

Die Regensburger Papier LIEBL GmbH positioniert sich als Rundum-Dienstleister für die Unternehmen der Region

Strategisches Outsourcing im Einkauf

„Wir unterscheiden uns vor allem über unsere Dienstleistung und das individuelle Sortiment“, sagt Dieter Krakowitzer, geschäftsführender Gesellschafter der Papier LIEBL GmbH. Was vor bald 75 Jahren als Papier- und Schreibwarengeschäft in der Regensburger Altstadt begann, hat sich zu einem mittelständischen Unternehmen mit rund 140 Mitarbeitern entwickelt. Heute hat Papier Liebl für unterschiedlichste Kundenkreise vom Schulkind bis zum Industrieunternehmen passende Sortimente im Angebot. Als vorerst letzten Entwicklungsschritt feierte das Unternehmen im Juli die Erweiterungseröffnung des neuen Büro- und Logistikzentrums im Regensburger Stadtosten. Regensburgs Oberbürgermeister Hans Schaidinger bescheinigte den Verantwortlichen von Papier Liebl Optimismus. „Neue Gebäude drücken Mut und Innovationskraft aus“, betonte er in seiner Rede.

Von der Gründung des Unternehmens 1934 bis zum Beginn der 90er Jahre arbeitet Papier Liebl als klassischer Grossist, der Druckereien und Händler mit Papieren und Schreibwaren beliefert. Der Gründer Josef Liebl führte das Unternehmen durch die Kriegszeit. Anfang der 50er Jahre stieg sein

Das neue Gebäude im Regensburger Stadtosten.



Lederaccessoires und edle Schreibgeräte werten den Büro-Fachmarkt auf.

Sohn Franz mit ein, der 2004 im Alter von 75 Jahren verstarb. „Franz Liebl war ein Visionär“, erinnert sich Dieter Krakowitzer. „Über 50 Jahre hat er im Unternehmen gewirkt und war immer der Motor für Innovationen.“

Um 1990 begann Franz Liebl, das Unternehmen neu auszurichten. Auf der einen Seite trieb er den Umbau vom Großhändler zum Dienstleister für Gewerbekunden voran, auf der anderen Seite bahnte er den Weg, Privatkunden direkt zu bedienen. In Dieter Krakowitzer fand er zu dieser Zeit einen Geschäftspartner, der seine Ideen teilte. Denn Krakowitzer kannte die Branche gut, er

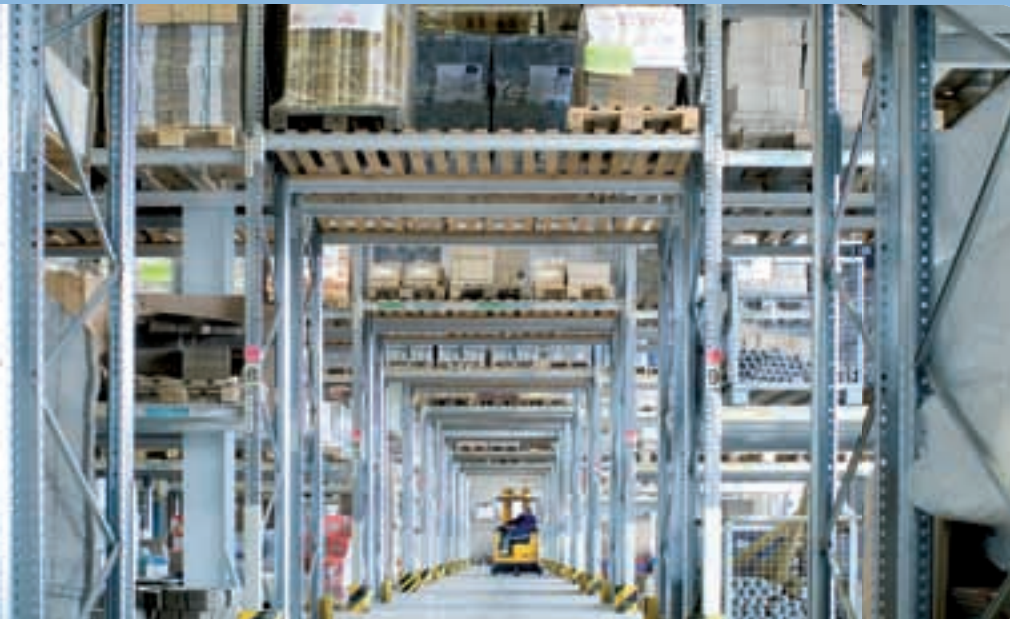
stammt selbst aus einem Schreibwarengeschäft im Regensburger Stadtnorden. Er erkannte zur gleichen Zeit wie Franz Liebl, dass er sein Geschäft ausbauen und neu ausrichten musste, um am Markt zu bestehen. „Statt unser eigenes Geschäft zu erweitern, bin ich im April 1990 als Gesellschafter in die neu gegründete Papier LIEBL GmbH eingetreten“, erzählt Krakowitzer. Liebls Ideen waren ihm nicht fremd, denn auch er hatte bereits vom reinen Handel in die Dienstleistung gewechselt. Krakowitzer belieferte kleinere Betriebe wie Rechtsanwälte und Steuerbüros direkt mit Büromaterialien.

