SCHADEN.NEWS








28.01.2026

„WIR WOLLEN MIT UNSEREM TEAM NÄHER AM MARKT UND AN DER WERKSTATT SEIN“

Neuer Vertriebsleiter mit klarer Haltung: Seit kurzem verantwortet Tobias Blumenstein den Automotive-Bereich beim Folienhersteller Horn & Bauer. Im Interview berichtet er, wie die Schwalmstädter Nachhaltigkeit und Produktentwicklung für Folienprodukte im Kfz-Unfallschadenmarkt weiter vorantreiben wollen – und warum echte Kundennähe dabei entscheidend ist. _ __ Herr Blumenstein, Sie sind seit kurzem neuer Vertriebsleiter des Automotive-Bereichs bei Horn & Bauer. Worauf freuen Sie sich in dieser Position am meisten?_ **Tobias Blumenstein:** Mich begeistert vor allem die Kombination aus Menschen, Markt und Möglichkeiten. Horn & Bauer ist ein familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen mit kurzen Wegen, hoher Motivation und einem Team, das bereit ist, für Kunden auch die Extrameile zu gehen. Das schafft intern eine besondere Dynamik. Extern freue ich mich darauf, den Aftermarket noch besser kennenzulernen, direkt mit Handel und Werkstätten ins Gespräch zu kommen und zu verstehen, wo wir mit unserer Technologie, Flexibilität und Fertigungstiefe konkret unterstützen können, Prozesse effizienter und Kosten beherrschbarer zu machen.

Welche Pläne und Projekte bei Horn & Bauer werden Sie 2026 als Vertriebsleiter begleiten und umsetzen? Tobias Blumenstein: Wir bleiben unserer Linie treu: höchste Qualität und Lösungen, die den Anwender wirklich weiterbringen. Gleichzeitig wollen wir noch näher an den Markt rücken: Das bedeutet mehr Präsenz beim Kunden, intensivere Gespräche mit Handelspartnern und

ein noch besseres Verständnis für die Herausforderungen in den Werkstätten. Ein zentrales Thema ist dabei Effizienz im Handling – Qualität zahlt sich am Ende im Prozess aus. Parallel treiben wir das Thema Nachhaltigkeit weiter voran, etwa mit recycelten Lackierschutzfolien, die in der Anwendung ebenso gut eingesetzt werden können wie die klassischen Produkte.

Horn & Bauer wird auch in diesem Jahr auf der Automechanika in Frankfurt als Aussteller dabei sein – kurzer Ausblick, was erwartet den Besucher? Tobias Blumenstein: Die Automechanika ist für uns der Höhepunkt des Jahres. Unser Anspruch ist es, Gastgeber zu sein. Unser Motto lautet „Zu Gast bei Freunden". Besucher können bei uns Technik erleben, Neuheiten entdecken und vor allem ins Gespräch kommen. Uns geht es nicht nur um Produkte, sondern darum zu zeigen, wer Horn & Bauer ist, wofür wir stehen und welchen Mehrwert wir bieten. Dazu gehört auch ein Stück Heimat aus der Schwalm – inklusive klassischer „Ahler Wurscht".

Wie ist der Automotive-Bereich von Horn & Bauer aktuell aufgestellt? Tobias Blumenstein: Wir haben in den vergangenen Monaten das OEM- und das Aftermarket-Geschäft enger zusammengeführt. Im OEM-Bereich sind wir stark im nationalen und internationalen Projektgeschäft, im Aftermarket fokussieren wir uns auf Europa, aber bauen auch unsere internationalen Märkte weiter aus. Getragen wird das von einem eng verzahnten Team, einem weltweiten Vertriebs- und Handelsnetzwerk sowie einer eigenen Entwicklungs-, Qualitäts- und Anwendungstechnik. OEM-Standards wie Prozesskontrollen und Endabnahmen kommen damit auch dem Aftermarket zugute.

Was können Betriebe 2026 produkttechnisch von Horn & Bauer erwarten? Tobias Blumenstein: Viele Weiterentwicklungen entstehen aus dem direkten Austausch mit Werkstätten. Ein Beispiel ist die neue vierlagige Kabinenschutzfolie, bei der mehrere Abziehschichten auf einer Klebung liegen – das spart Zeit und Arbeitsschritte. Beim Felgenschutzsystem WPS reagieren wir auf den Wunsch nach kompakteren Verpackungseinheiten für geringere Investitionen und bessere Lagerhaltung. Grundsätzlich gilt: Unser Fokus liegt auf Lösungen, die effizientere Prozesse bringen, Kosten senken und sich nahtlos in den Werkstattalltag integrieren.

__Vielen Dank für das Interview! __

Ina Otto