionslinien für wässrige Produkte gleichzeitig Chance und Herausforderung sein, die uns bis ins Jahr 2023 beschäftigen werden.



Dr. Clemens Steiner
CEO
Tiger Coatings
AT-Wels

1 // Was die Umsatzentwicklung betrifft, sind wir aus dem 2. HJ 2020 gut in 2021 hineingestartet und haben schon damals in Q4 2020 die Rohstoffkosten-Entwicklung mit großer Sorge verfolgt. Mit jeder weiteren Woche wurde uns dann klar, dass wir es nicht nur mit einer dramatischen Preis-Hausse zu tun haben, sondern auch mit post-Covid-Supply-Verwerfungen, die zusätzlich durch Force-Majeure-Ereignisse wie Unfälle und Produktionsstillstände bei den Herstellern sowie eine weltweite Verknappung von Kunstharzen aufgrund erhöhter Nachfrage in Europa und Asien zu drastischen Lieferengpässen und Preissprüngen bei Rohstoffen, einem rekordverdächtigen Anstieg der Energiepreise und Transport geführt haben. In Europa wie auch in Nordamerika ist die Nachfrage nach wie vor robust und die Umsatzentwicklung weiterhin erfreulich. In Asia-Pazifik haben wir dank gesteigener Inlands-Umsätze in Nischenmärkten und der schon frühen Bewältigung der Covid-19-Krise in China eine Umsatzsteigerung, aber hinter Budget, verzeichnen können.

2 // In einer VUCA-world (aus dem Engl.: Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit) zeigen wir Resilienz gleichzeitig an mehreren Fronten: zum einem die Sicherheit und gesundheitliche Unversehrtheit unserer Mitarbeiter zu Zeiten von Corona sicherzustellen, die Kostenübersicht angesichts allgemeiner Inflation zu wahren, HR-Ressourcen aufzubauen, unsere IT-Infrastruktur vor unberechtigtem Zugriff abzusichern und die Rohstoff- und Produktverfügbarkeit sicherzustellen. All das beeinflusst die Produktverfügbarkeit, da Auftragsrückstände und eine ungebrochen starke Nachfrageseite die Fertigwarenbestände weiterhin unter Druck setzen, während das Angebot an Polyesterharzen und anderen Rohstoffen bis weit in das erste und zweite Quartal 2022 in Allokation bleibt. Wer all diese Bälle am besten in der Luft behält, wird auch in 2022 ein erfreuliches Geschäftsjahr vorfinden.



Michael Schulz
Geschäftsführer
Schulz Farben- und Lackfabrik
DE-Langenlonsheim

1 // Die Umsätze lagen nach unserem Rekordjahr 2020 durch die temporären Baumarktschließungen in 2021 etwas unter unseren Erwartungen.

Der Umsatz war aber nicht unser Problem, sondern die Verfügbarkeit wichtiger Rohstoffe und deren dramatische, nicht enden wollende Preisexplosionen.

Das Jahr 2021 war ein sehr schwieriges Jahr, aber es ist uns gelungen unsere Lieferfähigkeit zu 100% aufrecht zu erhalten und unsere Kunden somit optimal mit Waren zu versorgen.

2 // Die größte Chance sehen wir in der Steigerung unserer Kapazitäten und Effizienz nach Abschluss unserer größten Investition der Firmengeschichte, nämlich unseren Werksumbau sowie den Neubau eines Logistikzentrums.

Wir freuen uns darauf, mit unseren Kunden zu wachsen und wollen auch weitere Neukunden hinzugewinnen.

Die größte Herausforderung wird auch in 2022 die äußerst angespannte und hochpreisige Rohstoffsituation sein.



Frank Gläser
CEO/President
Grebe Holding
DE-Weilburg/Lahn

1 // Das Geschäftsjahr 2021 ist operativ sehr positiv verlaufen, und wir haben in der Umsatzentwicklung über unseren Erwartungen abgeschlossen.

Leider wurde die Freude durch die exponentiell angestiegenen Rohstoffpreise getrübt, so dass die Ergebnis-Situation nicht mit dem Umsatzwachstum korreliert. Im zweiten Halbjahr war der operative Schwerpunkt klar auf die Absicherung der Lieferfähigkeit gesetzt, was uns insgesamt gut gelungen ist.

2 // Als Chance für das neue Jahr sehe ich eine gewisse Marktberreinigung auf der Preis-Seite. Die allgemeine Geschäftsentwicklung sehe ich weiterhin stabil positiv, wird aber letztendlich von der Lieferfähigkeit abhängig sein.

Die Herausforderungen überwiegen eindeutig im Hinblick auf die Supply-Chain, sowohl in der Verfügbarkeit als auch in der Fähigkeit, die extrem erhöhten Beschaffungspreise in den Markt weitergeben zu können.



Markus Fritzsche
Vorstandsvorsitzender
Mipa SE
DE-Essenbach

1 // Die Umsätze der Mipa SE sind in 2021 im zweistelligen Prozentbereich gewachsen. Dabei betrifft etwa die Hälfte Preissteigerungen und die Hälfte echtes Mengenwachstum. Besonders im Export wurden die teilweisen Rückgänge von 2020 überkompensiert, da durch die knappen Transportkapazitäten auch ein starker Lageraufbau in den jeweiligen Exportmärkten stattgefunden hat, um Unsicherheiten in der Lieferkette besser begegnen zu können. Im deutschen Heimatmarkt konnte der Umsatz nach dem Boomjahr 2020 nur leicht ausgebaut werden. Der knappe Rohstoffmarkt und eigene Kapazitätsgrenzen haben die mögliche weitere Mengensteigerung eindeutig verhindert. Leider drückt sich die starke Umsatzsteigerung nicht annähernd im Jahresergebnis aus. Die ständigen Preissteigerungen im Rohstoffbereich konnten nur teilweise und meist deutlich zu spät an die Kunden weitergegeben werden. Daher zählt 2021 sicher nicht zu den profitableren Jahren der jüngeren Vergangenheit.

2 // Uns werden auch 2022 die Sorgen auf dem Rohstoffmarkt sowie die Transportprobleme insbesondere im Überseegeschäft weiter massiv begleiten. Eine Entspannung ist nicht in Sicht und leider zeichnet sich weiterhin auch kein verstärktes Verständnis hierfür bei vielen Kunden ab.

Daher werden Gespräche über Preise und Verfügbarkeiten unsere Vertriebsarbeit weiterhin prägen. Ungeachtet dessen wollen wir unser vertriebliches Netzwerk weiter ausbauen und konnten im Gegensatz zu dem „verlorenen“ Jahr 2020 einige neue Standorte und Projekte in Deutschland, Österreich und Osteuropa in Angriff nehmen. Wir hoffen weiterhin stark darauf, dass wir in 2022 wieder an Fachmessen teilnehmen können und wir dadurch unsere Marktpräsenz weiter stärken können.



