



Jonas in Wülfrath gehört seit drei Jahren zur Sto-Gruppe und hat seinen Schwerpunkt bei Handelsmarken für den Großhandel.

## „Jonas Zukunft in der Gruppe ist gesichert“

Die Übernahme durch die Sto Gruppe bezeichnet Jonas-Geschäftsführer Klaus Schmidt-Falk als das „beste, was dem Unternehmen passieren konnte“. Wie er betont, wird der Hersteller aus Wülfrath weiter modernisiert. Im kommenden Jahr werde es am Markt wieder bergauf gehen.

**BTH Heimtex: Die Farbenindustrie leidet unter einem schwierigen Marktumfeld, das insbesondere von rückläufiger Neubautätigkeit geprägt ist. Wie steht Jonas Farben derzeit da ?**

**Klaus Schmidt-Falk:** Wie der gesamte Baubereich hat auch Jonas von der Nachfrage während der Corona-Zeit profitiert. Aber danach setzte sich der schon vor Corona eingetretene Abschwung im Markt wieder fort. Dies war zwar erwartet worden, aber nicht in dem Ausmaß. Nun liegt der Markt mit Bautenanstrichmitteln deutlich unter dem Niveau von 2019. Der

Umsatz von Jonas ging jedoch nicht so stark zurück wie in der Gesamtbranche. Aber natürlich sind wir aufgrund der sinkenden Nachfrage im Inland ebenfalls unter Druck.

**BTH Heimtex: Wie steuern Sie gegen ?**

**Schmidt-Falk:** Da die Rückgänge das Inland stärker betreffen, steht bei uns der Export wieder vermehrt im Fokus. Wir wollen zunächst weitere Exportmärkte in Europa stärker penetrieren, vor allem in Westeuropa. Aber wir liefern auch nach China. Durch

unsere Exportaktivitäten konnten wir Rückgänge auf dem deutschen Markt kompensieren. Bisher liegt unsere Exportquote bei 10 %, wir streben rund 15 % an.

**BTH Heimtex: Kommt Ihnen zugute, dass Sie auf eine starke Mutter bauen können? Sto hat Jonas vor rund drei Jahren von der Familie Rouenhoff mehrheitlich übernommen.**

**Schmidt-Falk:** Ich kenne die Philosophie der Sto-Inhaberfamilie Stotmeister und kann deshalb sagen: Etwas Besseres hätte Jonas nicht passieren können. Jonas bleibt als eigenständiges Unternehmen erhalten und wird weiterentwickelt. Gleichzeitig profitieren wir von der Sto-Gruppe, zu der auch Südwest Lacke+Farben gehört. So hat Jonas durch die Übernahme finanziell und vom Know-how her eine gute Position, die uns in die Lage versetzt, kurzfristige Stürme im Markt zu überstehen. Auch die Kunden merken inzwischen, dass sie auch langfristig auf Jonas bauen können. Die anfängliche Angst nach der Akquisition, dass Jonas von Sto geschluckt wird, ist gewichen.

**BTH Heimtex: Beschreiben Sie bitte, was Eigenständigkeit für Jonas in Zukunft bedeutet?**

**Schmidt-Falk:** Jonas agiert wie der Farbenhersteller Südwest im zweistufigen Vertrieb, während Sto im Direktgeschäft aktiv ist. Wie schon bei Südwest sowie dem Spachtelhersteller Beissier in Frankreich und Spanien wird Sto auch bei Jonas in den Vertrieb über den Großhandel sowie Forschung und Entwicklung investieren. Denn unser Ziel und das von Sto ist es ja, zu wachsen. Die Unternehmen des zweistufigen Vertriebs der Gruppe sind eine eigenständige Einheit, bleiben autark und behalten weiterhin alle Funktionsbereiche wie Einkauf, Buchhaltung, Labor, Produktion und Vertrieb. Natürlich profitieren wir auch von der Verbindung zur Gruppe und damit vom Reporting, Controlling und dem zentralen Einkauf, ohne unsere Eigenständigkeit aufgeben zu müssen.

