

In der Nische findet sich die Chance

Der Hersteller baut sein Sortiment an Maler-Spezialprodukten weiter aus

Im idyllischen Ahrtal, zwischen Bonn und Koblenz gelegen, produziert das familiengeführte Unternehmen P.A. Jansen in Bad Neuenahr-Ahrweiler Lacke, Spachtel- und Spezialprodukte für den professionellen Anwender.

Der Name Jansen steht einerseits für Beschichtungen von Oberflächen, für Farben, Lacke und Lasuren unter Eigen- und Fremdmarken, andererseits für Maler-Spezialprodukte zur Grundierung, für Rostschutz, Isolierung und vieles mehr. Das mittelständische Unternehmen fertigt und entwickelt seine Produkte unabhängig von den großen Konzernen der Branche und „für anspruchsvolle Verarbeiter“, wie der Geschäftsführer Peter Jansen erklärt.



Peter Jansen

Geschäftsführer P.A. Jansen

»Wir wollen die Position des Herstellers von Maler-Spezialprodukten ausbauen.«

P.A. Jansen

Gegründet: 1878 in Bad Neuenahr-Ahrweiler, 1919 Übernahme durch Peter A. Jansen

Eigentümer: in Familienbesitz

Umsatz: 15 Millionen Euro

Mitarbeiter: 76 (davon 4 Außendienstler)

Kunden: Malerfachhandel und Malerhandwerk

Vertrieb: Farbenfachgroßhandel

Spektrum: Beschichtungen für Oberflächen, Farben, Lacke und Lasuren für Eigen- und Fremdmarken, Lackspachtel Ahrweilit, Maler-Spezialprodukte für Grundierung, Rostschutz, Isolierung u.v.m.

Weitere Infos: www.jansen.de



Jansen stellt Lacke, Spachtel und vieles mehr für Profis her – die gesamte Produktion findet auf dem Gelände des Familienunternehmens im idyllisch zwischen Weinbergen gelegenen Bad Neuenahr-Ahrweiler statt.

Seit der Neuausrichtung in diesem Jahr konzentriert sich der Hersteller noch stärker auf seine Spezialitäten für den Maler-Profi. Die Herstellung von Dispersionsfarbe wurde dagegen beendet. Ulrich Rittmeyer, ebenfalls Geschäftsführer, sagt: „Wir haben bis vor zwei Jahren Dispersion im Programm gehabt. Als mittelständisches Unternehmen sind wir aber in einem Wettbewerbsumfeld zu Hause, das von Großunternehmen geprägt ist. Wir mussten uns auf das konzentrieren, was wir gut können. Wir kommen aus dem Spachtelbereich und haben unser Sortiment um Lacke, Lasuren und Maler-Spezialprodukte ergänzt. Und dieses Segment an Maler-Spezialprodukten bauen wir sukzessiv weiter aus.“

Bereits 2006 begann bei Jansen die Umstellung auf lösemittelreduzierte Rezepturen. Neue wasserbasierte Produkte kamen und

kommen hinzu. „Die Zukunft liegt in den wasserverdünnbaren Produkten“, sagt Peter Jansen. Umweltgerechtes Verhalten, Nachhaltigkeit, ökologische wie soziale Verantwortung gehörten zur Unternehmensphilosophie, erklärt Ulrich Rittmeyer. Farbe und Lacke, ergänzt Peter Jansen, seien zu einem guten Stück ökologische Produkte: „Wir betreiben Sachwertschutz. Wir schützen Gegenstände aus Holz und Metall davor, von der Natur vernichtet zu werden. Unsere Branche leistet dazu einen entscheidenden Beitrag.“

Während Geschäftsführer Peter Jansen sich auf die Schwerpunkte Verwaltung inklusive Personal und Rechnungswesen, Produktion, Umweltschutz und Sicherheit konzentriert, ist sein Co Ulrich Rittmeyer verantwortlich für die Bereiche Logistik, Marketing, Anwendungstechnik, Forschung und Entwicklung,