Größter Bürofachmarkt Bayerns

Seinen Firmensitz hatte Papier Liebl aus Platzmangel bereits Anfang der 60er Jahre aus der Altstadt an die Hermann-Geib-Straße im Stadtsüden verlegt. „Zur Zeit des Umzugs noch absoluter Stadtrand“, sagt Krakowitzer. Im Nachhinein betrachtet eine kluge Wahl, denn der Standort erwies sich in der weiteren Stadtentwicklung als zentral und verkehrsgünstig. Er eignet sich bis heute bestens für das Ladengeschäft, das Papier Liebl hier 1993 ausbaute.

„In den Anfangsjahren haben wir das Geschäft freitags um 14 Uhr zu gemacht“, erinnert sich Krakowitzer mit einem Schmun-





30.000 verschiedene Artikel hält Papier Liebl am Lager vorrätig.

zeln. Heute hat der zum Fachmarkt gereifte Laden unter der Woche bis 19 Uhr, samstags bis 18 Uhr geöffnet. Von anfangs 400 auf aktuell rund 2.000 Quadratmeter Verkaufsfläche gewachsen, bietet er den Kunden Auswahl unter 30.000 verschiedenen Artikeln. Als größter Bürofachmarkt Bayerns deckt er - analog zu den bekannten Elektronik-, Sport- oder Gartenfachmärkten - in großer Sortimentsbreite und -tiefe alles ab, was mit Papier, Büro- und Schreibbedarf, Tinten und Tonern sowie Verpackungen aller Art in Verbindung steht.

Seit ungefähr zehn Jahren besteht eine Abteilung für Lederaccessoires und hochwertige Schreibgeräte, in der der Kunde schnell einige hundert Euro für einen edlen Füllfederhalter ausgeben kann. „Auch wenn jemand nur ein paar Aktenordner braucht, sorgt diese Abteilung doch für ein ganz anderes Einkaufserlebnis“, so Krakowitzer. Und nicht zu selten kaufen Kunden eben doch neben 5.000 Blatt Kopierpapier ein schönes

Stück aus der großzügig präsentierten Mont-Blanc-Kollektion.

Vor rund vier Jahren hat Papier Liebl einen Copy-Shop in den Bürofachmarkt integriert, der wiederum neue Kundenkreise anspricht. „Zum Beispiel sind die Regensburger Hochschulen nur eine paar Radlminuten von unserem Geschäft entfernt“, sagt der Geschäftsführer. Als jüngstes Kind hat Papier Liebl vor einigen Jahren ein eigenes Unternehmen für Beratung, Vertrieb, Wartung und Werkstattservice in den Bereichen Kopier- und Diktiergerätesysteme, Drucker und Faxgeräte gegründet und etabliert. „Mit dem Büro-Fachmarkt wollen wir unseren Kunden die gesamte Vielfalt des Angebots zeigen“, formuliert Krakowitzer als Ziel.

