

Im Wettbewerb mit der nackten Wand

Bei Erfurt in Wuppertal entsteht noch manches mehr als bloß die Raufaser

„Endlich Raufaser!“. Mit einer bundesweit plakatierten Kampagne trommelt Erfurt derzeit für sein noch immer umsatzstärkstes Produkt: die vor 140 Jahren entwickelte Raufaser.

Bei Tempo denken die meisten Deutschen an Papiertaschentücher. Bei Haribo? An Gummibären. Und bei Tesa? An den gleichnamigen Film. Nur wenige Marken werden mit dem Gattungsbegriff oder einem Unternehmen gleichgesetzt. Bis eine echte Marke aufgebaut ist, dauert es meist Jahre. Der Name Erfurt steht seit je her für das Produkt Raufaser, die bei den Wuppertalern traditionell mit h geschrieben wird, neue Rechtschreibung hin oder her. Mit einer frechen Anzeigenkampagne für das Brot- und Butterprodukt brachte sich das traditionsreiche Unternehmen gerade erst wieder ins Gespräch. Dabei produziert Erfurt noch einiges mehr als bloß Raufaser. Und in diesem Jahr hat der familiengeführte Betrieb sogar zum ersten Mal sein angestammtes Terrain, den Innenbereich, verlassen.



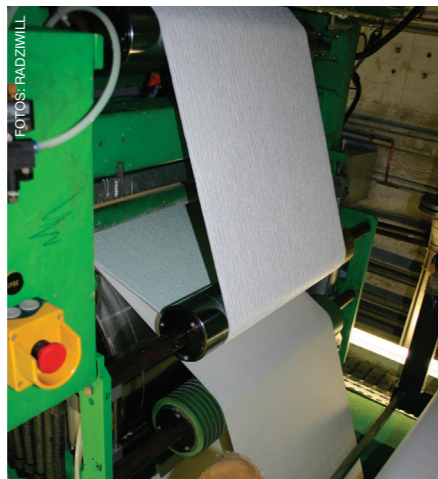
Heino von Dreele
Marketing Manager Erfurt

„Ein Label mit 75 Sprachen – das funktioniert nicht.“

Erfurt

Gegründet: 1827 in Dahlhausen bei Schwelm
Leitung: Martin und Henrik Erfurt (GF)
Export: in 30 Länder
Mitarbeiter: ca. 350
Kapazitäten: 1.200 Kilometer Raufasertapete/Tag
Spektrum: Raufaser, Papierprägetapeten, Vliesfaser, außerdem Spezialkleister und Vlieskleber sowie das Erfurt-Fassadensystem

Weitere Infos: www.erfurt.com



Mehr als Raufaser: Erfurt stellt in Wuppertal auch Vliesfaser- und Papierprägetapeten her.



Zu den Grundstoffen für Raufaser gehören neben Papier und Wasser auch Holz, wie Lars Jentzen demonstriert.

Auf der Messe Farbe (vergl. Seite 34 bis 37) hat die Erfurt & Sohn KG den Wandbelag FlexoMur vorgestellt. Vier Jahre hat die Entwicklung gedauert. Die Anregung zu diesem System sei vom Malerhandwerk selbst gekommen, erklärt Lars Jentzen, Leiter Werbung und PR bei Erfurt: „Es gab viel weniger Vorbehalte als wir gedacht hatten. Die Messe war für uns aber in erster Linie ein Forum, kein Orderplatz, sondern eine Möglichkeit zur Imagedarstellung. Das Interesse an FlexoMur war groß.“ Die Idee der 'Tapete' für außen ist nicht neu, und Produkte dieser Art waren auch schon auf dem Markt. Der Unterschied zu Vorläufern liege in einem entscheidenden Detail: „Bei FlexoMur geht es nicht nur um die Optik, sondern auch um die Technik, genauer: den Risschutz“. Weitere Innovationen, so Jentzen, seien in Planung, „aber jetzt muss erst einmal dieses System zum Laufen kommen.“

So wird Erfurt auch weiterhin auf seine traditionellen drei Standbeine vertrauen: die Papierprägetapeten, die Vliesfasertapeten und, wie seit 140 Jahren, die Raufaser. Die Bandbreite an Raufaserprodukten ist mit den Jahren größer geworden und die Produktion hat sich immer wieder der technischen Entwicklung angepasst – die Zutaten allerdings sind im Prinzip immer die gleichen geblieben:

Papier, Zellulose, Wasser und Holzspäne. „Wir nehmen die volle Fichte“, erklärt Jentzen, „die wird gemahlen und heraus kommen die Späne. Beim Holz verwenden wir keine Abfallprodukte, aber ansonsten nutzen wir bei der Raufaser überwiegend Altpapier.“

