



Der 1956 in Freiburg gegründete Großhändler Ketterer+Liebherr wird heute von der Familie Liebherr geführt.

Lotter + Liebherr – die Marktversorger

Lotter+Liebherr hat sich in den vergangenen Jahren zu einem führenden mittelständischen Großhändler für Bodenbeläge entwickelt. Die Gruppe unterstreicht nicht nur während der Corona-Pandemie beispielhaft die Bedeutung von Großhandelshäusern für die Marktversorgung.



Haben mit dem Casa Nova-Showroom einen Nerv getroffen: Katharina Schneider (Prokuristin Ketterer+Liebherr), Juliane Illenseer (Leiterin Casa Nova-Showroom) und Eberhard Liebherr (geschäftsführender Gesellschafter Lotter+Liebherr).

Der Handel mit Boden und Zubehör ist für das Freiburger Großhandelshaus Ketterer+Liebherr von je her ein Lebensnerv. Für den 1840 gegründeten Eisen- und Stahlhändler Gebr. Lotter aus Ludwigsburg hat das Geschäft mit Bodenbelägen in Relation zum aktuellen Konzernumsatz in Höhe von rund 500 Mio. EUR zwar einen geringen Umfang, jedoch ist es ein rentabler Geschäftszweig mit langer Tradition.

Kräfte gebündelt – Ziel: Vollstufigkeit

Ende der 1990er-Jahre, als das Geschäft mit Bodenbelägen komplexer und der Wettbewerb stärker wurde, bündelten die beiden Unternehmen, die sich aus der Großhandelseinkaufskooperation Rigromont kannten, ihre Kräfte. Die Geschäftsführer Helmut Ernst und Eberhard Liebherr gründeten das gemeinsame Handelshaus Lotter+Liebherr mit Sitz in Gaggenau mit dem Ziel, auch zukünftig einen vollstufigen und lieferfähigen Großhandel für Bodenbeläge betreiben zu können (siehe Organigramm). Die operative Führung der Gesellschaft liegt bis heute in den Händen von

Eberhard Liebherr, geregelt über einen Management-Service-Vertrag, einschließlich aller Verwaltungsfunktionen wie beispielsweise Buchhaltung, IT und Marketing.

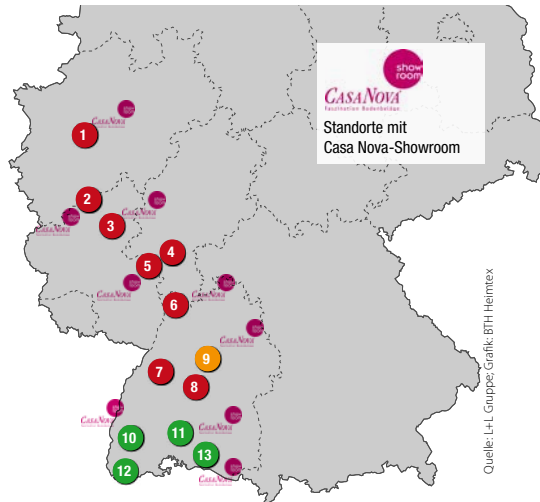
„Unsere Strategie - damals wie heute - ist es, ein Großhändler für das komplette Sortiment an Bodenbelägen, Verlegewerkstoffen und Zubehör zu sein und zu bleiben, der vollstufig ist. Das heißt, wir liefern alle Sortimente und Artikel mit zuverlässiger und schneller Logistik sowie fachkundigem Personal. Nur so haben wir die Kompetenz, unseren Kunden einen umfassenden Service zu bieten“, erklärt Liebherr.

In Zeiten erheblicher Marktkonsolidierung im dreistufigen Vertrieb gehörten Übernahmen auch für die Lotter+Liebherr-Gruppe in der Vergangenheit zur Unternehmensentwicklung. Beispielsweise wurden Klemm in Tübingen-Reutlingen und Plasto in Bonn integriert. Die Unterstützung von Banken habe man bei diesen Übernahmen allerdings nicht benötigt, betont Liebherr. Man sei profitabel und mit Augenmaß gewachsen und habe keine aggressive Expansionspolitik verfolgt.