Logistik auf neuestem Stand

Eine weitere Veränderung erfuhr das Familienunternehmen 1998. Wolfgang Doll heiratete die Tochter des Hauses Susanne Liebl, die ebenfalls im Betrieb arbeitet, und stieg in das Unternehmen ein. Er teilt sich heute die Geschäftsführungsaufgaben mit Dieter Krakowitzer. Schnell übernahm Doll die Projektleitung für den Neubau eines Büro- und Logistikzentrums. Denn erneut war der Platz knapp geworden. Parallel zum Büro-Fachmarkt, dessen Fläche aufgrund neuer Sortimente immer weiter wuchs, baute das Unternehmen seine Dienstleistungen für Gewerbekunden aus. Ungefähr zeitgleich mit dem Fachmarkt hatte Papier Liebl das Geschäfts-

feld Verpackungslösungen aller Art für Handel, Handwerk und Industrie erheblich ausgebaut. Der zunehmende Erfolg beanspruchte Platz für Lager und Logistik.

So entstand als zweiter Standort des Unternehmens im Jahr 2000 ein Neubau in einem Industriegebiet im Stadtosten. „Zunächst vor allem für das Verpackungssegment“, sagt Wolfgang Doll. Von Kartons, Folien und Klebebändern bis hin zu Verpackungsmaschinen bietet Papier Liebl hier auf der einen Seite alles für die Bedürfnisse produzierender Industriebetriebe an. Auf der anderen Seite gehören individuell gestaltete Tragetaschen für Ladengeschäfte und Einzelhandel und der gesamte Verpackungs- und Hygienebedarf für die Gastronomie sowie Bäckereien oder Metzgereien zum Sortiment. Die Kunden werden täglich beliefert.

Nachteil des Neubaus war, dass Papier Liebl seine Kunden nun von zwei Standorten aus beliefern musste. Papier und Verpackungen wickelte das Unternehmen am neuen, Bürobedarf, Tinten und Toner noch am alten Standort ab. „Erst durch den Kauf unseres Nachbargrundstücks 2006 konnten wir genügend Platz schaffen, die Logistik am neuen Standort zusammenzuführen“, so Doll. Mit großen Vorteilen für das Unternehmen und die Kunden. Denn auf das nun 12.000 Quadratmeter große Areal hat Papier Liebl eine neue Halle für eine halbautomatische Kommissionieranlage gebaut. Sie beschleunigt den Durchsatz und erhöht die gesamte Lieferfähigkeit. „Aktuell liefern wir im Umkreis von rund 100 Kilometern Tag für Tag aus mehr als 6.000 Palettenstellplätzen und zigtausenden Durchlauf- und Fachbodenplätzen 2.000 Pakete mit rund 2.000 Positionen aus mehr als 500 Aufträgen aus, Tendenz weiter steigend“, zählt Doll auf.

Einkaufsplattform für C-Artikel

Die Investition in Lager, Logistik und EDV bildet die Grundlage dafür, dass sich Papier Liebl positiv weiterentwickeln kann. „Denn außerhalb des Bürofachmarkts geht es in unserem Geschäft mit Gewerbekunden nicht mehr um das Sortiment und nur eingeschränkt um den Preis, das sind Selbstverständlichkeiten“, sagt Krakowitzer, „aus-schlaggebend ist der Service.“ Papier Liebl entlastet seine Kunden bei der Beschaffung von so genannten C-Artikeln. Mit dem betriebswirtschaftlichen Verfahren der ABC-



IHK Service

Podcast

Den Audiobeitrag können Sie downloaden: www.ihk-regensburg.de/podcast



Analyse lassen sich im Einkauf die Waren nach Wichtigkeit klassifizieren. „C-Artikel zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht von strategischer Bedeutung für das Unternehmen sind und ihre Beschaffung und Bevorratung relativ zum Einkaufswert einen hohen Aufwand bedeutet“, erklärt Krakowitzer. Dazu gehören im klassischen Fall Kopierpapier und Druckertoner, Bürobedarf und Klebebänder, Formularvordrucke, Computerzubehör oder Werbeartikel. „Doch wir haben bei uns im Lager mittlerweile auch Kaffee und H-Milch“, so der Geschäftsführer.

