



Trotz Turbulenzen und widriger Umstände war 2020 für Kebony ein umsatzstarkes Jahr, der Wachstumskurs konnte fortgesetzt werden.

16.02.2021 13:50 CET

Mehr Holzterrassen im Lockdown - Kebony startet gut vorbereitet in die nächste Saison

Ein neues Produkt, mehr Online-Marketing und aktualisierte Garantien: Für die neue Saison haben die Holzexperten aus Norwegen einiges vor, die ersten Pläne werden bereits umgesetzt. Was gut funktioniert, wird weitergeführt und ausgebaut. Trotz Turbulenzen und widriger Umstände war 2020 für [Kebony](#) ein umsatzstarkes Jahr, der Wachstumskurs konnte fortgesetzt werden. Das ist zu einem großen Teil der guten Zusammenarbeit mit dem

Handel und den PRO-Team-Betrieben sowie dem internen Zusammenhalt der eigenen Mitarbeiter geschuldet. Darauf wollen die Norweger auch 2021 den Fokus richten, denn die nächsten Herausforderungen stehen bereits vor der Tür: Angesichts steigender Rohstoffpreise, bedingt durch Materialknappheit, rät Kebony Kunden, schon jetzt die Lagerbestände aufzustocken, um einen reibungslosen Warenfluss gewährleisten zu können.

2020 – die Erfolge der letzten Saison

2020 hat gezeigt, worauf es ankommt, wenn in schwierigen Zeiten Lösungen für besondere Herausforderungen gefragt sind. Gute Partnerschaften, Reaktionsbereitschaft und das Bestreben, gemeinsam an einem Strang zu ziehen, stehen dabei ganz oben. Den starken Umsatzzuwachs im letzten Jahr verdankt der norwegische Holzproduzent nicht nur der überdurchschnittlich hohen Nachfrage nach dem umweltfreundlichen Hochleistungsholz, gerade im Outdoor-Bereich, sondern auch der reibungslosen Kooperation mit dem Handel und dem verarbeitenden Handwerk, insbesondere den Kebony PRO Team Betrieben.

So konnten während des ersten coronabedingten Lockdowns schnell und reibungslos Lösungen gefunden und etabliert werden, um trotz der verordneten Kontakteinschränkungen ein gutes Miteinander zu gewährleisten. Hygienemaßnahmen wurden in Werken und Betrieben erfolgreich umgesetzt, sodass die Produktion weiterlaufen konnte. Digitale Alternativen zu Meetings, Präsenzs Schulungen und Besuchen vor Ort wurden von allen Beteiligten befürwortet und gut angenommen. In vielen Fällen konnten Kebonys Vertriebsmitarbeiter den Kontakt zu den Kooperationspartnern sogar verbessern.

Angesichts der großen Akzeptanz digitaler Lösungen sollen diese zukünftig eine größere Rolle spielen, das persönliche Gespräch von Angesicht zu Angesicht jedoch nicht vollständig ersetzen. Denn die persönliche Beratung von Kunden und Partnern vor Ort hat bei Kebony nach wie vor einen hohen Stellenwert.

Auch das gute Zusammenspiel der Kebony Mitarbeiter ist durch die Herausforderungen deutlich geworden. So konnte beispielsweise der Warenverlust aufgrund eines unverschuldeten Lagerbrands beim Exklusivpartner Weltholz in einer gemeinsamen Kraftanstrengung erfolgreich kompensiert werden. Architekten, Handel und Handwerk konnten in der Lockdown-Phase auf die Unterstützung des Kebony Teams zählen. Der Zusammenhalt ist an den Widrigkeiten gewachsen.

Steigende Rohstoffpreise in der neuen Saison – Kebony rät, schon jetzt Waren zu sichern

Während bei Kebony die Produktion zwar weitgehend ungehindert fortgesetzt werden konnte, mussten zahlreiche Sägewerke und holzverarbeitenden Betriebe weltweit schließen oder mit reduzierter Belegschaft auskommen, um die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen. Die Konsequenzen dieser Produktionseinbrüche sind aktuell am Markt deutlich spürbar. Der Bedarf an Bauholz ist weiterhin hoch, das Angebot kann die Nachfrage aber kaum decken. Als Folge der Materialknappheit sind die Rohstoffpreise in den letzten Monaten stark gestiegen, eine Entspannung ist nicht in Sicht. Auch die Logistik steht, insbesondere im Containerverkehr, unter enormem Druck und sieht sich mit überproportionalen Preissteigerungen konfrontiert.



Kebony rät Kunden daher zur zeitnahen Warensicherung, um Engpässe zu vermeiden. „Aktuell können wir alle bestätigten Lieferungen erfüllen. Doch

auch wir bewegen uns auf diesem Markt und erfahren die Auswirkungen der Rohstoffknappheit. Bei unseren Kunden, aber auch in viele anderen Bereichen, sehen wir deshalb eine Aufstockung der Lagerbestände zur Mengensicherung in den ersten Monaten“, so Kebony Deutschlandchef Marcell Berhardt.

Neuer Mitarbeiter dank neuem HR-Tool

Um die wachsenden Zahl an Geschäftspartnern und Kunden noch besser betreuen und unterstützen zu können, haben die Spezialisten für nachhaltiges Holz ihr Vertriebsteam erneut verstärkt. Seit Oktober 2020 ist Denis Aslan als neuer Außendienstkollege für den Süden des Landes aktiv. Er war der dritte Vertriebsmitarbeiter, den Kebony 2020 neu eingestellt hat.