**BTH Heimtex: In welchen Bereichen können Sie konkret Synergien nutzen?**

**Schmidt-Falk:** Viele Regelungen der EU oder des deutschen Gesetzgebers sind zusammen mit der starken Mutter viel einfacher umzusetzen. Wenn man die ganzen Themen als Mittelständler alleine bearbeiten müsste, wäre viel Fachwissen nötig oder man müsste externes Wissen einkaufen. Ein nächstes Thema, das wir mit Hilfe von Sto in Angriff nehmen, ist die

ISO-Zertifizierung 9001 und 14001 Anfang 2025, die ein Engagement für die Qualität der Dienstleistungen, kontinuierliche Verbesserungen und die Reduzierung der Umweltbelastung zeigt. Und Sto hat uns ein Kernteam zur Verfügung gestellt, so dass wir zum Januar beispielsweise auch SAP einführen konnten. Mit unserem eigenen SAP-System bleiben wir unabhängig, sind aber dennoch in die Gruppe eingebunden.

**BTH Heimtex: Sto, Südwest und Jonas bilden nun eine Gruppe, in der jedes beteiligte Unternehmen seine Stärken hat. Warum passen die Firmen Ihrer Meinung nach so gut zusammen?**

**Schmidt-Falk:** Südwest und Jonas beliefern unsere Märkte über den Großhandel. Südwest ist Markenanbieter im zweistufigen Vertrieb mit Schwerpunkt Lacke und Farben und schon seit mehr als 20 Jahren Sto-Tochter. Das wichtigste Geschäft von Jonas sind Eigenmarken für den Fachhandel. Jonas-Produkte sind Grundierungen, Kleber und Farben für innen und außen. Darüber hinaus produzieren wir Farben für namhafte Farbenhersteller, könnten im Baubereich als unserem Kernsegment Farben auch für Sto und Südwest produzieren. Wir verfügen am Standort Wülfrath über eine entsprechende Infrastruktur und Kapazität, die von der Gruppe in Zukunft genutzt werden könnte. Wir haben ein 33.000 m<sup>2</sup> großes Gelände, bebaut sind lediglich 11.000 m<sup>2</sup>. Zudem sind wir federführend in der Herstellung von konservierungsmittelfreien Farben und die liegen im Trend. Für unsere Mutter waren das alles wichtige Argumente für die Übernahme.

**BTH Heimtex: Jonas ist bekannt als Abfüller von Großhandelsmarken. Wird das auch in Zukunft der wesentliche Geschäftszweig bleiben?**

**Schmidt-Falk:** Ja, unsere gesamte Konzeption ist auf Eigenmarken ausgerichtet. Der Anteil der Jonas-Produkte liegt im einstelligen Bereich, der Handelsanteil ist unser Hauptgeschäft und bedeutend größer. Wir betreuen bereits 250 Eigenmarken.

**BTH Heimtex: Wie läuft die Entwicklung einer Eigenmarke ab?**

**Schmidt-Falk:** Wir hören uns an, welche Anforderungen die Kunden haben, machen anschließend eine Sortimentsbetrachtung und setzen uns dann mit Kunden, Vertrieb und Anwendungstechnik zusammen, um das gewünschte Produkt zu entwickeln. Wenn wir Potenzial sehen, das Volumen bringt, stellen wir kundenindividuelle Rezepturen her, von denen wir etliche haben. Aber wir bieten natürlich auch Standard-Qualitäten, die bei mehreren Kunden zu finden →



**„Ich habe ein sehr gut strukturiertes, gut aufgestelltes Unternehmen vorgefunden.“**

Klaus Schmidt-Falk, Geschäftsführer



**„Mit Ausnahme der Fassadenfarben ist unser komplettes Sortiment konservierungsmittelfrei.“**

Petra Bark, Marketingleiterin



**Jonas legt viel Wert auf Hygiene. Insbesondere für die Produktion von konservierungsmittelfreien Produkten ist dies ein Muss.**

sind. Wir sind immer dann zufrieden, wenn sich die Eigenmarke unseres Kunden gut entwickelt und ihre Zahl wächst. Denn dann nimmt auch die Sortimentsbreite zu.