Papier Liebl bietet seinen Kunden Outsourcing im Einkauf an. Das Unternehmen kümmert sich um alles, was für die Kunden nicht zum Kerngeschäft gehört, bequem verknüpft über eine eigene Onlineplattform. „Wir richten kundenindividuelle Zugänge ein“, erklärt Krakowitzer. Hier lässt sich eine Vorauswahl der benötigten Produkte treffen – „oft reicht es ja, einen Radiergummi zur Auswahl zu haben statt drei verschiedene“, meint Krakowitzer – oder das Einkaufsbudgets verwalten. Durch Just-in-Time-Belieferung spart sich der Kunde Lagerfläche, durch die Verteilung der Waren bis an den richtigen Schreibtisch eine eigene Logistik fürs Büromaterial. Vielleicht ließen sich durch das jonglieren mit mehreren Büromateriallieferanten ein paar Euro beim reinen Warenwert sparen, gibt Krakowitzer zu, „doch ist das Einsparpotenzial gering im Vergleich zum Verwaltungsaufwand. Das erkennen immer mehr Unternehmen, denn Prozesskostenoptimierung heißt das Schlagwort“

Als mittelständischer Dienstleister legt Papier Liebl dabei großen Wert auf völlige Flexibilität. Der Neutraubinger Getränkeanlagenhersteller Krones eröffnete einen Betriebskindergarten und Liebl ergänzte das Bestellsystem um Bastelmaterial. „Sollte morgen bei Krones noch eine Kinderkrippe dazukommen, dann nehmen wir einfach Babywindeln mit ins Programm“, illustriert Krakowitzer die Vorteile. Bei guter Planung und konsequenter Umsetzung sieht er ein Einsparpotenzial von 30 Prozent im Segment der C-Artikel.

Wettbewerbsvorteil durch mittelständische Strukturen

Die mittelständische Struktur sieht Dieter Krakowitzer als den größten Wettbewerbsvorteil seines Unternehmens. „Wir machen



Auf 2.000 Quadratmetern bietet der größte Bürofachmarkt Bayerns eine reiche Auswahl.

Bilder: Firmenfotos

kein Massengeschäft, sondern bieten maßgeschneiderte Lösungen an. Will der Kunde zusätzliche Produkte in seinem Bestellprogramm, können wir das in Minuten erledigen. Anruf genügt. Wir punkten durch Schnelligkeit, nicht durch Größe.“ Die Grenze der Möglichkeiten sieht Krakowitzer, wenn es um internationale Konzerne geht, die in mehreren Ländern beliefert werden wollen. Sehr wohl beherrscht Papierl Liebl aber das nationale Geschäft. „80 Filialen zwischen Passau und Flensburg, wie wir das für einen Kunden aktuell machen, sind für uns kein Problem, gerne auch mit Lieferung binnen 24 Stunden nach Bestellung.“

Krakowitzer ist klar, dass die Qualität der Dienstleistung stark von der Qualität seiner Mitarbeiter abhängt. Deswegen setzt Papier Liebl auf die eigene Ausbildung. Aktuell sind

14 Mitarbeiter, also genau zehn Prozent, in Ausbildung. „Bislang konnten wir regelmäßig den Großteil unserer Azubis übernehmen“, so der Geschäftsführer. Auch hier typisch Mittelständler, legt Krakowitzer Wert darauf, die Mitarbeiter langjährig an das Unternehmen zu binden. „Kundenbindung läuft viel über persönliche Beziehungen. Würde der Ansprechpartner dauernd wechseln, wäre das ein Nachteil.“

Als Herausforderung für die nächsten Jahre sehen Doll und Krakowitzer, das weitere Wachstum des Unternehmens. „Wir wollen der regionale Ansprechpartner für alle Unternehmen sein. Dazu müssen wir in der Entwicklung zu den Schnellsten gehören.“

Christian Omonsky, PR+Werbung Ludwig Faust

Die halbautomatische Kommissionieranlage erlaubt den Versand von mehr als 2.000 Lieferungen pro Tag.

Liebl verdoppelte das Logistik-Areal auf 12.000 Quadratmeter.