Axel Valentiner
Geschäftsführer
Branth-Chemie A.V. Branth
DE-Glinde

1 // Das erste Halbjahr 2021 war geprägt von ähnlich guten Verkaufs-Umsätzen wie das Ganze Jahr 2020, in der zweiten Jahreshälfte normalisierte sich das. Im zweiten Quartal begannen die Rohstoffkosten massiv zu steigen, das setzte sich im gesamten Beschaffungsbereich bis zum Jahresende fort. Wir erwarten, dass das auch zu Beginn des neuen Jahres noch nicht zu Ende ist.

2 // Wir erwarten, dass Rohstoffe und Vormaterialien knapp und teuer bleiben, aber die Absatzsituation ist bei den insgesamt stark gestiegenen Kosten sehr schwer abzuschätzen. Wieviele zu teuer gewordene Projekte werden wohl verschoben, welche Mengen werden aufgrund von Material- und oder Personalknappheit erst später benötigt?



Herbert Leonhart
Geschäftsführer
Maleco Farbwerk
DE-Hamburg

1 // Vom Verkauf gut, nur getrübt durch hohe Rohstoffpreise und Verfügbarkeiten. Damit verbunden eine dauerhafte Neukalkulation, die zu erheblicher Mehrarbeit geführt hat.

2 // Weiterhin gut ausgelastete Betriebe im Malerkundenbereich. Die zunehmende Bürokratisierung wird zum größten Feind des Mittelstands. Vollmundige Erklärungen über die Wichtigkeit des Mittelstands sollten unterbleiben, um sich nicht mehr lächerlich zu machen.

„NOCH NIE GAB ES EINEN SOLCH DRASTISCHEN UND SCHNELLEN WANDEL VON DOMINIERENDEN KÄUFERMÄRKTEN HIN ZU REINEN VERKÄUFERMÄRKTEN.“

Hans Helmuth Schmidt, CWS Gruppe



Ralf Schwartz
Geschäftsführer
Lackwerke Peters
DE-Kempen

1 // Der ernsthaften Corona-Krise zum Trotz – wegen der stark gestörten Lieferketten auch in der Elektronik-Branche deutlich spürbar - hat sich die Peters-Gruppe weltweit aus eigener Kraft in eine neue Umsatzdimension katapultiert. Der Umsatzanstieg um satte 30% seit dem 4. Quartal 2020 manifestierte sich im gesamten Geschäftsjahr 2021 und ist den Neugeschäften in den megatrendigen Geschäftsfeldern e-Mobility und erneuerbare Energien zuzuordnen, dies insbesondere in China, aber auch in anderen Ländern. Rohstoffseitig hatten und haben wir die Versorgungslage weitgehend im Griff, ganz verschont bleiben aber auch wir nicht.

2 // Die seit vielen Monaten ausgesetzte Reisetätigkeit zwischen Europa und Asien erschwert die Umsetzung wichtiger strategischer Maßnahmen. Das Tagesgeschäft lässt sich digital gut kommunizieren und organisieren. Die Investition in eine eigene ausgeweitete Infrastruktur in China erweist sich so aber ebenso schwierig wie die personelle Verstärkung unserer Sales&Service-Aktivitäten in Südostasien. Eine Rückverlagerung wichtiger Kernkompetenzen nach Deutschland bzw. Europa – so richtig und wichtig mir diese erscheinen – kann ich nicht beobachten. Dafür fehlt es mir leider zu sehr an unternehmerischer Weitsicht. Unsere eigene Position innerhalb Europas wird deshalb aber um so stärker.



Dietmar Jost
Management Board
Rembrandtin Coatings
Member of Kansai Helios.
Part of Kansai Paint
AT-Wien

1 // Das Jahr hatte es in sich, zuerst kam der Lockdown, dann haben die Rohmaterialpreise einen neuen Höchststand erreicht und zu guter Letzt waren viele Rohstoffe lange Zeit nicht verfügbar. Es war ein herausforderndes Jahr, aber gleichzeitig, und angesichts des schwierigen Marktumfeldes, auch ein sehr erfolgreiches für uns. Wir konnten unsere Lieferfähigkeit ohne Unterbrechung aufrecht halten, haben neue Partnerschaften etabliert und innovative Kundenprojekte umgesetzt. Wir sind zufrieden mit der Performance in diesem Jahr.

2 // Eine unserer größten Stärken sind unser Produktmix und das damit verbundene Know-how, das viel Potential für die Intensivierung und den Ausbau bestehender Partnerschaften bietet und neue Möglichkeiten eröffnet. Wir als Kansai Helios legen zudem einen starken Fokus auf die Entwicklung und Umsetzung umweltfreundlicher Produkte und Prozesse, die die Gesundheit von Mensch und Natur zum Ziel haben. Kontinuierliche Forschung und Entwicklung sowie strategische Investitionen stellen in diesem Zusammenhang die großen Schritte in Richtung zukünftiger Erfolge dar. Herausfordernd auf diesem Weg ist sicherlich die dramatische Entwicklung auf dem Rohstoffmarkt und Einschränkungen aufgrund von Covid-19-Maßnahmen.



Marcus Fischerbock
Geschäftsführer
Zero-Lack
DE-Bad Oeynhausen

1 // Wir haben eine gute, zweistellige Wachstumsrate erzielt - vor allem im benachbarten Ausland. Generell ist die Lage aber nicht einfach, da die Rohstoffsituation (Beschaffung und Preisentwicklung) oft dramatisch ist und das Tagesgeschäft schwierig macht.

2 // Wir setzen auf die analoge und digitale Vorstellung neuer Produkte, da Kundens Schulungen durch die Pandemie nur eingeschränkt möglich und Händlermessen ganz ausblieben sind. Die mehrfachen Preiserhöhungen an den Handel und an die Verarbeiter zu kommunizieren, wird kein Leichtes sein - und Warenlieferungen pünktlich durchzuführen, bleibt eine große Herausforderung. Ich sehe es als Chance, dass die Rohstoffversorgung durch die Großchemie künftig vermehrt in Europa stattfindet und dass nachwachsenden Rohstoffe eine größere Rolle spielen werden!



Bernd Kanand
Geschäftsführer
Diessner Lack- und
Farbenfabrik
DE-Berlin

1 // Das erste Halbjahr war geprägt von Vorratskäufen. Wir haben in den ersten sechs Monaten erheblich mehr produziert und verkaufen können, als im Vergleichszeitraum des Vorjahrs. Die volatile Rohstoffversorgung, Lieferengpässe und dadurch steigende Preise haben unsere Kunden ermuntert, ihre Läger zu füllen.

Im zweiten Halbjahr hat sich der Umsatz wieder normalisiert. Leider sind im zweiten Halbjahr aber auch die gestiegenen Rohstoffpreise voll durchgeschlagen. Hinzu kamen weiterhin Reglementierungen seitens unserer Vorlieferanten. Das führte dazu, dass die Ergebnisse den gestiegenen Umsätzen keine Rechnung trugen.

