



## PRESSEINFORMATION

Im Gespräch mit Frank Sanau

### **„Mit Pandomo hat Ardex die Branche überrascht.“**

**Witten, 30. September 2019. Vor 20 Jahren begann die Erfolgsgeschichte von Pandomo: Aus einer „einfachen“ Spachtelmasse wurde ein modernes System für Oberflächengestaltung. Frank Sanau, Leiter des Geschäftsbereichs Pandomo und Mitarbeiter der ersten Stunde, erzählt, wie und warum Böden und Wände zu ihrer individuellen Note gekommen sind.**

#### ***Vor 20 Jahren wurde Pandomo „erfunden“. Wie kam es zu der Idee, Spachtelmassen als Sichtflächen zu verwenden?***

Ein Verarbeiter in den USA hat uns gefragt, ob wir eine weiße zementäre Spachtelmasse entwickeln können, und diese Spachtelmasse hat er dann in Spielcasinos und Shoppingmalls als Boden eingesetzt. Für uns in Deutschland war das zu diesem Zeitpunkt undenkbar! Ich bin in die USA gereist, habe mir die Flächen vor Ort angeschaut – und war begeistert.

Also haben wir die Idee aufgegriffen. Anders als in den USA haben wir nicht „nur“ die Sackware verkauft, sondern von Anfang an den Systemgedanken in den Vordergrund gestellt, also inklusive Gewährleistung und Kooperationen. Im Frühjahr 1999 haben wir schließlich nach einem Jahr Vorbereitung das Ardex Creative Floor System vorgestellt.

#### ***Sehen Sie Pandomo also als Wegbereiter eines Trends?***

Ja, ganz eindeutig haben wir einen neuen Trend eingeläutet. Spachtelmassen wurden bis dato ja nur zur Baureifmachung und zur Verlegung von Tapeten, Teppich, Fliesen, Parkett oder anderen Belägen genutzt. Und der Trend hält an: Inzwischen werden jedes Jahr rund 500.000 Quadratmeter Fläche mit Pandomo-Produkten ausgeführt. Trotzdem ist unser Marktanteil hier noch weiter ausbaufähig.

#### ***Wie hat die Branche auf Pandomo reagiert, und wie die Verarbeiter?***

Die Branche war zunächst einmal völlig überrascht, dass Ardex sich an ein dekoratives System heranwagt. Bis dato verschwanden ja alle Ardex-Produkte unter Belägen und Putz. Es hat dann auch über zehn Jahre gedauert, bis das erste andere Bauchemieunternehmen auf diesen Zug aufgesprungen ist. Das heißt, wir hatten zehn Jahre Entwicklungszeit. Es war ein steiniger Weg, aber wir hatten mit Pandomo ein Alleinstellungsmerkmal und absolute Exklusivität.

Die Verarbeiter fanden die Vorstellung zunächst schwierig, dass Ardex Spachtelmassen als Endprodukt anbietet. Und auch unser Anspruch, dass die Verarbeiter Qualifizierungsmaßnahmen durchlaufen müssen, um Vertriebspartner zu werden, wurde zunächst kritisch beäugt. Doch gerade über die Schulungen haben sich wertvolle Kontakte ergeben. Wir arbeiten noch heute im engen Austausch mit Partnerbetrieben zusammen, die nun seit 20 Jahren Pandomo-Produkte verarbeiten. Es gibt sogar Boden- und Parkettleger, die fast ausschließlich unsere Systeme verarbeiten.

***Wie hat sich Pandomo in den vergangenen 20 Jahren entwickelt?***

Die Marke Pandomo hat sich in den letzten Jahren ganz stark international gefestigt. In den über 50 Ländern der Welt, in denen Ardex vertreten ist, konnten wir Pandomo als Architekturmarke etablieren. Dieses Geschäftsmodell ermöglicht uns oftmals den Einstieg in die Diskussion mit Investoren und Architekten und ist somit ein Türöffner für die Produkte aus dem Ardex-Stammsegment. Natürlich müssen wir zum Beispiel für eine Baureifmachung auch alternative Beläge ins Spiel zu bringen. Da ist Ardex als Komplettanbieter dann meistens in einer glücklichen Situation.

***Haben sich einzelne Produkte unterschiedlich entwickelt?***

Gerade mit der Markteinführung der Terrazzo-Systeme vor zehn Jahren können wir ganz andere Bauvorhaben bedienen. Wir werden jetzt auch bei Großprojekten berücksichtigt. Der klassische Spachtelboden, mit dem wir vor 20 Jahren begonnen haben, wird heute eher im Privatbereich genutzt. Neue Systeme wie Terrazzo haben wir so entwickelt, dass sie auch bei höheren Belastungen in öffentlichen Bereichen einsetzbar sind, also beispielsweise in Einkaufszentren, Flughäfen, Bahnhöfen und Museen.

***Was war das erste Objekt, das mit Pandomo ausgeführt wurde? Erinnern Sie sich noch gut daran?***

Ja, es war nämlich bei mir zu Hause, in meiner Garage. Damals habe ich noch zusammen mit einem Anwendungstechniker selbst gespachtelt, geschliffen und poliert. An diesem Boden habe ich viele Jahre lang Spaß gehabt, bis er dann doch mit dem nächsten Pandomo-Produkt überarbeitet wurde. Es gibt auch noch andere Objekte, die mir lebhaft in Erinnerung geblieben sind: aus der Anfangsphase zum Beispiel das Sony Center in Berlin. Mit der Markteinführung des Terrazzo-Systems waren wir im Folkwang Museum in Essen dabei. Für die Architekten von Chipperfield haben wir über 6.500 Quadratmeter Fläche realisiert. Und hier lässt sich die Brücke zu heute schlagen. Aktuell wurde das Bauhaus-Museum in Weimar zum 100-jährigen Bauhaus-Jubiläum fertiggestellt. Auch dort sind Ardex- und Pandomo-Systeme eingesetzt worden, auf einer Fläche von mehreren tausend Quadratmetern.