60 Mio. EUR Umsatz mit Boden

Lotter+Liebherr beschäftigt heute rund 110 Mitarbeiter in Einkauf, Vertrieb und Logistik ausschließlich von Bodenbelägen und Zubehör. Das Unternehmen ist einer der führenden überregional tätigen

Standorte der Lotter + Liebherr-Gruppe

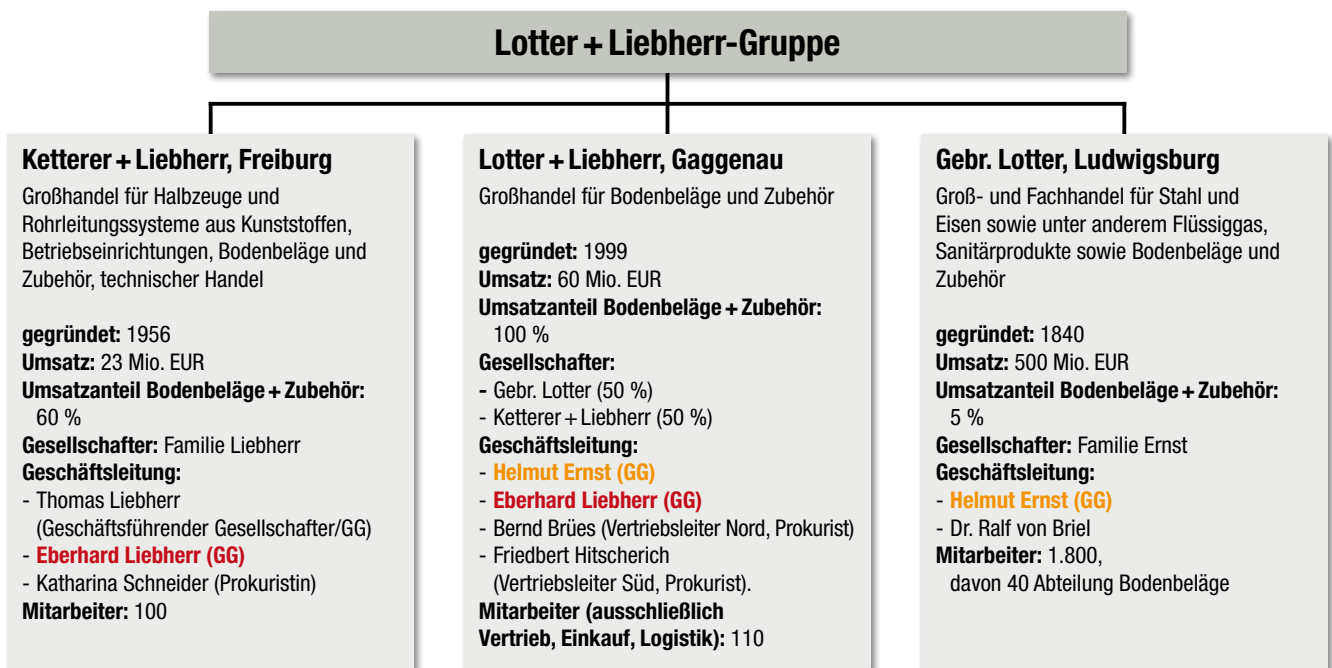


- Filialen**
- Lotter + Liebherr**
- 1 Essen
- 2 Bonn
- 3 Koblenz
- 4 Frankfurt
- 5 Mainz
- 6 Mannheim
- 7 Gaggenau
- 8 Tübingen
- Gebr. Lotter**
- 9 Ludwigsburg
- Ketterer + Liebherr**
- 10 Freiburg
- 11 Villingen-Schwenningen
- 12 Lörrach
- 13 Überlingen

Bodenbelagsgrossisten Deutschlands mit Schwerpunkt in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Hessen und Nordrhein-Westfalen (siehe Standortkarte). Der Umsatz liegt bei 60 Mio. EUR.

„Als Großhändler werden wir von unseren Kunden an unserer Liefer- und Leistungsfähigkeit gemessen. Bei einer Casa Nova-Kollektion, die wir bei unseren Handwerkern platzieren, gehen diese davon aus, dass

Fortsetzung auf Seite 126 →



Die Idee des Casa Nova-Showrooms

Die Lotter + Liebherr-Gruppe hat schon immer an allen Standorten Ausstellungsräume bereit gehalten. Dort wurden aber hauptsächlich Handwerker beraten – Bauträger und Endkunden eher selten. Das Tages-, vor allem das Abholgeschäft, ließ eine adäquate Beratung von anderen Kundengruppen zeitlich, räumlich und organisatorisch kaum zu.

