



Serie 160:  
puristisch-  
minimalistisch



Serie „Structure“ verwirklicht  
Architekturvisionen

## STEINBERG ARMATUREN

# Keine Lust auf Experimente

Wenn in einem mit Branchengrößen und Weltmarktführern seit Jahrzehnten wahrlich nicht unterbesetzten deutschen Armaturenmarkt junge Unternehmer den Mut besitzen, eine neue Armaturenmarke zu gründen, wäre dies vielleicht schon eine Meldung wert gewesen. Nach rund acht Jahren hat die Armaturenmarke Steinberg damit zwar noch eine relativ junge Historie, diese scheint trotz des eingangs beschriebenen Umfeldes aber durchaus Erfolg versprechend zu sein, wie es das Management um Geschäftsführer Marcus Löhnert und Vertriebsleiter Andreas Franke gegenüber der RAS-Redaktion darstellte.

Mit einem Jahresumsatz von etwas über 12 Mio. € (2008) werden Unternehmen in der Regel (noch) nicht von allen Marktteilnehmern wahrgenommen. Auch mit der Unternehmensaussage, dass man ein junges, innovatives Unternehmen mit klarer Philosophie und hohen Ansprüchen sei, unterscheidet man sich kaum von oft ähnlich gelagerten Aussagen. Die Aussage von Geschäftsführer Marcus Löhnert bietet da schon ein wenig mehr Hintergrund: „Wir bieten formvollendetes Design mit außergewöhnlicher Funktion und hochwertigsten Materialien, deren Lebensdauer und Schönheit zeitlos ist und trotzdem bezahlbar bleibt.“ Der Gründer des Unternehmens, der mit 85% der größte Anteilseigner ist, sieht darin die Grundlage des steten Wachstums von Null an. „Uns war damals im Kreise der Gründer schon bewusst, in welchem Marktumfeld wir uns bewegen. Auf uns hat wahrlich keiner gewartet“, weiß Löhnert, der zuvor bei einem Armaturenunternehmen in führender Position tätig war, rückblickend zu berichten.

### Jetzt konsequent dreistufig

So ging man den Weg mit einer ersten Serie zum Hand-



Serie 161:  
„blackseries“:  
Mystik und  
Magie in matten  
Schwarz



Serie 180 bringt Luxus und  
Schwung ins Bad



(v. l. n. r.) Marcus Löhnert (Geschäftsführer), Andreas Franke (Vertriebsleitung), Oliver Virsilo (Finanzen), Fritz Topp (Exportleitung)

werk. Nach und nach folgten weitere Serien, die zunehmend Zustimmung bei den Verarbeitern und deren Kunden fanden. „Mit unseren Designs, der Preisstellung und, das war die Voraussetzung in Deutschland, mit hoher Qualität und vorhandenem Service, fanden wir unsere Kunden“, blickt Löhnert zurück. „Einige dieser Unternehmen verstanden dann unseren Schritt in den dreistufigen Vertriebsweg, den wir 2008 konsequent vollzogen haben, vielleicht nicht auf Anhieb. Doch die Distribution und die Präsentation in den Ausstellungen des Großhandels mussten aus unserer Sicht aufgrund der gestärkten Vertriebsstruktur als konsequenter Schritt folgen. Inzwischen glaube ich sagen zu können, dass wir aufgrund unserer konsequenten strategischen Ausrichtung in der Lage sind, dem Fachhandwerk auch weiterhin der richtige Partner zu sein“, erläutert Franke diesen Punkt. Bestätigt sieht sich das in Düsseldorf ansässige Ma-



Michael Schneider, designschneider, Berlin



Neueste  
Schöpfung:  
„Structure“ -  
Auflösung von  
Masse im Raum

nagement durch eine interne Analyse. Diese zeigt, dass von den 3.500 Handwerksunternehmen aus der Kundenkartei kaum jemand als Mittler durch diesen Schritt verloren wurde. Am Standort Düsseldorf beschäftigt Steinberg derzeit 40 Mitarbeiter. 11 Handelsvertreter in Deutschland vertre-

ten die Devise von Steinberg „Design zu moderaten Preisen ohne Verzicht auf Funktion und Qualität.“

### Weiteres Wachstum im In- und Ausland angestrebt

Für den Service stehen vier Mitarbeiter für alle Fragen

rund um die Armaturen und deren Einbau bereit.

Die starke Internationalisierung macht der Exportanteil von über 55% deutlich. Steinberg hat Vertretungen in rund 40 Ländern weltweit.

Bekannte nationale und internationale Referenzobjekte sieht Löhnert als Bestätigung

für die klare Positionierung der Marke und die gelieferte Qualität. „Wir wollen die Marke Steinberg weiterhin nach diesen Vorgaben konsequent positionieren“, stellt Löhnert abschließend fest.



die Räume aufbrechen und zu skelettartigen, leichten Konstruktionen führen. Raffinierte Gusstechniken, wie sie beispielsweise die Firma Reinecke aus Iserlohn beherrscht, langlebige Messingmaterialien und technisch ausgereifte Komponenten werden in dieser Armaturenserie vereint sein.