***Warum ist für Sie das Pandomo-Jubiläum ein Grund zu feiern?***

Es ist für uns ein schöner Rückblick auf eine Pionierleistung. Darauf darf man nach 20 Jahren ruhig ein bisschen stolz sein. Vor allem, weil Pandomo sich weltweit etabliert hat.

***Gab es im Laufe der 20-jährigen Erfolgsgeschichte auch Herausforderungen zu meistern?***

*(Frank Sanau lacht)* Jeder Tag mit Pandomo ist eine Herausforderung – aber eine positive! Außergewöhnlich war allerdings ein Projekt für Tata in Indien. Als wir erfuhren, dass 20.000 Quadratmeter Terrazzo eingebaut werden sollten, wollte und konnte das kaum jemand glauben. Aber durch die enge Zusammenarbeit mit der Landesgesellschaft in Indien und den Austausch des indischen Handwerkers mit unseren Anwendungstechnikern zu technischen Fragen hat alles gut funktioniert. Es ist ein echtes Erfolgsbeispiel geworden.

***Wie viel Quadratmeter Fläche wurden in den vergangenen 20 Jahren mit Pandomo ausgeführt?***

Das ist eine gute Frage. Berücksichtigt man für den Markteinstieg kleinere Volumina, so kommen wir doch nach 20 Jahren auf knapp 4 Million Quadratmeter. In Fußballfeldern ausgedrückt sind das 550 bis 600 Felder – also eine gewaltige Dimension.

***Welche Zielgruppe spricht Pandomo (heute) besonders an?***

Pandomo ist ein Thema für Architekten, gerade wenn es um modernes Wohnen und eine zurückhaltende Anmutung geht. Die einheitliche Oberfläche und die fugenlosen Flächen kommen gut an. Das trifft den Geschmack von privaten Bauherren und ist ideal für die Gestaltung im Bereich Ladenbau oder öffentlichen Gebäuden.

***Öffentliche Bereiche oder privates Umfeld: Wo wird Pandomo überwiegend eingesetzt?***

Pandomo wird in beiden Bereichen eingesetzt, privaten und öffentlichen. Eine Tendenz in Richtung großer Objekte ist aber ganz klar erkennbar. Gerade mit der Einführung der Terrazzosysteme ist das Interesse für Großprojekte gestiegen, bei denen es um Tausende von Quadratmetern geht. Und da die öffentlichen Flächen eben um Vielfaches größer sind als private, kann man grob sagen, dass zwei Drittel aus dem öffentlichen Bereich und ein Drittel aus dem hochwertigen privaten Umfeld kommen.

***Gibt es besondere Vorteile beim Einsatz von Pandomo?***

Pandomo steht für Individualität. Der Bauherr kreiert seinen Boden und seine Wand. Er kann eine individuelle Farbgestaltung und Strukturen an Boden und Wand erzeugen lassen. Schon ab der Planung stehen die Beständigkeit, der Werterhalt und der Nutzen dieser Oberflächen im Vordergrund.

***Und wie geht es mit Pandomo weiter?***

Wir haben gerade ein komplett neues System eingeführt: PANDOMO Studio, ein zementäres Produkt, das sich zugleich am Boden und an der Wand verarbeiten lässt. Es hat eine sehr elegante Oberfläche und ist gleichzeitig sehr widerstandsfähig. Das ermöglicht eine homogene Anmutung. Darüber hinaus sind wir ständig mit der Weiterentwicklung der Systemkomponenten beschäftigt.

**Und noch eine persönliche Frage am Schluss: Welches ist Ihr „Lieblingsprodukt“?**

Das ist ganz klar PANDOMO Wall. Damit lassen sich ganz individuelle Oberflächen erzeugen, die besonders hochwertig sind und eine lange Lebensdauer haben. Und für den Fußboden ist und bleibt es der klassische Terrazzo.

**Über PANDOMO**

Pandomo von ARDEX ist ein modernes System für die Oberflächengestaltung. Ob Boden, Wand oder Decke – die Möglichkeiten sind vielfältig und reichen von klassisch, edel und homogen bis zu ganz individueller Gestaltung. Für besonders stark beanspruchte Bereiche bietet Pandomo feste, extrem widerstandsfähige Bodenflächen. Aber auch im Privatbereich überzeugt es dank seiner unverwechselbaren Note.

**Über Ardex**

Die Ardex GmbH ist einer der Weltmarktführer bei hochwertigen bauchemischen Spezialbaustoffen. Als Gesellschaft in Familienbesitz verfolgt das Unternehmen seit 70 Jahren einen nachhaltigen Wachstumskurs. Die Ardex-Gruppe beschäftigt heute über 3.000 Mitarbeiter und ist in mehr als 100 Ländern auf allen Kontinenten präsent, im Kernmarkt Europa nahezu flächendeckend. Mit mehr als zehn großen Marken erwirtschaftet Ardex weltweit einen Gesamtumsatz von mehr als 770 Millionen Euro.

**Presseanfragen bitte an:**

Ardex GmbH

Janin Settino, Friedrich-Ebert-Straße 45, 58453 Witten

Tel. 02302 664-598, Janin.Settino@ardex.de