



Spezial Messevorschau Bau 2019 Neuausrichtung für Rollladenkastenhersteller

Entstaubte Produktion und Produkte

Stefan Backhaub hat vor drei Jahren Prix Systeme erworben, obwohl er keinerlei Berührungspunkte mit der Sicht- und Sonnenschutzbranche hatte. *sicht+sonnenschutz* berichtet, warum er sich für den Rollladenkastenhersteller entschieden hat und welche Pläne er für das Unternehmen besitzt.



Stefan Backhaub ist seit drei Jahren Geschäftsführer von Prix Systeme. Seine Frau Angelika verantwortet Organisation und Marketing des Unternehmens. Fotos: Mateja

Prix Rollladenkästen gibt es seit 1947 – dem einen oder anderen sind sie daher schon länger ein Begriff. Bei den Rollladenkästen handelt es sich um selbsttragende Kästen in Sandwich-Bauweise. „Anders als bei vielen anderen Herstellern bestehen sie außen und innen aus Biohartfaserplatten mit dazwischenliegender Dämmebene, z.B. aus Neopor – dadurch erreicht der Prix Rollladenkasten seine außergewöhnlich hohe Stabilität“, sagt Stefan Backhaub, der den Prix Hersteller 2015 übernommen hat. Damals hieß das Unternehmen noch Rauschenberger Spezialbaustoffe. „Prix war als Markenname sehr gut eingeführt, deswegen haben wir ihn direkt nach dem Kauf in den Firmennamen integriert“, sagt der Geschäftsführer über die erste Änderung, die er im Unternehmen durchbrachte.

Bei der Übernahme war Backhaub in der Branche nicht bekannt. Der studierte Maschinenbauingenieur war zuvor im Management internationaler Unternehmen tätig gewesen.

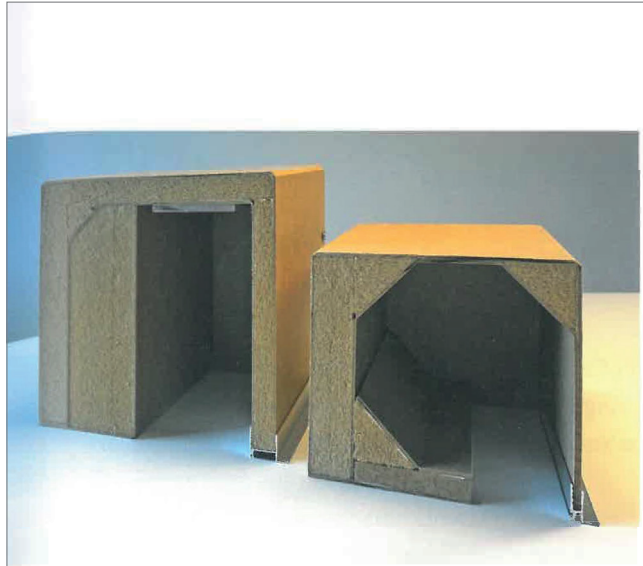
BAUBRANCHE MIT GROSSEM POTENZIAL

„In mir kam der Wunsch nach Selbstständigkeit und Selbstbestimmtheit auf“, sagt der neue Inhaber von Prix Systeme. „Da mein Vater, der Professor, Sachverständiger und Inhaber eines Ingenieurbüros in der Baubranche war, mich schon als Kind zum Aufmaß mit auf Baustellen genommen hatte, war für mich schnell klar, dass ich selbst auch in der Baubranche Fuß fassen möchte.“

Aber nicht nur die Verbindung aus der Kindheit bewog ihn zu seiner Entscheidung, Backhaub sieht in der Baubranche großes Potenzial. Als er den Erwerb des Rollladenkastenherstellers mit der Marke Prix in Betracht zog, stellte er fest, dass die Sicht- und Sonnenschutzbranche durch Themen wie Klimaschutz und Energieeinsparung besonders zukunfts-trächtig ist.

ORIENTIERUNG AN TRENDS

Seit der Übernahme des Rollladenkastenherstellers hat Backhaub zusammen mit seiner Frau Angelika, die Organisation und Marketing verantwortet, das Unternehmen ordentlich entstaubt. „Die Standortverlagerung im Jahr 2016 haben wir genutzt, um die Produktionsanlage neu zu strukturieren und zu modernisieren“, sagt Backhaub. Mit 20 Mitarbeitern zog der Hersteller von Schondorf am Ammersee nach Rammingen im Unterallgäu. Außerdem wurde das Produktportfolio überarbeitet. „Als wir das Unternehmen übernommen haben, hat Prix eigentlich nur Rollladenkästen als Stangenware hergestellt und an große Konfektionäre, Fenster- und Rollladenbauer geliefert.“ Doch der Markt habe sich in den vergangenen zehn Jahren gedreht. Der Trend gehe dazu hin, individuelle Größen auch in kleineren Stückzahlen anzubieten. „Jetzt gehören auch direkt ab Werk konfektionierte Einbaukästen zu unseren Kompetenzen. Wir produzieren konfektionierte Einbaukästen und ab nächstem Jahr konfektionierte



Auf der FENSTERBAU FRONTALE präsentierte Prix Systeme mit diesem Modell seine neue Öko Line.

Komplettelemente, also Aufsatzkästen mit Innenleben", sagt Backhauß. Der Behang werde zugekauft.

Damit nicht genug – Backhauß bespielt auch den wachsenden Trend nach mehr Nachhaltigkeit. Prix stellte auf der FENSTERBAU FRONTALE 2018 seine neue Öko Line vor. Dabei handelt es sich ebenfalls um einen Rollladenkasten in Sandwich-Konstruktion aus Biohartfaserplatten mit dazwischenliegender Dämmebene – hier besteht Letztere aber aus nachwachsenden Holzwerkstoffen. „Damit nehmen wir die aktuell an Bedeutung gewinnenden Themen Holzhausbau und Nachhaltigkeit auf. Auf der Messe in Nürnberg kam das sehr gut an.“ Die Idee für das Produkt kam von Backhauß selbst und stützt sich auf die Anfrage eines Architekten, der für ein Haus eine Holzfaserweichdämmung benötigte. „Mit unseren Serien Classic Line, Pro Line und Pro Line X sprechen wir Rollladenbauer, Fensterbauer und große Konfektionäre an. Mit unserer neuen Öko Line wollen wir Holzhausbauer und Schreinereien, die ihre eigenen Holzhäuser herstellen, angehen.“

ANDERER BLICK AUF DINGE

Backhauß verfolgt eine Strategie, die darauf beruht, neue Wege zu gehen. „Dass wir nicht aus dem Fach kommen, gibt uns einen anderen Blick auf Dinge wie Strukturen, Pläne und Produkte“, sagt Angelika Backhauß. „Wir hinterfragen öfter mal, was für andere gesetzt ist.“ Dass Änderungen positiv sein können, sei auch bei anfangs skeptischen Kunden angekommen. „Wir haben alle Kunden unserer Vorgänger übernommen – und alle sind so weit zufrieden. Unsere Stärke ist eben, dass wir auf Augenhöhe mit unseren Kunden agieren und flexibel auf Marktanforderungen reagieren.“

Andrea Mateja