Unterm Strich sprechen wir von einem ordentlichen Jahr, in dem wir es geschafft haben, Menge und Umsatz ordentlich zu steigern. Die Rohstoffmisere verhindert es allerdings von einem wirklich guten Jahr zu sprechen.

2 // Die größten Chancen sehen wir weiterhin in der Vermarktung von innovativen Produkten. Sowohl unsere konservierungsmittelhaltigen Sortimente als auch unsere Fassadeninnovationen sind im vergangenen Jahr sehr gut gewachsen. Diesen Weg werden wir konsequent fortsetzen. Auch unser Online Geschäft nimmt Fahrt auf. Wir werden im kommenden Jahr die ersten Drittanbieter auf unserem Marktplatz haben.

Am Standort bauen wir eine neue „Inca Slurry“-Anlage im Wert von fast 2. Mio. Euro, um die Kapazitäten zu erhöhen. Ein Logistiklager mit weiteren 4.000 Paletten Stellplätzen wird ebenfalls gebaut. Mit den laufenden Investitionen der letzten zwei Jahre kommen wir somit auf eine Gesamtinvestition von ca. 7 Mio. Euro. Wir sehen uns daher für die Zukunft gut aufgestellt.

Die Herausforderungen liegen in der Beschaffung und in der immer diffuser werdenden Gesetzgebung, die zunehmend aus Brüssel kommt.



Burkhard Fahle
Geschäftsführer Wibol-Lacke
DE-Solingen

1 // Die Geschäfte sind einiger Maßen gelaufen. Das ewige Auf und Ab durch Lieferengpässe, Coronakrise und die drastischen Preiserhöhungen belasten das Geschäftsjahr 2021.

2 // Die größten Herausforderungen sind für 2022 die Entwicklung der Preise bzw. der Lieferengpässe. Durch Flexibilität und kurze Lieferzeiten, bei gleichzeitig guter Qualität, sehe ich auch Wachstumchancen in 2022.



Steffen Rüdiger
Geschäftsführer
Rütgers Organics
DE-Mannheim

1 // Die Menge war stark, die Marge war schwach. Zusätzlich erlebten wir ein riesiges Rohstoff-Chaos, gefühlt das schwierigste Jahr seit langem. Trotzdem können wir zufrieden sein.

2 // Ganz klar auf der Beschaffungsseite und dann die Herausforderung, die gewaltigen Kostensteigerungen zumindest teilweise an unsere Kunden weiterzugeben

„EINE RÜCKVERLAGERUNG WICHTIGER KERNKOMPETENZEN NACH DEUTSCHLAND BZW. EUROPA – SO RICHTIG UND WICHTIG MIR DIESE ERSCHEINEN – KANN ICH NICHT BEOBACHTEN.“

Ralf Schwartz, Lackwerke Peters



Andrea Berghofer
Geschäftsführerin
Adler Werk Lackfabrik
Johann Berghofer
AT-Schwaz

1 // Die rasche Erholung der Weltwirtschaft hat sich auch positiv auf das Adler-Werk ausgewirkt. Wir konnten u.a. von der starken Nachfrage im DIY-Bereich, im Holzbau sowie von der guten Nachfrage in der Fenster- und Möbelindustrie profitieren und ein ausgezeichnetes Umsatzergebnis erzielen. Große Herausforderungen bereiteten uns sowohl die Verknappung von Rohstoffen und Vormaterialien als auch Lieferengpässe. Durch rechtzeitige Bevorratung konnten wir dem erfolgreich entgegensteuern, eine stabile Versorgungslage sicherstellen und somit für unsere Kunden jederzeit voll lieferfähig bleiben.

2 // Wir erwarten uns zukunftsweisende Lösungen durch die Arbeit an vielfältigen innovativen Projekten mit dem Schwerpunkt „Green Deal“ und Nachhaltigkeit. Die Knappheit der Rohstoffe und damit verbundene Preiserhöhungen bei Vormaterialien und Energie sowie Logistikkengpässe werden uns noch länger begleiten. Eine aktive Bevorratungsstrategie, die uns bisher gut durch die schwierigen Monate gebracht hat, wird in diesem Sinne fortgesetzt.



Thomas M. Adam
Geschäftsführender
Gesellschafter
Berger Gruppe
Phil. Berger Lack- und
chemische Fabrik
DE-Grünstadt

1 // Mit dem außergewöhnlichen Wachstum in 2021 können wir sehr zufrieden sein. Diverse Innovationen in unserem Produkt-Portfolio sowie neue Vertriebspartnerschaften sind die Grundlage für diesen schönen Erfolg in schwieriger Zeit. Denn Rohstoff-Lieferengpässe, Verknappungen und damit einhergehende ungewöhnliche Preiseerhöhungen machen uns nachhaltig zu schaffen. Die Frachtraten im Exportgeschäft per Übersee-Container haben sich vervielfacht wie noch nie. Auch hier gab es Engpässe, Exporte mussten warten und Ware hing lange in diversen Häfen fest. Dennoch konnten wir unsere Kundschaft fair und im Großen und Ganzen vollständig beliefern, was unsere Geschäftsbeziehungen in 2021 gefestigt hat. Der Wert einer langjährigen Kundenbindung und zuverlässiger Lieferanten wurde in besonderer Weise unter Beweis gestellt, sowohl im Verkauf als auch im Einkauf.

2 // Das Preisniveau und die Lieferengpässe werden uns vorläufig erhalten bleiben und fordern uns nachhaltig heraus. Wir setzen unseren erfolgreichen Wachstumskurs fort, investieren weiterhin massiv in unsere Produktionskapazitäten und Modernisierung der Anlagen sowie beträchtlich in die Optimierung der Prozesse sowie in die IT und Digitalisierung.



Thomas Fleischer
Geschäftsführer
Lafazit
DE-Zittau

1 // Das Jahr 2021 war sehr herausfordernd für uns. Der Lockdown und die Rohstoffsituation haben ein gemischtes Bild verursacht. Über unseren Onlineshop waren wir sehr schnell ausverkauft und dies wirkte sich positiv auf die Umsätze aus. Doch mit der Versorgungslage seitens der Rohstoffhersteller konnten wir unsere gewohnt schnellen Lieferzeiten nicht mehr aufrechterhalten. Die hochgesetzten Lieferzeiten wurden nicht von allen Kunden akzeptiert was sich negativ auf unser Ergebnis auswirkte. Neben den Rohstoffen war es auch herausfordernd genügend Gebinde, Dosen und Kartons geliefert zu bekommen. 2021 war somit ein schwieriges Jahr für uns.