**BTH Heimtex: Welche Voraussetzungen sollten Eigenmarken-Kunden mitbringen ?**

**Schmidt-Falk:** Wir setzen auf renommierte Großhändler, die bekannt sind in ihrer Region und eine Qualität auf Marktführerniveau unter eigenem Namen wünschen. Nur wenn der Maler die Eigenmarke testet und dem Handel ein positives Feedback gibt, haben wir alles richtig gemacht.

**BTH Heimtex: Weiß der Maler, von wem das Produkt unter Eigenmarke kommt ?**

**Schmidt-Falk:** Als Inverkehrbringer muss gesetzlich ein Herstellernachweis erbracht werden. Darüber hinaus geht es um die Entsorgung. Ob das Jonas

oder das Handelshaus selbst macht, hängt von der jeweiligen Geschäftsphilosophie ab und wird individuell besprochen. Erfolgt die Entsorgung über Jonas, ist dies auf den Etiketten gekennzeichnet und ersichtlich. Manche wünschen zusätzlich unseren orangefarbenen „o.K.-Button“, o.K. steht für „ohne Konservierungsstoffe“. Auch besteht die Möglichkeit, diverse qualifizierte Prüfsiegel je nach Produkt auf die Handelsmarken zu übertragen wie Blauer Engel, Ecolabel und TÜV. Das machen wir möglich.

**BTH Heimtex: Wie hoch ist die Abdeckung im Großhandel ?**

**Schmidt-Falk:** Regional ist das Bundesgebiet gut abgedeckt, dennoch gibt es einige wenige weiße Flecken. Es gibt noch weitere Potentialkunden, bei denen wir eine Listung anstreben. Insgesamt brauchen wir aber nicht nur große Kunden, sondern auch die passenden. Wichtig ist für uns, dass wir das Eigenmarkenkonzept unserer Kunden nach vorne bringen.

**BTH Heimtex: Sie bieten zwar vorwiegend Eigenmarken an, produzieren aber auch unter dem Namen Jonas. Wie entwickelt sich die Industriemarke ?**

**Schmidt-Falk:** Unser Produktportfolio besteht aus Innenfarben, Grundierungen, Klebern und dem Fassadenbereich. Wir haben ein sehr straffes Sortiment, in dem der Innenbereich mit mehr als 100 Rezepturen die wichtigste Rolle spielt. Was man im Internet über Jonas findet, dient als Überblick über das Gesamtassortiment. Unser Ziel ist es nicht, die Jonas-Marke flächendeckend in den Handel zu bekommen. Geliefert wird ausschließlich Profiqualität über den Großhandel. Unsere Produkte sind ready to go eingestellt, so dass der Maler schnell arbeiten kann. Um seine Anforderungen zu erfüllen, überprüfen wir regelmäßig alle Produkte und modifizieren sie wenn nötig. Um ein Feedback zu bekommen, laden wir pro Jahr zu 15 bis 20 Kundenveranstaltungen ein, bei denen die Anwendungstechnik zusammen mit Händlern und ihren Malerkunden Produkte ausprobiert. Dabei steht aber immer das Eigenmarken-Sortiment unseres Kunden im Vordergrund.

**BTH Heimtex: Sind Ihre Produkte inzwischen komplett konservierungsmittelfrei ?**

**Petra Bark:** Grundierungen waren die letzten Produkte, die wir Anfang 2022 umgestellt haben. Mit Ausnahme der Fassadenfarben ist damit unser komplettes Innensortiment konservierungsmittelfrei. Im Fassadenbereich ist dies in der Regel weder gewünscht noch gefordert. Dennoch arbeiten wir an Produkten, die langfristig eine natürliche fungizide Wirkung haben und dadurch einen langanhaltenden Schutz bieten.