Der Casa Nova-Showroom von Ketterer + Liebherr in Freiburg richtet sich hingegen als erster innerhalb der Firmengruppe konzeptionell vor allem an Endkunden, Bauherren, Investoren und Architekten, die rund um Bodenbeläge beraten werden. Diese Kundengruppen kommen in der Hauptsache auf Empfehlung der kaufenden Handwerker.

Die 180 m² großen Räumlichkeiten, benannt nach der Bodenmarke der Großhandelseinkaufskooperation Rigromont, deren Gesellschafter die drei Unternehmen der Lotter + Liebherr-Gruppe sind, haben eine weitere Besonderheit: Der Casa Nova-Showroom ist der erste, der nicht in eine der Großhandelniederlassungen integriert ist.

Geleitet wird der Showroom von Juliane Illenseer. Sie arbeitet im Projektmanagement Vertrieb, ist Markenverantwortliche für die Marke Casa Nova und Tochter des geschäftsführenden Gesellschafters Eberhard Liebherr. Zusammen mit ihren vier Kollegen, darunter ein Objektberater, berät Illenseer Kunden täglich von 10 bis 18 Uhr. Samstags ist die Ausstellung zwischen 10 bis 14 Uhr geöffnet.





Fotos: Ketterer + Liebherr



**Großhändler
Ketterer + Liebherr berät im
Casa Nova-Showroom
in Freiburg pro Woche im
Schnitt 40 bis 50 Endkunden,
Bauherren und Architekten
rund um Bödenbeläge.**

die Ware innerhalb von 24 Stunden an allen Standorten der Gruppe und im gesamten Vertriebsgebiet zur Verfügung steht. Etwas anderes wird nicht akzeptiert“, beschreibt Liebherr die Anforderungen der Kunden.

Dezentrale Logistik

Die Lotter+Liebherr-Gruppe betreibt die Logistik dezentral über drei Hauptlager in Gaggenau, Bonn und Freiburg. Sowohl im Nacht- als auch im Tag-sprung wird die Ware kommissioniert und zwischen den Standorten verteilt und ausgetauscht. Zusätzlich greifen befreundete Großhandelshäuser, beispielsweise andere Rigromont-Gesellschafter, für B- und C-Farben auf die Lager der Gruppe zu. Diese Zusammenarbeit steigert Lagerumschlag, Effektivität und Leistungsfähigkeit der Warenversorgung zusätzlich. Täglich greifen insgesamt einige tausend Kunden auf

die Lager der Gruppe zu; pro Tag werden rund 700 Aufträge kommissioniert. Die Voraussetzungen für diesen Warenumschlag hat das Unternehmen durch eine neue und leistungsfähige IT-Infrastruktur geschaffen.

Alle 13 Standorte der Lotter+Liebherr-Gruppe können die Warenbestände untereinander einsehen. Jeder Standort ist zudem so groß, dass er von der Industrie per LKW direkt angefahren werden kann. Das mache die Filialen flexibler und unabhängiger von den Hauptlagern.

Mehr als 300 LVT-Artikel auf Lager

„Wir haben an allen Standorten ein Vorratslager, sind dadurch vor allem bei den Schnelldreher extrem lieferfähig und verfügen deshalb für unsere Kunden über eine ausgeprägte Vor-Ort-Kompetenz“, erklärt Katharina

„Wir haben einen Nerv getroffen“

Ein Großhändler der in einem modernen Showroom im großen Stil Endkunden über Bodenbeläge berät: Kann das funktionieren? Lotter + Liebherr hat mit diesem Konzept seit 2016 große Erfolge.

BTH Heintex: Seit April 2016 betreibt die Lotter + Liebherr-Gruppe in Freiburg den ersten Casa Nova-Showroom. Hier beraten Sie als Bodenbelagsgroßhändler die Auftraggeber ihrer Handwerkerkunden rund um Bodenbeläge. Ein viel beachteter und diskutierter Schritt innerhalb der Branche. Wie fällt Ihre Bilanz aus?