Aus drei Lagen besteht eine handelsübliche Raufasertapete: dem leicht grünlischen Unterzug, der Mittelschicht aus Papier und Holz sowie der Deckschicht mit einem nur geringem Altpapieranteil. Allein 1.200 Kilometer Raufasertapete verlassen jeden Tag das Werk in Wuppertal. Mit der Stadt und den umliegenden Gemeinden ist die Familie Erfurt seit vielen Jahren eng verbunden. Ganz in der Nähe des heutigen Standorts, in Dahlhausen bei Schwelm, hat der Apotheker Hugo Erfurt das Unternehmen 1827 gegründet. Heute wird der Familienbetrieb in siebter Generation von den Cousins Henrik (technischer Bereich) und Martin Erfurt (kaufmännischer Bereich) geführt. Die Doppelspitze hat sich nicht ganz zufällig ergeben: Vor Jahren wurde vertraglich festgeschrieben, dass immer nur maximal zwei Mitglieder des umfangreichen Erfurt-Clans an der Spitze des Betriebes tätig sein dürfen, um mögliche Konflikte klein zu halten. Und: Mit 65 Jahren ist Schluss – dafür haben die Erfurt-Cousins aber noch fast zwanzig Jahre Zeit.



Wahrzeichen: Den Turm nahe der Wupper, der früher in der Werbung eingesetzt wurde, gibt's auf dem Gelände wirklich.



Das Marketing-Team bei Erfurt: Lars Jentzen (im Hintergrund) und Heino von Dreele.

Mit Raufaser ist die Familie zu Wohlstand gekommen, und noch heute liegt der Umsatzanteil dieses Produkts bei siebzig bis 75 Prozent. Die Papierprägetapete dagegen sehen viele Branchenkenner – Vlies sei Dank – eher auf dem absteigenden Ast. Heino von Dreele, Marketingleiter bei Erfurt, will die Novaboss-Reihe allerdings noch lange nicht abgeschrieben wissen: „In Zukunft werden wir die Papierprägetapete vielleicht mit den Vorteilen der Vliestapete verbinden. Wir versehen hier vieles mit einem großem Fragezeichen.“

»Wir dürfen und wir werden den deutschen Markt nicht vernachlässigen.«

Die Papierprägetapete ist heute fast nur noch im DIY-Bereich gefragt – und dümpelt dort meist vor sich hin. „So lange ein Markt dafür da ist“, sagt Lars Jentzen, „werden wir ein Produkt nie vernachlässigen.“ Wer weiß, ob die Prägetapete, die zu hundert Prozent aus Papier besteht und frei von PVC ist, nicht doch noch eine unerwartete Renaissance erlebt? „Wir sehen bei den Papierprägetapeten Handlungsbedarf und werden auf der

nächsten Heimtextil wieder etwas Kreatives zeigen“, verspricht von Dreele. Und auch der Markt für das im Jahr 2004 nach einigen technischen Problemen eingeführte Rauhvlies sei „ausbaufähig“, erklärt Jentzen: „Der Grundstock ist da, die Kurve steigt nach oben, das entwickelt sich jetzt.“

Aus dem vor 178 Jahren gegründeten Unternehmen ist mit den Jahren ein international agierender Konzern geworden, der eine Exportquote von zwanzig Prozent vor Augen

hat und in dreißig Länder exportiert – und der Export ist für die Raufaser die einzige Möglichkeit zu wachsen. Ein Anteil von 48 Prozent an aller Tapezierertätigkeit in Deutschland lässt sich halten, aber kaum mehr steigern.

So dienen der Markenrelaunch Anfang des Jahres und die aktuelle Kampagne auch mehr dazu, das Image der Raufaser aufzupolieren als weitere Marktanteile im Inland zu erobern. Eine Reaktion auf ähnliche Aktionen der Tape-

tenindustrie sei „Endlich Raufaser!“ jedenfalls nicht, erklärt Lars Jentzen: „Im Wettbewerb stehen wir weniger mit der Tapete als vielmehr mit dem Putz, der nackten Wand. Wir werden nie für Designkompetenz stehen, und das ist auch nicht unser Ziel.“

In den großen Wachstumsmärkten Russland und China sind die Wuppertaler über Distributionspartner schon länger aktiv. Im Vergleich zu den Tapetenherstellern wird sich Erfurt für den Bereich Export in Zukunft aber noch eini-

ges einfallen lassen müssen. „Wir haben noch keine wirklich länderspezifischen Produkte. Für jeden ein bisschen – das geht nicht mehr. Ein Label mit 75 Sprachen und jeder sucht sich seine heraus, das funktioniert nicht“, räumt Heino von Dreele ein, und fügt hinzu: „Achtzig Prozent unseres Umsatzes machen wir aber in Deutschland. Wir dürfen und wir werden den deutschen Markt darum nicht vernachlässigen.“ ■ **ALEXANDER RADZIWIŁŁ**



Größere Mengen Altpapier lagern bei Erfurt immer im Hof – als Rohstoff für die Raufaser.



Ein Brei aus aufgeweichtem Papier und Zellulose steht am Anfang der Produktion.



Im Rollensaal werden die riesigen Rollen auf handlichere abgerollt – und gleich fertig verpackt.