2 // Wir setzen auf Expansion in 2022. Wir bauen unser Portfolio aus und ergänzen dieses um neue Produkte. Dafür nehmen wir auch neue Absatzmärkte ins Visier. Wir wollen künftig nicht nur Kunden in Europa, sondern auch in Asien und Amerika beliefern. Für 2022 sehen wir, insbesondere auf den Mittelstand, auch viele Herausforderungen zu kommen. Die überbordende Bürokratie bleibt uns erhalten und erschwert die Geschäfte von Mittelständlern unverhältnismäßig. Der Druck seitens der Lieferanten erhöht sich ebenso auf den Mittelstand. Neben den steigenden Preisen und knappen Verfügbarkeiten, werden nun auch kurzfristig geänderte Zahlungsbedingungen durchgesetzt.



Dirk Bremm
Leiter Unternehmensbereich
Coatings
BASF
DE-Münster

1 // 2021 war erneut ein herausforderndes Jahr – vor allem im OEM-Bereich. Nachdem der Automobilmarkt Anfang des Jahres Anzeichen der Erholung zeigte, hat sich das Bild in den letzten Monaten dramatisch verschlechtert. Neben der anhaltenden Pandemie mussten unsere Kunden aufgrund der weltweiten Halbleiter-Knappheit ihre Produktion drosseln oder zeitweise komplett herunterfahren. Zusätzlich haben die eskalierenden Rohstoffpreise in unserem Geschäftsumfeld Spuren hinterlassen. Trotz aller Hürden konnten wir durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden viele Erfolge feiern, die uns positiv in die Zukunft blicken lassen. Zudem sind bei den Reparaturlacken und im Bereich der Oberflächentechnik unsere Geschäfte in diesem Jahr hervorragend gelaufen.

2 // Auch 2022 wird sich der Automobilmarkt noch nicht wieder vollständig erholen. Unterbrechungen in der Lieferkette, insbesondere bei den Halbleitern, führen zu einem weiterhin volatilen Geschäftsumfeld. Wachstum sehen wir vor allem in der Region Asien-Pazifik, in der wir in den letzten Jahren durch strategische Investitionen unsere Marktposition ausgebaut haben. Große Chancen haben wir zudem in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung, in denen wir mit unseren Kunden vermehrt entsprechende Produkte und Lösungen realisieren.



Peter Jansen
Geschäftsführer
P.A. Jansen
DE-Bad Neuenahr-Ahrweiler

1 // Mit den Erlebnissen aus der Nacht vom 14. auf den 15. Juli, in der das gesamte Unternehmen von der Flutwelle im Ahrtal erfasst wurde, rückt diese Frage in diesem Jahr für uns in ein ganz neues Licht.

Wir sind unermüdlich mit Aufräumarbeiten und einem Neuanfang beschäftigt – und können jetzt mit Stolz verkünden: Wir sind noch nicht fertig, aber wieder da. Und das wären wir ganz sicher noch nicht ohne die unzähligen Sonderschichten unserer Mitarbeiter und Helfer, die diese Herkules-Aufgabe noch immer jeden Tag schultern.

2 // Im gesamten Ahrtal erkämpfen wir uns auch heute noch jeden Tag ein Stück Zukunft aus der Flut zurück. Unsere größte Chance und damit gleichzeitig auch die größte Herausforderung ist es somit, uns als Ganzes neu zu erfinden und aufzustellen – und das bei den aktuellen Rahmenbedingungen, die ohnehin schon nicht leicht zu meistern sind. Aber bei allen Unwägbarkeiten, die sich uns hier in den Weg stellen – wir sind zuversichtlich, dass wir schon bald die ersten Ergebnisse vorstellen können.



Thomas Klapproth
Kaufmännischer
Geschäftsführer
Bio Pin Gruppe
DE-Jever

1 // Im Export konnten wir die Umsätze steigern. Im deutschen Markt haben wir Umsätze verloren, da ein großer Wettbewerber uns heraus gekauft hat. Leider konnten wir diesen Umsatzverlust nicht durch den gestiegenen Export kompensieren.

2 // Die größte Chance für die Bio Pin Gruppe ergibt sich aufgrund der neuen Inhaberstruktur. Die Beteiligung der Meffert AG eröffnet uns neue Kunden und Zielgruppen, da wir nun einen starken und gut distributen Partner an unserer Seite haben.

Die größte Herausforderung für uns ist es die, massive Steigerung der Rohstoffkosten an die Kunden weiterzugeben. Für unsere Kunden bedeutet dieses die dritte Preiserhöhung innerhalb von zwölf Monaten.



Thorsten Kröllner
Geschäftsbereichsleiter Actega
Altana Gruppe
DE-Wesel

1 // Natürlich sind die Herausforderungen, denen wir uns durch die Pandemie gegenübersehen, nach wie vor vorhanden, doch unsere Vision bleibt unverändert und fokussiert. Auch in diesem Jahr haben wir an Lösungen gearbeitet, die unsere Kunden und uns fit für die Zukunft machen. Diese jüngsten Innovationen gehen auf die Bedürfnisse unserer Schlüsselmärkte ein und unterstützen die sich ändernden Anforderungen unserer Kunden, vor allem im Bereich Nachhaltigkeit. Dank dieser kontinuierlichen Innovationen und einer klaren Fokussierung auf unsere drei Business Lines sowie neuen Technologien konnten wir bei Actega das Geschäft weiter ausbauen, unser Produktportfolio diversifizieren und gleichzeitig unsere eigenen Nachhaltigkeitsziele erreichen. Allerdings ist auch unser Geschäft durch die schwierige Rohstoffversorgung und stark gestiegenen Rohstoff- und Logistikkosten negativ beeinflusst worden.

2 // Nachhaltigkeit ist eine unserer wichtigsten Herausforderungen, aber auch eine unserer größten Chancen. Bislang war sie ein sich entwickelnder Trend, aber jetzt ist das Thema glücklicherweise darüber hinausgewachsen. Nachhaltigkeit ist eine grundlegende Anforderung und Erwartung des Marktes. Bei der Suche nach neuen Lösungen geht es aber auch immer um die Einhaltung der sich ständig ändernden gesetzlichen Vorschriften. Wir arbeiten eng mit unseren Stakeholdern zusammen, um die besten Lösungen für die Branche zu finden und eine größere Wirkung zu erzielen. Dabei geht es uns darum, alle Aspekte der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und die Überlegungen einzubeziehen, die für den Erfolg einer Produktlösung wichtig sind, aber auch über die gesamte Wertschöpfungskette den nachhaltigsten Nutzen bringen. Daneben erwarten wir auch in 2022 auf der Rohstoffseite keine kurzfristige Entspannung



Walter Baer
Geschäftsführer
Haering
DE-Untergruppenbach-
Unterheinriet

1 // 2021 war gekennzeichnet durch eine insgesamt gesehen sehr hohe Nachfrage nach Produkten unseres Hauses. Während die Bautenschutzprodukte in beiden Pandemie Jahren einen starken Verkauf zeigten, war dies bei den Industrieprodukten 2021 wesentlich stärker ausgeprägt als noch ein Jahr zuvor. Somit sind wir mit der Mengenentwicklung 2021 insgesamt betrachtet sehr zufrieden. Allerdings mussten auch wir zahlreiche Preiserhöhungen in ungeahntem Ausmaß akzeptieren, so dass dies trotz teilweiser Weitergabe eine erkennbare Ergebnisdämpfung verursachte.