**RAS:** Welche Aktivitäten planen Sie zukünftig, u. a. um Ihre Marke bekannt zu machen?

**Löhnert:** Wir werden im nächsten Jahr auf den Regionalmessen in Essen und Nürnberg Aussteller sein. Um die Bekanntheit beim Endkunden zu steigern, nutzen wir regelmäßig bekannte Wohntitel für die Markenwerbung. Ebenfalls ein wichtiges Instrument ist unser Katalog, der im Januar um eine neue Imagebroschüre ergänzt wird. Eine unserer Aktivitäten zielt auch auf unseren Produktionsstandort Düsseldorf: Wir sind hier im Aufbau weiterer Produktionskapazitäten.

**RAS:** Vielen Dank für das Gespräch.

## Interview Marcus Löhnert

**RAS:** Seit 2008 verkauft Steinberg seine Armaturen und Accessoires in Deutschland nur noch über den sanitären Fachgroßhandel. Sie konnten doch auch mit dem Fachhandwerk wachsen. Warum haben Sie diese Entscheidung getroffen?

**Löhnert:** Gute Gründe führten zu dieser Entscheidung: Aus meiner früheren Tätigkeit sind mir alle positiven und negativen Argumente für den Vertrieb über den Fachgroßhandel bekannt. Mit unseren sieben kompletten Armaturenserien stießen wir nun an die Grenze dessen, was die Ausstellungsplätze in einer Fachhandwerksausstellung leisten können. Aber unsere Serien, die ja im kommenden Jahr noch ergänzt werden, benötigen entsprechenden Raum. Hinzu kommen natürlich auch die logistische Leistung sowie die Rechnungsabwicklung als wichtige Argumente für die Zusammenarbeit mit dem Großhandel. Hauptvoraussetzung war natürlich, dass wir Großhandelspartner fanden, die unsere Ideen und Vorstellungen mit tragen. Für uns gab es dann kein entweder oder, sondern diese klare Ausrichtung. Wir sehen darin auch

die Chance, unser Wachstum konsolidiert fortzuführen. Wir wachsen auch derzeit weiterhin zweistellig, gerade wegen der Unterstützung durch den Großhandel.

**RAS:** Aus dem Markt heraus heißt es, das Komponenten der Steinberg-Armaturen aus fernöstlicher Produktion stammen. Hier werden verschiedene Unternehmen als Zulieferer bzw. als Partner genannt. Wo lassen Sie denn tatsächlich produzieren?

**Löhnert:** Herr Klein, ich bin dankbar, dass Sie diese Fragen stellen. In Steinberg-Armaturen werden ausschließlich technische Spitzenkomponenten aus Deutschland und Europa verwendet, die bei uns in Düsseldorf verbaut werden. Wenn Sie mir den Platz einräumen, darf ich einige nennen: Die Keramikkartuschen kommen vom spanischen Hersteller Sedal und von Kerox aus Österreich. Hersteller wie Vernet, Flühs sowie Neoperl ergänzen diese Lieferantenliste. Selbstverständlich bezieht aber auch Steinberg diverse, technisch einfache Teile aus den globalen Märkten. Dem kann sich kein Unternehmen verschließen. Über Markenschutzrechte gewährleisten wir, dass Steinberg gegen jedwede Form von Plagiaten vorgehen kann. Alle unsere Armaturen werden dabei durch unabhängige Prüfinstitute im In- und Ausland kontrolliert und überwacht.

Folgende normenkonforme Qualität wird uns hier bestätigt:

Messing: DIN 50930 Part 6/EN12164

Funktion: DIN EN 817

Oberfläche: DIN EN 12540

Korrosionsbeständigkeit: DIN EN248

Thermostatbatterien: EN 1111

Die nicht-metallinen Komponenten haben die KTW-Empfehlung des Bundesgesundheitsamtes (BGA) vom 7.1.1977.

Alle Armaturen sind eigensicher gegen Rückfließen gem. DIN 1988/II und DIN EN 1717. Diese Kriterien gelten für alle in Deutschland gelieferten Steinberg-Armaturen.

**RAS:** Sie planen für das kommende Jahr eine neue Armaturenserie? Auf der ISH haben Sie ja schon ein wenig den Vorhang gehoben.

**Löhnert:** Ja, wir werden mit der Serie „Structure“ eine neue Formensprache dem Markt vorstellen. Die Serie greift zukünftige Trends in Architektur und Design auf, um Visionen für das Bad in der Zukunft zu verwirklichen. Das Designerteam um Michael Schneider aus Berlin greift Architekturvisionen auf,