Bei der Auswahl von Denis Aslan kam ein neues Verfahren zum Einsatz, das ebenfalls mit einem digitalen Tool arbeitet. Der sogenannte „LINC Personality

Profiler“, ein umfangreicher digitaler Persönlichkeitstest, liefert den Entscheidern ein detailliertes Bild des Bewerbers. Denn neben fachlichen Qualifikationen und Kompetenzen werden damit auch charakterliche Eigenschaften berücksichtigt. Dadurch konnte Aslan nicht nur mit seiner umfangreichen Erfahrung im Holzfachhandel, sondern auch mit seiner Persönlichkeit überzeugen.

2021 – Start mit neuem Produkt und aktualisierten Garantiebedingungen

Auf 2021 hat sich das Unternehmen sorgfältig vorbereitet und beginnen das Jahr mit der Vorstellung des neuen Produkts „RASK“, einer besonders sicheren Montageklammer für Kebony Terrassendielen. Mit „RASK“ reagiert Kebony zielgerecht auf die Wünsche des Markts, denn der neue Clip ist auch mit Alu-Unterkonstruktionen von Karle & Rubner kompatibel und erlaubt zudem eine ausgesprochen sichere Verlegung der Terrassenhölzer.

Dazu hat der Holzhersteller seine Garantiebedingungen aktualisiert und an den derzeitigen Erkenntnisstand angepasst. Seit 01. Januar wird auf Kebony Clear Fassadenprofile 40 Jahre Garantie gegen Verrottung gegeben, auf Terrassendielen aus Kebony Character wird 20 Jahre Garantie gewährt. Kebony Character Konstruktionshölzer haben keine weiteren Garantien erhalten, die über die gesetzliche Gewährleistung hinausreichen. Alle weiteren Garantiebedingungen bleiben unverändert und können auf der Website eingesehen werden.

Moderne Marketing-Aktionen mit frischen Ideen und Inspirationen

Auch in Sachen Online-Marketing sind weitere Maßnahmen geplant. Auf dem firmeneigenen YouTube-Kanal soll es künftig mehr Video-Content mit Informationen zu Kebony Produkten, Montageanleitungen und Anwendungsbeispielen sowie Tipps und Tricks fürs Realisieren von Holzterrasse, Gartenpavillon & Co. geben.

Ein [Pinterest](#)-Auftritt steht ebenfalls in den Startlöchern. Die Online-Pinnwand mit visueller Suchmaschine ist eine beliebte Anlaufstelle für DIY-Interessierte. Hier möchte Kebony vor allem Gartenbesitzern und Privatanwendern Inspiration und Anregungen für eigene Projekte bieten. Die Google Ads-Kampagne, die bereits im letzten Jahr ausgezeichnete Ergebnisse erzielen konnte, geht 2021 in die nächste Runde. Verantwortlich für das Marketing ist die Hamburger Agentur MARKENQUARTIER in Abstimmung mit

Deutschlandchef Marcell Bernhardt und dem neuen Group Marketing Director Matteo Lenzi.

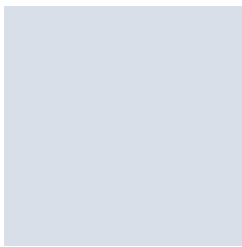
Mit den Erfolgen und den gemeisterten Herausforderungen des vergangenen Jahres im Rücken starten die Norweger gute Dinge in die neue Saison, den Erfolgskurs im Blick. Gute Partnerschaften, Kooperationsbereitschaft und Zusammenhalt werden weiterhin als wichtige Werte hochgehalten, denn für Kebony gilt: Die „Zukunft ist aus diesem Holz“ und sie wird von den Menschen hinter Kebony aktiv gestaltet.

1997 wurde das norwegische Unternehmen Kebony AS (www.kebony.de) in Oslo gegründet, um eine Erfindung des kanadischen Professor Marc H. Schneider weiter zu entwickeln und zu vermarkten: die Kebony-Technologie. Seine Idee findet sich im Namen des Unternehmens und des von ihm entwickelten Holzes wieder. Er suchte und fand: „THE KEY TO EBONY – Den Schlüssel zum Ebenholz“.

Die Pilotproduktion ging 2003 in Betrieb. In den Jahren 2004 bis 2007 sammelte Kebony als Zulieferer diverser Bauprojekte in Norwegen wertvolle Erfahrung, bevor im Jahr 2009 eine Produktionsstätte auf industriellem Niveau gebaut und mit dem weltweiten Export begonnen wurde. Heute ist Kebony die verlässliche Alternative zu gefährdetem tropischen Hartholz sowie zu mit Giftstoffen behandeltem Holz. Die einzigartige Technologie verbessert dauerhaft die Eigenschaften von weichen Holzarten und verleiht ihnen Charakteristiken, die denen der besten Harthölzer in nichts nachstehen.

Der Hauptsitz von Kebony befindet sich in Oslo, produziert wird in Skien und in Kallo bei Antwerpen. Mit derzeit rund 70 Mitarbeitern verfügt Kebony AS über Tochtergesellschaften in Norwegen, Dänemark und Schweden, sowie einem breiten internationalen Vertriebsnetz. Wichtige Märkte sind Deutschland, Frankreich, Großbritannien und die USA. Die Eigentümer des innovativen Unternehmens sind Venture Capital und Private Equity Investoren aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Norwegen.

Kontaktpersonen



Ines Iwersen

Pressekontakt

Pressesprecherin

DACH-Region

ines.iwersen@markenquartier.de

040-361110-81

0171-7186409