2 // Unser recht breites Produktprogramm schafft sicherlich gewisse Unabhängigkeit von branchenbedingten Negativfaktoren. Andererseits sehen wir weiterhin große Abhängigkeiten von der Beschaffungsseite, was Mengen, aber vor allem Preise betrifft. Da viele sonstigen betrieblichen Kosten deutlich steigen werden, wird dies in 2022 einen nicht unerheblichen Ergebnisdruck auslösen. Hinzu kommt 2022 für mittelständische Unternehmen zudem die große Herausforderung, behördliche Regulierungen zu bewältigen.



Jaqueline Eicke
Geschäftsführung
Vestacor
DE-Essen

1 // Grundsätzlich sind wir mit dem Geschäftsjahr 2021, trotz der sehr schwierigen Lage auf dem weltweiten Rohstoffmarkt, zufrieden. Der exponentielle Anstieg der Rohstoffpreise, sowie die massiven Verknappungen, haben uns jedoch vor außerordentliche Herausforderungen in diesem Jahr gestellt. Um eine zufriedenstellende Versorgung für unsere Kunden gewährleisten zu können, mussten die Rohstoffe permanent in enger Abstimmung mit den Lieferanten geforcastet und vorgekauft werden.

Neben der angespannten Rohstofflage, hatten wir resp. unsere Branche weiter mit den Auswirkungen der weltweiten Covid-19 Pandemie zu kämpfen. Die anhaltenden Kontaktbeschränkungen haben jedoch auch positive Aspekte zur Folge, sodass Termine, Meetings etc. nun immer mehr virtuell stattfinden. Die Wahrnehmung dieser in einem virtuellem Raum, wäre vorher in dieser Form nicht denkbar gewesen.

2 // Für das kommende Geschäftsjahr ist bereits abzusehen, dass die Unsicherheit auf dem Weltmarkt uns weiter begleiten wird resp. sich die Situation hinsichtlich der Versorgungslage fortwährend verschärfen wird.

Die größte Herausforderung wird demnach in der Beschaffung der Rohstoffe liegen, sowie mit den vorhandenen Ressourcen eine gerechte Wachstumsstrategie zu verfolgen. Eine weitere Aufgabe wird sein, Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit zu entwickeln und auf dem Markt zu etablieren. Leider ist die Entwicklung von nachhaltigen Alternativen der Rohstoffhersteller durch die weltweit anhaltende Pandemie und damit verbundene Versorgungsknappheit durch das Ungleichgewicht an Angebot und Nachfrage, nicht wie gewünscht in den vergangenen Jahren vorangegangenen, weshalb das angebotene Portfolio ausbaufähig ist. Eine Normalisierung ist aus unserer Sicht frühestens 2024 zu erwarten.



Mathias Conrads
Geschäftsführer
Dr.A.Conrads Lacke
DE-Wuppertal

1 // Das Jahr 2021 zeigte eine erfreuliche Tendenz, was die wieder zunehmende Auftragslage anging, jedoch war es geprägt von permanent notwendigen Preiskalkulationen, daraus resultierend entsprechende Kundendiskussionen sowie die Ungewissheit, rechtzeitig erforderliche Rohstoffe in ausreichendem Maße zu bekommen.

Die Folge hierdurch ist eine hohe Kapitalbindung durch erhöhte Lagerbestände zum Erhalt der Lieferfähigkeit, sowie geschrumpfte Margen, da nicht alle Kostensteigerungen adäquat weitergegeben werden konnten.

2 // Für das Jahr 2022 erwarten wir eine, wenn auch sehr langsame, Beruhigung der Marktsituation bei den Rohstoffen sowie den Transporten. Die zum Teil überhöhten Rohstoffpreise sowie die massiv gestiegenen Energiekosten werden sich hingegen vermutlich auf dem jetzigen Niveau halten.

Auch die weiterhin zunehmende Bürokratisierung, u.A. durch Reach und GHS, wird wieder viel Zeit in Anspruch nehmen.



Dr. Christina Körber
Geschäftsführerin
SIL Lackfabrik
DE-Coppenbrügge

1 // Für die SIL Lackfabrik hätte das Jahr 2021 zufriedenstellender sein können. Nach einem relativ guten Beginn ebnete der Umsatz nach dem dritten Quartal ab. Grund war einerseits die schwierige Rohstoffversorgung, die für Lieferverzögerungen sorgte. Andererseits war der Auftragseingang verglichen zu den Vormonaten sehr verhalten. Natürlich gingen auch die stark gestiegenen Preise für Rohstoffe und Verpackungen nicht an uns vorüber. Da wir die gestiegenen Kosten nicht komplett weitergeben konnten, drücken diese Umstände trotz höherer Tonnage unser Gesamtergebnis für 2021. Zusammenfassend hätte 2021 zwar besser laufen können, aber eben auch schlechter.

2 // Chancen nehmen wir generell wahr, sobald sie sich ergeben. Wir lassen uns überraschen, was das Jahr 2022 bringt und machen wie immer das Beste daraus - für unsere Kunden und uns. Einzig planbar sind derzeit die anvisierten Investitionen in unseren Anlagenpark. Damit werden wir die Erwartungen und Anforderungen unserer Kunden noch zuverlässiger und effizienter zufriedenstellen können. Die Herausforderung für 2022 werden sich nicht von denen in 2021 unterscheiden: Ganz oben auf der Liste stehen die Verfügbarkeit von Rohstoffen und Verpackungen. Wir sind gespannt, wie beispielsweise die Reihe der Force Majeure Meldungen weitergeht. Die bereits angekündigten Preiserhöhungen beschränken sich nicht nur auf Rohstoffe und Verpackungen sondern wirken sich auch massiv auf die Betriebskosten aus. Aber auch dieses Schicksal teilen wir mit allen Mitspielern in der Branche.



Willy Scheuchenpflug
CEO
Berlac Group
CH-Sissach

1 // Wir haben uns in praktisch allen Segmenten wirtschaftlich vom Corona-bedingten Rückgang erholt. Allerdings hatten und haben wir große Probleme auf der Rohstoffseite, die ja hinlänglich bekannt sind. Zudem erhöhen sich die Kosten für Energie und infrastrukturelle Dinge - Kosten, die nicht immer weitergegeben werden können. Im Kontext Lieferkette und Verknappung sehen wir natürlich auch Umsatzrückgänge im Bereich Automotive.