**BTH Heimtex: Wie stellen Sie sich weiter dem Thema Nachhaltigkeit ?**

**Schmidt-Falk:** Das Thema spielt für Jonas schon seit Jahren eine wichtige Rolle. Konservierungsmittelfreie Produkte, unbedenkliche Rohstoffe, automatisierte Produktion, klimaneutral hergestellter Strom sind seit Jahren für uns Standard.

Im Fokus stehen aktuell Gebinde aus Rezyklat. Das Sortiment wurde zur Messe Farbe - Ausbau & Fassade umgestellt. Allerdings bestehen die Eimer nicht mehr wie anfänglich zu 100 % aus Rezyklat, sondern nur zu 50 %. Weitere 50 % bestehen aus Neukunststoff. Wir hoffen, dass uns die Industrie künftig mit steigenden Rezyklat-Anteilen Gebinde versorgungssicher anbieten kann, ohne dass die qualitativen Eigenschaften darunter leiden. Die EU will bis 2040 auf einen

Rezyklatanteil von 90 % kommen. Um eine Lösung zu finden, müssen Handel, Maler, Verwerter und Industrie zusammenarbeiten. Es gibt auch schon erste Gespräche und Projekte auf Verbandsebene.

**BTH Heimtex: Was tun Sie darüber hinaus für Umwelt- und Gesundheitsschutz ?**

**Schmidt-Falk:** Wir betreiben ressourcenschonende Rohstofflagerung. Der Anteil von Rohstoffen, die ins Silo kommen, liegt bei 95 %, nur 5 % beziehen wir in Säcken. So haben wir sehr wenig Verpackungsmüll. Jeden Rohstoff, der bei uns ankommt, prüfen wir, bevor er ins Silo verbracht wird. Wenn er nicht einwandfrei ist, schicken wir einen Lkw auch mal weg. Durch diese Rohstoffreinheit sind unsere Rezepturen sehr genau. Darüber hinaus tragen wir mit grünem Strom zum Umweltschutz bei, zeichnen unsere Produkte mit dem Blauen Engel oder dem Eco-Label aus.

**BTH Heimtex: Herr Schmidt-Falk, Sie sind von Sto mit der Geschäftsführung von Jonas beauftragt worden. Welchen Stempel wollen Sie dem Unternehmen aufdrücken ?**

**Schmidt-Falk:** Ich habe ein sehr gut strukturiertes Unternehmen vorgefunden, das gut aufgestellt war. Meine wichtigste Aufgabe war es zunächst, keine Kunden zu verlieren. Dieses Ziel haben wir erreicht. Gelungen ist uns außerdem, das Unternehmen unter Konzernführung autark weiter zu führen. Als Typ des Mittelstands kann ich Konzernvorgaben in Mittelstandspraktiken umsetzen.

Herausfordernd sind derzeit gesetzliche Auflagen sowie technische Fragen. Wir hinterfragen und optimieren ständig unserer Prozesse. Dies haben wir als Vorbereitung für die SAP-Einführung zum Jahresbeginn gebraucht und ermöglichen nun langfristig einen Instrumentenflug statt Sichtflug. Das heißt, wir werden immer professioneller. Nebenbei, und das ist Standard, entwickeln wir neue Produkte und gewinnen neue Kunden.

**BTH Heimtex: Wie schätzen Sie die weitere Geschäftsentwicklung ein ?**

**Schmidt-Falk:** Für die kommenden Monate erwarten wir keine Belebung. Jonas hat seinen Schwerpunkt in der Renovierung, aber auch diese ist gerade auf einem niedrigen Niveau. Und der Neubau bleibt rückläufig. Trotzdem bin ich optimistisch, dass es für uns im kommenden Jahr wieder aufwärts geht.

Die Fragen stellte Cornelia Küsel.

Daten + Fakten

## Jonas Farben

Jonas Farben GmbH  
Dieselstraße 42-44  
42489 Wülfrath  
Tel.: 02058 / 7 89-0  
kontakt@jonas-farben.de  
www.jonas-farben.de

**Geschäftsführung:**

Klaus Schmidt-Falk

**Marketing:**

Petra Bark

**Gegründet:** 1936

**Muttergesellschaft:** Sto