Die neuen Street-Tattoos bestehen aus vorgefertigten Bodenmarkierungen, die der Handwerker leicht und schnell anbringen kann. Die beiden Jansen-Geschäftsführer Ulrich Rittmeyer (links) und Peter Jansen, hier mit Jaqueline Magdsick, die für PR und Kommunikation des Unternehmens verantwortlich ist.

für einen Teil des Einkaufes und den Vertrieb. Der Großhandel ist für P.A. Jansen der zentrale Absatzkanal. Hinzu kommen in geringerem Umfang Kunden aus dem Fachhandel sowie andere Hersteller aus der Branche. Das bedeutet für die Marke Jansen: weder Direktvertrieb an professionelle Verarbeiter oder Selbstermacher noch eigener Internetvertrieb. Der Ausbau des Geschäftes mit den Industriekunden steht nicht an, ebenso wenig die Belieferung von Baumärkten mit der Marke Jansen, was zeitweise praktiziert wurde.

von NE-Metallen sowie feuerverzinkten Stahlteilen geeignet. Der Hersteller konzentriert sich auf solche Spezialprodukte und damit auf die Nische im Profi-Angebot. „Wir wollen unsere Position des Herstellers von Maler-Spezialprodukten weiter ausbauen“, sagt Peter Jansen.

In diesem Jahr wurde das Sortiment um einige Neuheiten im Bereich Markierungen erweitert. Dazu gehören zum Beispiel thermoplastische Markierungssysteme, so genannte Street-Tattoos – eine Produktreihe, an die sich

zeichnen zu haben, können aber auch als individuelle Applikationen wie zum Beispiel Firmenlogos in Auftrag gegeben werden. Auf der Straße, dem Firmengelände, dem Parkplatz, in Schulhöfen oder auf Einfahrten lassen sich die Street Tattoos mit einem handelsüblichen Brenner rasch anbringen und sind bereits nach dreißig Minuten belastbar. „Der personelle und technische Aufwand ist minimal“, erklärt der Hersteller.

Der Anwender muss solche neuen Produkte erst kennen und beherrschen lernen – und

»Die Zukunft liegt in wasserverdünnbaren Produkten.«

Ein Jansen-Klassiker, der bereits 1922 patentiert wurde, ist der Ahrweilit Spachtel. Unlängst hat ihn der Hersteller von Maler-Spezialprodukten mit einer verbesserten Rezeptur versehen. Möglich wurden dadurch eine beschleunigte Trocknung, eine erhöhte Rissfreiheit bis 0,8 Millimeter und ein höherer Weißgrad – für den Malerprofi eine klare Zeit- und Kostenersparnis.

Jansen setzt auf permanente Neu- und Weiterentwicklung seiner Maler-Spezialprodukte und arbeitet dabei eng mit professionellen Anwendern vor Ort zusammen. Vergleichsweise jung ist die Geschichte von Metallon DS, das speziell für die Beschichtung von Metalloberflächen im Innen- und Außenbereich entwickelt wurde. Die im Februar vorgestellte Metallschutzfarbe schützt Eisen gegen Korrosion und ist für die Beschichtung

mancher Malerprofi erst noch wird gewöhnen müssen. Die vorgefertigten Bodenmarkierungen sind als Verkehrszeichen wie Stopp- und Verbotsschilder, Pfeile oder Bushaltestellen-

mitunter vielleicht die ein oder andere Hemmung abbauen, etwas einzusetzen, was bisher nicht zu seinem Kerngeschäft gehörte. Schulungen spielen bei Jansen eine entsprechend große Rolle, sowohl für den Großhandel als auch für Anwender selbst.

Neu ist in diesem Jahr auch der Internet-Auftritt www.jansen.de gestaltet worden. Neben umfassenden Produktbeschreibungen findet sich dort ein umfangreiches Serviceangebot. Ein Produktfinder hilft dem Handwerker in den Bereichen Produktgruppe, Anwendung oder Untergrund nach der passenden Lösung für seine Anforderung suchen. Hinzu kommen Infos zu den Themen Oberflächenbeschichtung, Verarbeitung von Lacken und weiteren Jansen-Produkten sowie ein Infotainment-Bereich. ■



Der Ahrweilit Spachtel wurde 1922 zum Patent angemeldet und ist heute ein Jansen-Klassiker.

ALEXANDER RADZIWILL