2 // Man muss vielleicht vorausschicken, dass es natürlich angenehmer ist, mit betriebswirtschaftlichen Herausforderungen zu tun zu haben, als beinahe ohnmächtig gegen ein Virus und dessen Kollateralschäden kämpfen zu müssen. Trotzdem sehen wir das kommende Jahr als besonders herausfordernd an, zumal wir die Beschaffung weiterhin als kritisch betrachten. Wir gehen aber marktseitig von einer weiteren Erholung aus, die Lieferketten werden sich Monat für Monat stabilisieren und erholen. Schwierig sehen wir allerdings mehr noch die Planbarkeit, man weiß eben nicht so genau was passieren wird. Eine mittelfristige Betrachtung fällt deutlich unschärfer aus, als dies in der Vergangenheit der Fall gewesen ist.



Ingo Reincke
Geschäftsführer
Reincke Naturfarben
DE-Buxtehude

1 // Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen. Es war natürlich kein exzellentes Jahr wie in 2020, in dem fast alle Unternehmen hervorragende Umsätze generieren konnten. Das Jahr kann aber unter der Kategorie Sonderkonjunktur verbucht werden. Am Umsatz gemessen war 2021 ein gutes Jahr für uns. Aber die Situation mit den Rohstoffpreisen und -verfügbarkeiten war jenseits von Gut und Böse. Hinzu kamen auch die steigenden Frachtkosten. Wir mussten zwei moderate Preisanpassungen vornehmen, die aber nicht ausreichen, um die gestiegenen Kosten aufzufangen.

2 // Wir werden erneut Preisanpassungen vornehmen müssen, um die steigenden Kosten zu kompensieren. Da bei uns ein sehr hoher Anteil an Leinöl verarbeitet wird, blicken wir auf die Leinsaat. Die Ernte im letzten Jahr war schlecht und führte zu sehr hohen Preisen. Wie es in diesem Jahr wird können wir noch nicht voraussehen. Wir haben uns aber mit ausreichend Rohstoffen eingedeckt, jedoch zu hohen Preisen. Als positiven Ausblick sehen wir eine Produktlinie, die wir in diesem Jahr in den Markt einführen. Diese Ölfarben für verschiedene Anwendungen sind fast auf Lebensmittelqualität produziert. Wir haben dazu einen starken Partner gewinnen können, der uns bei der Markteinführung unterstützt. Selbst wenn es in anderen Bereichen schlechter läuft in 2022, sind wir optimistisch, dass die neue Produktlinie sich sehr positiv auf unseren Umsatz auswirken wird.



Hans-Joerg von Rhade
Geschäftsführer
Südwest Lacke + Farben
DE-Böhl-Iggelheim

1 // 2021 war ähnlich wie 2020 ein außergewöhnliches Jahr: Es begann nachfragetechnisch sehr stark: wahrscheinlich bedingt durch einen Nachfrageüberhang aus dem Vorjahr sowie in Q2 bedingt durch „Panikkäufe“ im Angesicht von Rohstoffmengen. Zeitgleich stiegen die Preise für Rohstoffe und alle übrigen Produktionsfaktoren in einer bisher nie gekannten Form auf breiter Front, so dass es zu erheblichem Ergebnisdruck gekommen ist. Neben starker Nachfrage werden gerissene Lieferketten, Produktionsunterbrechungen sowie Marktkonzentrationen zu den Preissteigerungen beigetragen haben. Ab Mitte des Jahres schwächte sich die Nachfrage merklich ab, so dass wir bei Südwest von einem soliden einstelligen Wachstum ausgehen. Dank des hohen Einsatz unserer Mitarbeiter und schnellen Reaktionen glauben wir, etwas besser als der Markt abzuschließen.

2 // Neben Rohstoffkontingentierungen wird der erhebliche Margendruck die größte Herausforderung sein. Diese Herausforderungen werden bei einer sich abkühlenden Marktnachfrage das Ergebnis deutlich belasten. Dennoch wollen wir nach Abschluß unserer Großinvestition in das Südwest-Logistikzentrum in 2021 unserer Produktqualität und unserer Zuverlässigkeit weiter betonen, unseren Auftritt modernisieren sowie durch zusätzlichen Service und Kundennähe punkten. Gerade in diesen schwierigen Zeiten gilt es dem Handel ein berechenbarer Partner zu sein. In der Hoffnung, dass ab Q2 2022 die Corona-Erschwernisse und ab Q3 die Rohstoffproblematik deutlich an Bedeutung verlieren, blicken wir vorsichtig, aber insgesamt optimistisch ins neue Jahr.



David N. Peter
Geschäftsführer
Peter Lack Holding
DE-Herford

1 // Wir sind sehr zufrieden, denn wir konnten in der Firmengruppe ein Umsatzwachstum von über 20 % verzeichnen. Aufgrund stark gestiegener Beschaffungskosten, sind die Margen jedoch unter Druck.

2 // Entscheidend wird sein, wieder zu alter Rentabilität zurückzukehren. Für 2022 gilt für uns deshalb das Credo: „It is not a volume game, but a margin game!“



Jens Hesse
Geschäftsführender
Gesellschafter
Hesse GmbH & Co. KG
DE-Hamm

1 // Wir sind sehr stolz auf unser Hesse Lignal Team. Das Jahr 2021 ist massiv beeinflusst von so vielen Herausforderungen, Pandemie, Rohstoffverknappung, Preisexplosionen. Dazu kam – und das freut uns wirklich sehr – eine deutliche Absatzsteigerung.

Unser Wachstum ist eben nicht nur preisgetrieben! Das können wir nur mit einem großartigem Team meistern, mit viel Verständnis füreinander. Insofern sind wir mit dem Geschäftsjahr zufrieden, auch wenn wir aufgrund der massiven Preiserhöhungen und trotz mehrfacher Anpassung der Preise auf unseren Märkten die Margenverluste bei weitem nicht auffangen konnten. Ebenso wäre ein sehr deutlich stärkeres Mengenwachstum möglich gewesen, wenn denn die Rohstoffindustrie lieferfähig gewesen wäre. Das ist wirklich enttäuschend für uns alle, besonders für unsere ambitionierten Vertriebler.

2 // Die Unsicherheit in der Zukunft ist für uns die neue Normalität geworden. Von daher sehen wir den vielen bekannten und noch unbekanntem Herausforderungen gelassen entgegen. Die Basis für unser Handeln ist ein großes Vertrauen in unsere vorhandene und neu gelernte Flexibilität und Schnelligkeit. Was uns aber wirklich in unserer Entwicklung massiv einschränkt, das sind die Probleme der Rohstoffindustrie, unser Wachstum zu begleiten. Chance ergeben sich aber trotzdem viele. Auf neuen und bestehenden Märkten, national, wie international. Nachhaltigkeitsthemen werden ein immer größere Rolle einnehmen. Wir sind mit vielen Lösungen an den Märkten aktiv und haben zum Beispiel mit unseren UV-Lacken auf Basis nachwachsender Rohstoffe einzigartige Lösungen an der Hand.