40 bis 50 Beratungen pro Woche

Juliane Illenseer: Wir haben in unseren Niederlassungen schon immer auch die Kunden unserer Handwerkerkunden beraten. Der Casa Nova-Showroom hier in Freiburg ist insoweit ein Novum, weil er der erste ist, der nicht in einer unserer Filialen integriert ist, sondern separat in einer für Endverbraucher verkehrsgünstig gelegenen und deswegen gut frequentierten Lage. Wir führen mittlerweile durchschnittlich 40 bis 50 Beratungen pro Woche durch. Wir haben mit unserem Angebot also absolut einen Nerv getroffen.

BTH Heintex: Wie sieht Ihre Beratung konkret aus?

Illenseer: In der Regel schicken unsere Kunden ihre Endkunden und Bauherren zur Bera-



„Unsere Strategie ist es, ein vollstufiger Großhändler mit Rund-um-Service zu sein.“

Eberhard Liebherr,
geschäftsführender
Gesellschafter
Ketterer + Liebherr



„Wir bauen eine gute Bindung zum Kunden auf und erzielen im Sinne unserer Handwerker vor allem bei Endkunden und Bauherren eine hohe Abschlussquote.“

Juliane Illenseer,
Leiterin Casa
Nova-Showroom

tung in den Showroom oder kommen mit Architekten zu uns. Wir nehmen uns dafür viel Zeit. Am Ende erstellen wir für den Handwerker ein Beratungsprotokoll samt Angebot für den ausgesuchten Bodenbelag. Auf dieser Grundlage kann der Handwerker seinem Kunden einen Kostenvoranschlag erstellen. Damit haben wir den Ablauf transparent und nachvollziehbar für alle Beteiligten gestaltet.

BTH Heintex: Was Sie machen, gehört ja eigentlich zu den Kernkompetenzen eines Raumausstatters, Fachhändlers und Handwerkers: Seine Kunden bei der Auswahl aus seinem Bodensortiment intensiv und vertrauensvoll zu beraten ...

Struktureller Wandel

Illenseer: Im Prinzip ja. Wir reagieren mit unserem Service im Casa Nova-Showroom auf einen strukturellen Wandel in der Branche. Immer weniger unserer Kunden aus Fachhandel und Handwerk verfügen selbst über Ladengeschäfte, Ausstellungsräume und optimale Beratungsmöglichkeiten. Es fehlen häufig Zeit und Fachpersonal, um Bauherren ausführlich und umfassend zu beraten.

Schneider, Prokuristin und Mitglied der Geschäftsleitung bei Ketterer+Liebherr. Allein im Designbelag, heute die Hauptumsatzgruppe, werden mehr als 300 Artikel bevorratet. Weil die Regalanlagen die Last dieser schweren Paletten nicht mehr tragen konnten, musste beispielsweise das Hauptlager in Bonn komplett neu organisiert und umgebaut werden; weg vom Rollen- und Coupongeschäft hin zur palettierten Ware, meist eben LVT.

„Diese permanente Lieferfähigkeit bieten zu können, das haben wir uns, aber auch andere Großhändler sich über die letzten Jahre erarbeitet. Ich bin froh über jeden leistungsfähigen Großhändler in der Branche. Das ist ein wichtiges Signal, denn der Großhandel versorgt Handel und Handwerk zuverlässig mit Ware, zu einem Preis-Leistungs-Verhältnis, das stimmt, und mit einer hohen Beratungskompetenz der Mitarbeiter. Gerade in der Corona-Zeit haben wir unsere Lagerbestände



Foto: Ketterer + Liebherr

Die Lotter + Liebherr-Gruppe hat ihre Tätigkeitsschwerpunkte in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Hessen und Nordrhein-Westfalen. Insgesamt betreibt sie 14 Standorte.

noch einmal deutlich erhöht. Das haben uns viele unserer Kunden sehr gedankt“, betont Liebherr.

» jochen.lange@sfnfachpresse.de

Eberhard Liebherr: Eine Ausstellung braucht Platz, muss aktuell und vollständig gehalten, muss gepflegt werden und regelmäßige Öffnungszeiten bieten. Kann das nicht gewährleistet werden, ist es schwierig, auf die Bedürfnisse des Endkunden einzugehen. Dann lassen unsere Handwerker sich gerne von uns als Partner in der Beratung unterstützen und schicken ihre Endkunden zu uns in den Showroom. Das funktioniert, weil unsere Kunden uns seit vielen Jahrzehnten vertrauen und wissen, dass wir über die entsprechende Kompetenz und Zuverlässigkeit in der Abwicklung verfügen.

