

Schlüter Systems: Unternehmer mit der Erfolgs-Schiene

Wer bei „Wikipedia“ den Begriff „Trennschiene“ in der Suchmaske eingibt, bekommt unter anderem diese Antwort: „Mit einer Bodenbelagstrennschiene (auch als Schlüterschiene bekannt) werden Bodenbeläge untereinander oder gegen andere Materialien abgegrenzt.“ Selbst wer nur am Rande mit dem Geschehen am Bau und Ausbau zu tun hat, weiß, hier handelt es sich um einen Gattungsbegriff, den ein Unternehmen geprägt hat.

Die „Ur-Schiene“: Damit fing die Erfolgsgeschichte der Schlüter-Schiene an. 1975, als Prospekte noch nicht am Computer, sondern mit Reinzeichnung und Fotosatz gemacht wurden, hat Werner Schlüter seinen ersten Werbeprospekt entworfen.



Es ist gewissermaßen der Traum eines jeden Marketing-Strategen, Firmenname untrennbar mit dem Produkt zu verbinden. Im Baugeschehen ist das in der Vergangenheit sehr selten gewesen. „Rigips“ war zum Beispiel so ein Fall, bei dem jeder wusste, hier geht es um eine Gipskartonplatte, und das selbst dann, wenn ein anderer Produzent dahinterstand.

Bodenbelags-Trennschienen gibt es inzwischen wie Sand am Meer, und trotzdem: Wer eine solche benennen will, bringt den Namen jenes Iserlohner Unternehmens ins Spiel, das vor nunmehr etwa 38 Jahren diese im Grunde genommen einfache, aber doch geniale Idee hatte, einen akkuraten und sauberen Abschluss eines Bodenbelags zu realisieren. Genau genommen war es Werner Schlüter, Fliesenlegermeister und Tüftler, der immer wieder mit der Problematik

konfrontiert wurde, einen sauberen Abschluss eines Fliesenbelags, gleichgültig, ob an der Wand oder auf dem Boden, herzustellen.

Heute weiß kaum noch jemand, wie eine solche Kante in der Zeit vor der „Schiene“ schadenfrei hergestellt wurde. Aber in den fast zehn Jahren, in denen Werner Schlüter mit seinem Fliesenleger-Betrieb unendlich viele Quadratmeter Fliesen verlegt hatte, machte er immer wieder die gleiche Erfahrung: Abbrüche an den Übergängen zu anderen Belägen sorgten ständig für Ärger und Reklamationen, ganz zu schweigen von den wenig akkuraten Kanten. 1975 aber war er es leid. Es musste Abhilfe geschaffen werden. Er erdachte ein Metallprofil in der Stärke des Fliesenbelages, das am Rand eingearbeitet wurde und eine klare Kante zeigte.

Saubere Kante dank Abschluss-Schiene

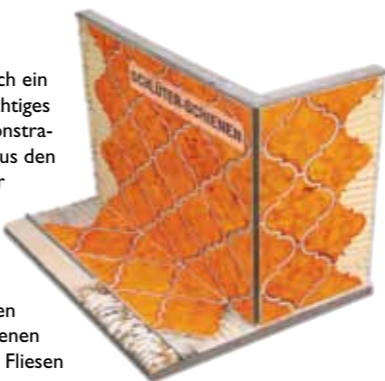
Er nannte es „Schlüter-Schiene“ und fand begeisterte Abnehmer, die bis dahin alle ähnliche Probleme hatten. Wie drängend diese waren, zeigt das rasante Wachstum dieses Marktsegments. Bis heute hat sich Schlüters „Ur-Schiene“ nur unwesentlich verändert. Zwar ist aus den ursprünglich runden Ausstattungen das Schlüter-typische Trapez geworden. Und natürlich wurde die Profilierung laufend den aktuellen Bedingungen angepasst, aber die Identität des Produkts blieb weitgehend unverändert.

Geändert aber hat sich das Unternehmen. Aufgrund des großen Erfolgs musste ein neues Betriebsgelände her. 720 Quadratmeter an der Schmölestraße in Iserlohn reichten anfangs aus. Heute ist die Betriebsfläche auf ca. 6 500 Quadratmeter angewachsen. Und es blieb auch nicht bei der „Schlüter-Schiene“. Werner



Selbst Hand anlegen, selbst konstruieren und ausprobieren war von Anfang an die Devise von Fliesenlegermeister Schlüter, so wie hier auf diesem Bild aus dem Jahr 1985.

