

Baukom

„Wir wollen unsere Kunden verstehen und begeistern“

Die Nachricht kam für viele überraschend, als Anfang 2016 im *baustoffmarkt*-Newsletter zu lesen war, dass es Stefan Endlweber als Mitglied der Geschäftsleitung der Deutschen Rockwool zurück in seine Heimat nach Baden-Württemberg zieht. Sein Ziel: Im Rahmen einer Nachfolgeregelung als Gesellschafter in die Geschäftsführung von Baukom Bauprodukte einsteigen. Seitdem hat sich für den Neu-Unternehmer viel getan.

(ts) „Die ersten Gespräche haben **Rolf Klein** und ich auf dem Fußballplatz geführt. Was zunächst als Verkauf angedacht, weil er keinen Nachfolger für die Baukom fand und mich um Rat fragte, entwickelte sich schnell zu der Idee, das Unternehmen gemeinsam fortzuführen“, berichtet **Stefan Endlweber** über die ersten Gedanken in Richtung Unternehmertum. Das sich die 1994 gegründete Baukom mit Sitz in Sinsheim als Partner des Fachhandels im Bereich Gewebe, WDVS Zubehör sowie Putz- und Trockenbau-Profile versteht, habe die Entscheidung zusätzlich vereinfacht. „Mit meiner beruflichen Vita hat mich besonders der Gedanke gereizt, die Stärken für ein inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen praxisnah zu übersetzen und mit den Tugenden des Mittelstands wie Flexibilität und Geschwindigkeit zu vereinen“, fasst Endlweber für uns noch einmal seine Motivation für seinen Schritt in die Selbstständigkeit zusammen.

Verpackungssystem sorgt für Gesprächsstoff

„Im besonderen Maße hat mich von Anfang an beschäftigt, wie wir Mehr-



Stefan Endlweber ist begeistert, als Unternehmer etwas zu bewegen. FOTO: REDAKTION/TS

werte für unsere Kunden generieren können. Denn die Produkte allein stehen nicht mehr im Mittelpunkt, sondern werden immer austauschbarer. Vor diesem Hintergrund haben wir intensiv die teilweise hohen Transportschäden bei Anlieferung von Putz- und Spachtelprofilen auf der Baustelle analysiert und überlegt, was sich hier machen lässt.“

Am Ende der Beschäftigung mit

dem Thema stand das neue Röhrenverpackungskonzept für transportempfindliche Spachtelprofile, mit dem sich Transport- und Lagerschäden von empfindlichen Bauprofilen vermeiden lassen und das so logistischen sowie energetischen Mehraufwand und Zusatzkosten reduziert. „Das wir mit der Einführung des Röhrensystems zur Verpackung unserer

Profile eine Lawine losgetreten haben, hat uns dann doch überrascht. Aber wir haben ein Problem unserer Kunden erkannt und vor allem gelöst. Heute setzen selbst Marktbegleiter auf unsere Röhrenverpackung. Mit einem firmeneigenen Aufdruck versehen, werden die mehrfach verwendbaren Verpackungen gern auch als Werbebotschaft genutzt“, beschreibt Endlweber den unerwarteten Run auf seine „Transportröhre“, die bereits als Prozessinnovation ausgezeichnet wurde. Eine erste Erweiterung des „Röhrensortiments“ mit weiteren Putz- und Spachtelprofilen sei seit kurzem bereits erhältlich, ergänzt er. Das Schöne daran sei, führt er im Gespräch aus, „dass das Konzept zu unserer Philosophie als inhabergeführtes Unternehmen bedin-

gungslos auf Service und Zuverlässigkeit zu setzen, perfekt passt. Wir liefern nicht nur Produkte, sondern marktgerechte Lösungen; oft echte Problemlösungen. Unser Hauptziel ist es, unsere Kunden erfolgreicher zu machen und dadurch selbst zu wachsen. Und wir haben hierzu eine Menge Ideen.“ Neben der Röhrenverpackung hat das Unternehmen beispielsweise eine Palettenoptimierung vor-

genommen und dazu verschiedene Grundmodelle neu entwickelt, um auch hier die Profile besser zu schützen. Im April soll bereits die nächste Innovation aus Sinsheim zum Thema Verpackung kommen: Das sogenannte „Smart-Pac“, das Endlweber im Gespräch als

Quantensprung in der Putzprofilbranche betrachtet und den Kunden eine baustellengerechte Verpackung in verschiedenen Formen bieten soll. Der Erfolg der Röhre habe gezeigt, dass hier Bedarf bestehe und deshalb habe man hier noch einmal richtig Geld in die Hand genommen, ergänzt der Geschäftsführer.