BTH Heimtex: Was verlangen Endkunden und Bauherren denn, wenn es um die Auswahl eines Bodenbelags geht? Bei den vielen Beratungen, die Sie mittlerweile hier im Showroom durchführen, müssten Sie das sehr genau wissen, weil Sie nah dran sind am Markt.

Hohe Abschlussquote

Illenseer: Unsere Herangehensweise fokussiert sich darauf, den Kunden zuzuhören, sie nicht zu überfrachten und sie zielgerichtet zu beraten. Wir erzeugen deswegen hier keinen großen Warendruck sondern zeigen nur einen Teil unseres Lagerprogramms unter der Marke Casa Nova; teilweise präsentieren wir auch ausgesuchte Herstellermarken.

Viele, die kommen, haben sich bereits im Vorfeld anderswo oder im Internet informiert und

sich Gedanken gemacht. Sie wissen meistens schon, ob sie beispielsweise Vinyl oder Parkett möchten, ob etwas Helles oder lieber ein dunkles Dekor. Über diese Fakten steigen wir dann in das Beratungsgespräch ein. Und dann ergeben sich viele weitere Fragen, von denen die Kunden vorher überhaupt nicht wussten, dass sie diese haben, weil sie auf viele Themen allein nicht stoßen. Wenn wir beispielsweise erwähnen, dass ein Boden in Deutschland hergestellt wird, interessieren sich die Kunden für das Thema. Sie fragen nach und berichten, dass sie sich darüber in Bezug auf Bodenbeläge vorher gar keine Gedanken gemacht haben. Und so geht es weiter. Ein Beratungsgespräch kann dann auch schon einmal eine halbe oder eine ganze Stunde dauern. Wir sind darauf eingerichtet, weil wir die Zeit haben, alle Details zu besprechen. Wir bauen durch diese intensive Beratung eine gute Bindung zum Kunden auf, können sehr hochwertig verkaufen und erzielen im Sinne unserer Handwerker vor allem bei Endkunden und Bauherren eine hohe Abschlussquote.

BTH Heimtex: Zur Eröffnung vor viereinhalb Jahren wurden Sie von vielen skeptisch begrüßt...

Boden als „tolles Produkt“ vermarkten

Illenseer: Das stimmt. Wir haben aber fest an unsere Idee geglaubt, dass es diesen großen Beratungsbedarf zum Thema Bodenbelag gibt,

den wir jetzt bedienen. Das liegt auch daran, dass wir Freude daran haben, Bodenbeläge zu verkaufen, weil es einfach tolle Produkte sind. Wir verkaufen etwas Schönes, ein Stück Lebensqualität und auch Lifestyle. Das geht immer etwas unter in der Bodenbelagsbranche. Deswegen freuen wir uns sehr, dass unser Konzept des Casa Nova-Showrooms so gut angenommen wird.

Liebherr: Der Casa Nova-Showroom ist hier in Freiburg heute bekannt und ein fester Begriff. Mit diesem Servicekonzept für Handwerker haben wir unser eigenständiges Profil weiter geschärft und heben uns noch mehr vom Wettbewerb ab.

BTH Heimtex: Wenn dieses Showroom- und Beratungskonzept so gut funktioniert: Haben Sie es auf andere Standorte ausgeweitet?

Illenseer: Wir haben mittlerweile Casa Nova-Ausstellungen an acht weiteren Standorten: Schweningen, Überlingen, Ludwigsburg, Koblenz, Mannheim, Mainz, Essen und Bonn. Dort haben wir unsere vorhandenen Beratungsflächen jetzt unter Casa Nova gebrandet und konzeptionell um- und ausgebaut sowie modernisiert. Sie wurden überall mit der von uns eigens dafür entworfenen individuellen Möbelserie ausgestattet. Man kann also sagen, dass wir das Konzept institutionalisiert haben.

Das Interview führte Jochen Lange.
» jochen.lange@sfnfachpresse.de