Und noch ein geschichtsträchtiges Bild: Ein Demonstrations-Modell aus den Anfängen der Schiene mit den in den 1970er-Jahren so beliebten bonbonfarbenen Florentiner Fliesen



Die „Neuzeit“ des Unternehmens mit der 2. Generation in der Chefetage: Werner Schlüter mit seinen Söhnen Udo (li.) und Marc (re.) und einem modernen Verwaltungsgebäude am Hauptstandort Iserlohn mit 400 Arbeitsplätzen (rechtes Bild)



Schlüter nahm weitere Problemzonen der Fliesen-Beläge ins Visier. Bereits 1982, im Jahr des Umzugs auf das neue Betriebsgelände, präsentierte Schlüter die erste Balkondrainage, die er „Schlüter-Troba“ nannte, um damit Abhilfe für eine der häufigsten Schadensfälle der Fliesen-Anwendung zu schaffen. Wie die meisten Produkte ist auch dieses nicht auf dem Reißbrett entstanden. Denn die Keimzelle des Unternehmens, den Fliesenleger-Betrieb, hat Werner Schlüter nicht aufgegeben. So dient die Fliesen-Schlüter GmbH bis heute immer wieder mal als Test-Station für neue Produktideen seines Chefs.

Mittlerweile umfasst das Sortiment nicht weniger als 8 000 Produkte und Produkttypen, die bereits seit geraumer Zeit den engeren Rahmen der Fliesenver-

Das Schlüter-Profil als Rückgrat des Iserlohner Unternehmens

legung verlassen haben. Aber dennoch bleiben auch neue Produktfelder stets in irgendeiner Form mit Anwendungen keramischer Fliesen in Verbindung. Nicht umsonst lautet ein langjähriger Slogan des Unternehmens „Mehr Spaß mit Fliesen“. Aber längst passt das Portfolio des Unternehmens nicht mehr allein unter das Dach dieses Mottos, auch wenn die Schlüter-Schiene, oder wie man es heute treffender formuliert: das Schlüter-Profil noch bis heute das Rückgrat des Iserlohner Unternehmens geblieben ist. Wie viel davon genau in der Firmengeschichte weltweit verarbeitet wurden, weiß man selbst bei den Schöpfern des Produkt nicht so ganz genau. Es dürften mehrere 100 Mio. laufende Meter sein, heißt es. Und es dürften noch etliche mehr werden. Denn trotz regem

Wettbewerb bleibt für viele das „Original“ Favorit. Erst kürzlich wurde eine moderne Lackieranlage in Betrieb genommen, die Schlüters Profile in fast jeder beliebigen Farbe beschichten kann, und das auch in kleineren Mengen, um zum Beispiel bei der Objekt-Ausstattung individuelle Farbwünsche erfüllen zu können.

Doch der Blickwinkel des Unternehmens ist in den letzten Jahren sehr viel breiter geworden, ohne indes die keramische Fliese und die klassische Zielgruppe, den Fliesenleger, ganz aus den Augen zu verlieren. Marc Schlüter, der gemeinsam mit seinem Bruder Udo inzwischen das operative Geschäft vom Vater übernommen hat, versichert: „Wir suchen nach wie vor Lösungen für den Fliesenleger“. Auch wenn dies manchmal nicht so erscheint. So könnte zum Beispiel Schlüters Fußbodenheiz-System „Bekotec therm“ auf den ersten Blick eher ein Produkt für den Heizungsbauer sein.

Doch da es für eine Verbindung mit einem keramischen Bodenbelag optimiert ist, strebt Schlüter eine strategische Kooperation auf dem Bau an. Heizungsbauer trifft Fliesenleger, heißt die Überlegung, die für beide Teile und natürlich auch für den Hersteller eine realistische Gewinn-Optimierung darstellt. Oder: Installateur trifft Fliesenleger, denn bei der Installation einer bodenebenen Dusche kann keiner ohne den anderen. Nicht ohne Grund hat sich das Unternehmen kürzlich auf der Hochburg der sanitären Zunft, der Frankfurter ISH, präsentiert. Marc Schlüter: „Nach wie vor ist der Fliesenleger und der Fliesenfachhandel unsere Kernzielgruppe“. Doch man scheut sich mittlerweile keineswegs vor dem Blick über den Tellerrand. Zielsetzung sind

Wir suchen nach wie vor in erster Linie Lösungen für den Fliesenleger“

Beispiele aus dem aktuellen Sortiment zeigen, dass Schiene nicht mehr Protagonist des Produkt-Portfolios ist: Dehnungsprofil Dilex, Entkoppelungsmatte Ditra25, die im vergangenen Jahr 25-jähriges Jubiläum hatte, das Komplettprogramm für bodengleiche Dusche und der Klimaboden Bekotec therm (von links).