Über die praxisnahen Lösungen hinaus, denken Endlweber und Klein auch in größeren Dimensionen: „Wir formen unser Unternehmen jetzt, weil wir wissen, dass wir als Unternehmen gut aufgestellt sind und sich die Investition in die Zukunft lohnt“, heißt die Devise in Sinsheim.

Prozessoptimierung Hand in Hand

Vor diesem Hintergrund berichtet Endlweber von umfangreichen Investitionen in bauliche Aktivitäten. Gemeint ist die Erweiterung des Logistik- und Kommissionierungszentrum am Stammsitz in Sinsheim-Reihen. Im Sommer letzten Jahres erfolgte hier der Spatenstich für den ersten Bau-Abschnitt: „Wenn der Baufortschritt weiter so vorangeht, können wir die neue Halle im Sommer in Betrieb nehmen“, sagt Endlweber.

Daneben investieren die Unternehmer sehr viel Zeit und Geld in das Thema Digitalisierung: „Die Digitalisierung nehmen wir für unser Unternehmen sehr wichtig und sind bereits auf vielen Feldern in diese Richtung aktiv. Wir sind dabei, uns mit unseren Kunden immer weiter zu vernetzen und digitalisieren Schritt für Schritt den Auftragseingang, die Kommissionierung, Verladung und Versendung und bauen zurzeit mit

Hilfe externer Beratern ein modernes, digitales Lagerverwaltungssystem auf. Am Ende wird es um die Verfügbarkeit des Produktes auf dem Lager des Kunden – und das durch Nutzung von Lagerverwaltungssystemen und Bestandsoptimierungsprogrammen –

„Lageroptimierung ist die Zukunft des Fachhandels.“

Stefan Endlweber

gehen. Auch vor dem Hintergrund, dass wir die derzeitigen Probleme in der Logistik so schnell nicht gelöst bekommen, deshalb müssen wir etwas bei der Lageroptimierung tun und da sind wir dran. Das geht natürlich nur in Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, der hier ebenfalls gefordert ist“ führt Endlweber aus.

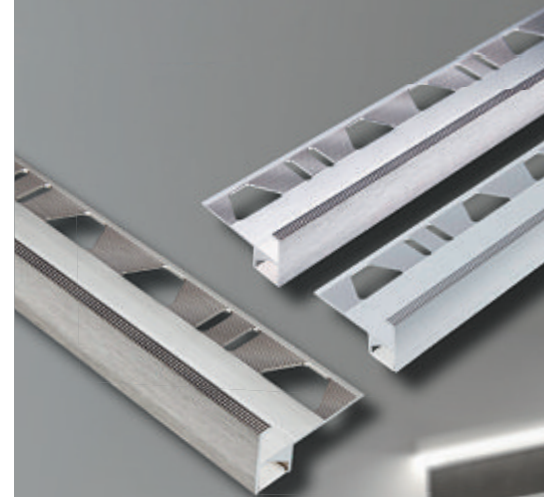
Dabei ist sich der Geschäftsführer durchaus bewusst, dass er eine Menge Bälle in der Luft hält: „Wir haben hier bereits etwas Tempo rausgenommen, um auch unsere internen Strukturen dem Wachstum in den letzten zwei Jahren anzupassen und neue Mitarbeiter einzustellen. Als mittelständisches Unternehmen wollen wir sowohl nach außen als auch nach innen menschlich und nahbar bleiben“ führt er dazu aus. Denn die Geschäfte, weiß auch unser Gesprächspartner, werden immer noch von Menschen gemacht. Andererseits müssen wir die Themen jetzt angehen und damit investieren. Es geht um das Gesamtpaket und eine zukunftsfähige Strategie und Ausrichtung eines Unternehmens, weil wir nicht sagen können, ob es beispielsweise beim Thema Digitalisierung in nächster Zeit zum ‚Hockey Stick-Effekt‘ kommt. Noch verläuft die Kurve der Digitalisierung für die Branchen flach, aber sie könnte an einem bestimmten Punkt steil und gradlinig nach oben gehen. „Ob das passiert und wann der Zeitpunkt kommt, wissen wir auch nicht, aber wir wollen darauf vorbereitet sein. Stand heute liegen wir sehr gut im Plan und sind mit der Gesamtentwicklung des Unternehmens sehr zufrieden.“ Denn Wechsel auf die Unternehmenseite habe er nicht bereut, sagt Endlweber abschließend.

alferpro®

ÜBERZEUGEND

PRÄZISE

ZIELSTREBIG



alferlight – LED-Profile
Die Technikbroschüre
jetzt zum Download
auf www.alferpro.de



www.alferpro.de