

Planex verkleidet ganze Fassaden

Ludwigshafener Mittelständler bleibt hinter Umsatzerwartung zurück

VON UNSERER REDAKTEURIN
JUDITH SCHÄFER

► **LUDWIGSHAFEN.** Mit sogenannten Textil-Fassaden schafft sich die Planex Technik in Textil GmbH, Ludwigshafen, ein neues Standbein. Der Mittelständler hat sich komplett vom Privatkundengeschäft verabschiedet.

„Die Architekten sind bereit dafür“, sagte Planex-Geschäftsführer Peter Frick gestern über den Erfolg des für die Firma neuen Produkts. Er erwartet dafür in den kommenden Jahren „einen großen Markt“. Die qualitativ anspruchsvolle textile Fassade – ein Gewebe aus Polyestergerm mit PVC-Beschichtung, das mit einer Halterung vor die Fassade gespannt wird – sei eine Alternative zu Naturstein- oder Glasfassaden und wie diese im höheren Preissegment angesiedelt. Anfragen erhalte Planex dafür zunehmend,

etwa für die optische Verschönerung und klimatische Verbesserung von Turnhallen. Die von innen transparenten Textilfassaden halten einen Teil der Sonneneinstrahlung ab.

Ebenfalls mehr Umsatz erzielte das Unternehmen mit derzeit 24 (2007: 22) Mitarbeitern im Segment Schallschutz. Die sogenannten Akustiksegel finden etwa in Hallenbädern und Mensen Verwendung. Schallschutzvorhänge, die Schiebevorhängen ähneln, werden meist in Gewerbegebäuden installiert.

Exklusiv fertigt der Betrieb für einen Herrenausstatter aus Metzingen Innenverkleidungen für sogenannte Flaggship-Geschäfte („flagship-stores“) in Ostasien an. „Das ist die konsequente Fortsetzung unseres Messebaugeschäftes, aber hochwertiger und für den Dauerbetrieb ausgelegt“, so Frick. Nach einem Auftrag für ein solches Premium-Geschäft in Japan seien ähn-

liche Projekte in China und Malaysia im Gespräch. Weiterhin erfreulich entwickelte sich auch die Nachfrage nach Standard-Produkten wie Maschinenabdeckungen sowie große Sonnensegel für Schwimmbäder und Gartenschau- en. Weggebrochen ist dem Unternehmen hingegen aufgrund einer Konstruktionsänderung der Zulieferauftrag eines regionalen Straßenfertiger- Unternehmens. „Man hatte uns frühzeitig darüber informiert, wir konnten uns darauf einstellen“, so Frick. Ohne diesen Auftragsverlust wäre das Umsatzplus 2007 gegenüber dem Vorjahr auf 10 Prozent geklettert. Mit plus 4 Prozent auf knapp 2,3 (2,2) Millionen Euro Umsatz blieb Planex unter den geplanten 7 bis 8 Prozent. In EDV sowie Marktforschung investierte die Firma 2007 je rund 35.000 Euro. 2008 werde der Umsatzzuwachs voraussichtlich wieder höher ausfallen, so Frick. Den Gewinn nennt er „gut“.