Zahlen und Daten:

Stammsitz und Zentrale in Iserlohn, Nordrhein-Westfalen

7 Auslandsgesellschaften in USA, Kanada, Großbritannien, Italien, Spanien, Frankreich und Türkei
Über 400 Mitarbeiter am Hauptstandort Iserlohn, etwa 440 in den Auslandsgesellschaften und Servicebüros

155 Außendienstmitarbeiter, davon 33 in Deutschland, 33 im angrenzenden Europa und 89 in den Auslandsgesellschaften

2012 hat die Schlüter-Systems KG, Iserlohn, einen Jahresumsatz von über 100 Mio. Euro erzielt; die Auslandsgesellschaften erzielten ca. 180 Mio. Euro

Die Produkte sind in fünf Kompetenzfelder aufgeteilt:

- Technik und Design mit Profilen
- Abdichtung / Entkopplung / Entwässerung / Trittschall
- Balkone und Terrassen
- Belagskonstruktionstechnik
- Fliesen-Verlegeuntergründe

Mit führenden Unternehmen der Bauchemie und der Keramikindustrie bestehen Systemallianzen
Schlüter-Systems ist aktiver Partner der Initiativen „Energiesparen mit Keramik“ und „Gesundes Wohnen mit Keramik“

„Ein Produktausschuss diskutiert Problemstellungen und mögliche Ideen für die Lösung“

erklärermaßen branchenübergreifende Netzwerke.

Das gilt im Übrigen auch für die aktuellste, auf der BAU in München präsentierte Neuerscheinung aus dem Hause Schlüter, die LED-Lichtprofile „Li-protec“. Daran dürften ohne Zweifel auch fliesenferne Branchen durchaus Gefallen finden, was Schlüters Produktmanager ganz sicher nicht verhindern wollen. Antrieb für die Entwicklung des unternehmerischen Ausflugs in die Region „Light & Building“ war aber war auch in diesem Fall die Idee, dem Fliesenleger neue und attraktive Argumente für die Arbeit zu geben. Marc Schlüter: „Dafür haben wir das System technisch so einfach wie möglich gestaltet. Man muss da kein Beleuchtungs-Techniker sein“. Dass sich der Fliesenfachmann dennoch dessen oder des Innenarchitekten Hilfe bedient, wird jedoch allzu gern gesehen.

Inzwischen hat im Iserlohner Unternehmen längst der Generationswechsel stattgefunden. Werner Schlüter hat nach langer Unternehmer-Tätigkeit das operative Geschäft bereits vor fünf Jahren an seine Söhne, beide studierte Betriebswirtschaftler, abgetreten. Doch seine Präsenz im Unternehmen bleibt unübersehbar. Denn er vertritt nach wie vor den Part des Praktikers. Denn als Fliesenlegermeister und Chef des weiter bestehenden Fliesenverlege-Betriebes ist er oft die letzte Instanz, die die Praxistauglichkeit eines Produktes beurteilt. Doch Werner Schlüter wiegelt ab. Auch ohne ihn gäbe es nicht zuletzt dank der Erfahrung seiner Söhne, aber vor allem auch wegen eines handwerklich sehr qualifizierten Außendienstes, ausreichend Fachkompetenz, um auch künftig jenen Kompetenz-Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb zu sichern, den man sich heute zuschreibt.

Überhaupt scheint der Begriff Kooperation in der strategischen Zukunftsplanung eine wichtige Rolle zu spielen. So bestehen bereits seit einigen Jahren mit Bauchemie-Herstellern Systemallianzen, um getreu dem Motto „Mehr Spaß an Fliesen“ präventiv gegen Schäden an Belägen zu wirken. Fast noch jungfräulich ist in diesem Zusammenhang eine Kooperation mit der V & B Fliesen GmbH in Mettlach, die eine gemeinsame Vermarktung mit Schlüters Klimaboden Bekotectherm zum Inhalt hat.