Marcel Prieto
Geschäftsführer
Lignocolor
DE-Senden

1 // Das Jahr 2021 war ein außergewöhnlich herausforderndes Geschäftsjahr, das ganz im Zeichen der Corona-Pandemie stand. Rohstoffverfügbarkeiten und -verknappungen kennzeichnen das abgelaufene Geschäftsjahr. Unter diesen erschwerten Bedingungen konnten wir die Ziele und Projekte voranbringen. Angesichts der schwierigen Rohstoffsituation haben wir uns auf die meisten Lieferanten verlassen können und dadurch das Unternehmen weiterentwickelt. Die Umsetzung der Corona-Schutzmaßnahmen im Betrieb führten zu einer weiteren wirtschaftlichen und personellen Belastung.

2 // Das Jahr 2022 wird ein weiteres Jahr voller Chancen und Herausforderungen für die gesamte Lackindustrie sein. Die Rohstoffverknappung und die -verfügbarkeit sind weiterhin die dominierenden Themen für das Unternehmen im Jahr 2022. Verlässliche Prognosen für die Geschäftsentwicklung sind unter den nicht kalkulierbaren Rahmenbedingungen schwieriger geworden. Die weitere Entwicklung hängt unter anderem davon ab, wie erfolgreich die Corona-Pandemie eingedämmt wird, etwa durch weitere Impffortschritte und kluge politische Maßnahmen. Unter diesen Voraussetzungen wird das Wachstum im Jahresverlauf 2022 an Dynamik gewinnen.



Friedrich-Wilhelm Wagner
Geschäftsführer
Adolf Wagner
Chemische Fabrik Hessen
Lackfabrik
DE-Biedenkopf

1 // Wir hatten ein gutes Geschäftsjahr 2021 mit steigenden Umsätzen und sind deshalb sehr positiv gestimmt.

Unsere gesteckten Ziele haben wir vollumfänglich erreicht. Nachteilig wirkte sich aus, dass pandemiebedingt der persönliche Kontakt zu unseren Kunden und Lieferanten in der gewohnten Form nur bedingt stattfinden konnte. Der persönliche Austausch in unserer überschaubaren Branche ist letztlich durch nichts zu ersetzen.

Das große Thema 2021 war die weltweite Überhitzung der Märkte der chemischen Industrie in den zahlreichen Wertschöpfungsstufen mit den enormen Auswirkungen auf Preis und Verfügbarkeit. Dieser Umstand ist für uns in dieser Massivität einzigartig und hat unseren Ertrag geschmälert. Trotz der angespannten Situation waren wir durch eine frühzeitige Vorsorge in unserer Beschaffung stets lieferfähig.

2 // Die angespannte Versorgungslage und die Corona-Pandemie wird uns weiter in Atem halten. Wir rechnen deshalb nicht mit einer Normalisierung in 2022.

Die größten Chancen sehen wir in unserer breit aufgestellten Kundenstruktur und in unserem Produktportfolio.



Gerhard Reusmann
CTO und COO
Dörken Coatings
DE-Herdecke

1 // Die Dörken Coatings erwartet für das Jahr 2021 einen Umsatz über dem Niveau von 2020 – dies gilt sowohl für die Industrielacke als auch für die Baufarben im zweistufigen Vertrieb. Dabei sehen wir nach einem starken ersten Halbjahr eine Abschwächung in der zweiten Jahreshälfte. Negativ beeinflusst wurde das Jahr durch deutlich gestiegene Energie-, Fracht- und Rohstoffkosten und Rohstoffknappheiten. Die Rohstoffengpässe haben jetzt schon negative Einflüsse auf die Produktivität unserer Kunden, wie zum Beispiel den Automobilsektor.

2 // Die größte Chance für 2022 liegt aus meiner Sicht in der Normalisierung der Beschaffungssituation. Gleichzeitig werden die massiven Kostenerhöhungen, getrieben unter anderem durch Rohstoffkostenerhöhungen und Rohstoffengpässe, eine große Herausforderung darstellen. Insgesamt sehen wir zudem, wie weiterhin die Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung immer wichtiger werden. So haben wir bereits Maßnahmen ergriffen, um höchste Flexibilität der Fertigung durch Digitalisierung aller Wertschöpfungsprozesse und höchste Nachhaltigkeit im Einsatz von Energie, Rohstoffen, Gebäuden und Maschinen zu erreichen.



Sven Wehinger
Geschäftsführer Marketing und
Vertrieb
Griwecolor
DE-Bräunlingen-Döggingen

1 // Das gesamte Jahr 2021 war durch immense und unplanbare Preissteigerungen und Rohstoffverknappungen gekennzeichnet. Darüber hinaus ist der chinesische Markt für uns ein sehr wichtiger Abnehmer. Dieser ist allerdings pandemiebedingt komplett weggebrochen. Unsere langjährige Marktpräsenz in China, wurde 2019 deutlich intensiviert und sollte in 2020 und 2021 weiter ausgebaut werden. Auch hier ist die Pandemie, in ihrer gesamten Breite von Reiserestriktionen bis Rohstoffverfügbarkeit bzw. deren Preise, für die negative Marktentwicklung mitverantwortlich. Nichts desto trotz konnten wir im europäischen Binnenmarkt und in Russland insgesamt zulegen, sodass wir voraussichtlich mit einem leichten Umsatzplus das Geschäftsjahr 2021 beschließen können.

2 // Die allgemeine Preisentwicklung und auch die steigende Inflation werden neben der Pandemiebewältigung sicherlich die größten Herausforderungen für das Jahr 2022. Durch die neue Regierung sollten zumindest in dem von der FDP geführten Finanzministerium einige positive Entwicklungen stattfinden und die übermäßige Last der Vergangenheit nicht ausschließlich auf die Betriebe abgewälzt werden

„DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG FÜR UNS IST ES DIE, MASSIVE STEIGERUNG DER ROHSTOFFKOSTEN AN DIE KUNDEN WEITERZUGEBEN. FÜR UNSERE KUNDEN BEDEUTET DIESES DIE DRITTE PREISERHÖHUNG INNERHALB VON ZWÖLF MONATEN.“

Thomas Klapproth, Bio Pin Gruppe



Christophe Sabas
Geschäftsführer
Beckers Group
DE-Berlin

1 // Was die Beckers-Gruppe betrifft, so war das Jahr 2021 ein starkes Jahr. Wir sind in fast allen Märkten wieder auf dem Niveau von vor der Krise. Coil Coating ist der Wachstumshaupttreiber, während wir auch eine gute Umsatzentwicklung im Bereich Industrielacke sehen. Die Spannungen in der Lieferkette haben der Farbenindustrie - und damit auch Beckers - erheblich geschadet. Unsere Teams haben großartige Arbeit geleistet, um unsere Kunden zu unterstützen und ein hohes Serviceniveau aufrechtzuerhalten, trotz Engpässen bei einigen wichtigen Rohstoffen. Wir hatten auch mit einer noch nie dagewesenen und außergewöhnlichen Inflation bei Rohstoffen zu kämpfen. Wir haben viel Energie aufgewendet, um diese Krise abzufedern. Unser Beschaffungsteam sucht mit Unterstützung von F&E nach alternativen Materialkomponenten und Lösungen. Nichtsdestotrotz mussten wir auch transparent mit unseren Kunden kommunizieren und einen Teil der zusätzlichen Rohstoffkosten weitergeben. Es ist sehr wichtig für uns, nahe bei unseren Kunden zu sein und gemeinsam einen Weg zu finden, um in diesen schwierigen Zeiten wettbewerbsfähig zu bleiben.

2 // Bei Beckers haben wir viele Maßnahmen eingeleitet, um unsere Lieferkette zu stärken. Dies wird gleichzeitig eine große Herausforderung und eine große Chance sein, um unseren Weg zu nachhaltigeren Produkten zu beschleunigen. Wir arbeiten daran, den Nachhaltigkeitsindex unserer Produkte zu verbessern, formulieren mit neuen Rohstoffen und erforschen ständig neue Technologien zum Nutzen unserer Kunden. Nichtsdestotrotz gehen wir davon aus, dass die Anspannung auf den Preis bis zum zweiten Quartal des nächsten Jahres anhalten wird, und wir müssen die bereits eingeleiteten Maßnahmen bis 2021 fortsetzen. Beckers hat sich verpflichtet, seine Kunden zu unterstützen und zu investieren, wo immer es nötig ist, um den Markt zu begleiten. Wir glauben, dass wir in Asien viele Möglichkeiten haben werden, sowohl bei Coil Coating als auch bei Industrial Coatings. Auch auf dem amerikanischen Kontinent und in einigen Teilen Europas haben wir Möglichkeiten ausgemacht. Aus der Produktperspektive werden wir uns, wie gesagt, auf nachhaltige Lösungen konzentrieren (UV, EBC bei Coil Coatings; wasserbasiert bei Industrial Coatings). Wir arbeiten auch an spezifischen Märkten. Um nur einige zu nennen: Beckers entwickelt Technologien im Bereich Coil Coating für den Haushaltsgerätemarkt, für hochbelastbare Produkte, aber auch für den Markt der Kernplattenlacke. Im Bereich der industriellen Beschichtungen entwickeln wir Lösungen für den Markt für Consumer Design Finishes (Staubsauger, Mobiltelefone), für das ACE-Geschäft oder den Markt für Kunststoff-Außenhautteile in der Automobilindustrie.



Philipp Hülsemann
Geschäftsführer
Huelsemann Coatings
DE-Wuppertal

1 // Das ablaufende Jahr geht für unser Traditionsunternehmen ohne Zweifel in die Geschichte ein. Im April dieses Jahres haben wir unsere Betriebsverlagerung an unseren neuen Standort erfolgreich vollzogen. Durch den Umzug haben wir moderne und gut gegliederte Arbeitsbereiche geschaffen, die uns den Raum und die Kapazität geben, die Zukunft weiter erfolgreich zu gestalten. Wir freuen uns über diese, für die gesamte Organisation motivierende Veränderung und unterstreichen damit unsere Wachstumsambitionen.

Blickten wir zu Anfang der Pandemie noch sorgenvoll auf den Nachfragerückgang unserer Absatzmärkte im In- und Ausland, so hat sich die Lage in 2021 für uns glücklicherweise deutlich aufgehellt. Verglichen mit dem Umsatzrückgang im Vorjahr, werden wir dieses Jahr einen Umsatz auf dem Niveau 2019, also vor Beginn der Pandemie, erreichen. Ein Ergebnis mit dem wir trotz aller Herausforderungen und äußeren Einflüssen sehr zufrieden sein können.

Besonders hervorzuheben ist auch in diesem Jahr wieder die erfolgreiche Umsetzung einzelner Kundenprojekte. Speziell mit unserem wasserbasierenden Industrielackprogramm haben wir uns gegen oftmals etablierte Alternativen erfolgreich durchsetzen können.

Auch auf der negativen Seite geht das ausgehende Jahr in die Geschichtsbücher ein. Rohstoffkostenexplosionen in nie dagewesenen Dimensionen sowie extreme und unsichere Lieferzeiten haben uns und damit unsere Kunden vor große Probleme und Herausforderungen gestellt. Diese Einflüsse haben selbstverständlich direkte Auswirkung auf unser Ergebnis.

2 // Wegweisend werden wieder die Gegebenheiten sein, die wir nicht beeinflussen können. Die Entwicklung der Rohstoffengpässe und -preise werden direkte Auswirkungen auf unseren Geschäftsverlauf nehmen. Derzeit ist nicht davon auszugehen, dass es in der ersten Hälfte des neuen Jahres zu einer Stabilisierung oder gar zu einem Rückgang der Materialpreise kommen wird. Wir sehen daher für uns und unserer Branche eine anhaltend herausfordernde Zeit vor uns liegen.

Chancen sehen wir neben einer hoffentlich weiteren Belebung der Absatzmärkte speziell in der Fähigkeit unserer Organisation, die Stärken eines flexiblen Mittelständlers aufzuzeigen und als Unterscheidungsmerkmal unseren Kunden und Interessenten zu verdeutlichen. Wir sind überzeugt, dass wir als mittelständisches Familienunternehmen viele interessante Fähigkeiten mitbringen und nutzen können. Denn auch für 2022 haben wir hochgesteckte Ziele, die wir ungeachtet aller Randbedingungen erreichen wollen.

„WIR ERWARTEN UNS ZUKUNFTSWEISENDE LÖSUNGEN DURCH DIE ARBEIT AN VIELFÄLTIGEN INNOVATIVEN PROJEKTEN MIT DEM SCHWERPUNKT „GREEN DEAL“ UND NACHHALTIGKEIT.“

Andrea Berghofer, Adler Werk Lackfabrik Johann Berghofer



Michael Steinlin
Geschäftsführer
Dold AG
CH-Wallisellen

1 // Mit der Absatzentwicklung sind wir in 2021 zufrieden. Die großen Herausforderungen waren in 2021 auf der Beschaffungsseite zu finden. Die knappe Verfügbarkeit vieler Rohstoffe und deren exorbitanten Preiserhöhungen haben uns das Leben sehr, sehr schwer gemacht. Diese Problematik hat zu einem massiven internen Mehraufwand und auch Effizienzverlust geführt. Es ist uns jedoch trotzdem gelungen die Lieferfähigkeit für unsere Kundschaft jederzeit zu 100 % aufrecht zu erhalten. Darauf sind wir stolz.

2 // Diese aktuelle globale Beschaffungskrise zwingt uns Alternativen und auch unkonventionelle Wege auszuprobieren. So schauen wir auch über den Tellerrand hinaus, was uns für die Zukunft neue Optionen und Chancen auf der Beschaffungsseite bringen wird. Die Herausforderung wird auch in 2022 sein, dass wir unsere Lieferfähigkeit aufrecht erhalten können.