



Noch nur eine Planung auf dem Papier, aber die konkreten Pläne zur Erweiterung der Logistik sind fertig.



Gerade einmal fünf Jahre alt und doch schon zu klein: die Unternehmenszentrale samt Logistik von Holtz Office Support in Wiesbaden.

Holtz Office Support investiert eine Million in eine erweiterte Logistik

Freiräume für weiteres Wachstum

HOLTZ OFFICE SUPPORT | Erst Anfang 2010 hat das Wiesbadener Unternehmen einen hohen siebenstelligen Betrag in den Neubau eines Logistikzentrums in Wiesbaden investiert. Diese Woche nun haben wir erste Animationen einer nicht unwesentlichen Erweiterung des Logistikzentrums gesehen. Wir sprachen mit Christopher Holtz-Kathan über die Gründe des enormen Erfolgs der Marke Magnetoplan.

? Herr Holtz-Kathan, nach nicht einmal fünf Jahren nach dem Bezug Ihres Logistikzentrums investieren Sie bereits erneut in einen Erweiterungsbau. Wodurch kam dieses schnelle Wachstum zustande?

Holtz-Kathan: Wir haben uns in den vergangenen fünf Jahren in fast allen Bereichen neu erfunden. Angefangen mit aussagekräftigen und branchentypischen Werbemitteln und einem hohen Anspruch an die Ästhetik unseres ge-

„Wir haben uns in den vergangenen fünf Jahren in fast allen Bereichen neu erfunden.“

samten Markenauftritts über innovative, designorientierte Produkte, dem Re-Design unserer Kernproduktlinien bis hin zu maximal-optimierten Logistikprozessen. Das alles hat dazu geführt, dass eine große Anzahl an Fachhändlern ihr Sortiment auf Magnetoplan umgestellt hat und auch für die nächsten Jahre können wir zuversichtlich auf einige bedeutende Neuverträge blicken.

? In einem solchen Wachstum stecken doch gewaltige Herausforderungen an die Unternehmerfamilie wie die Mitarbeiter?

Holtz-Kathan: Sicherlich waren selbst wir von dem Ausmaß unseres Unternehmenserfolges überrascht, aber auch sehr erfreut, da dies ja der Lohn für die stetigen Anstrengungen aller Mitarbeiter ist. Jedoch waren von Anfang an alle unternehmerischen Überlegungen und Prozesse auf den Weg an die Spitze und auf ein gesundes, besonnenes Wachstum ausgelegt: angefangen von aus-

Können mit großer Zufriedenheit auf die aktuelle Entwicklung Ihres Unternehmens blicken: Peter A. Holtz-Kathan (links) und sein Sohn Christopher.



gedehnten Flächen bis hin zu skalierbaren logistischen Einrichtungen. Mit der erneuten Investition schaffen wir nun die notwendigen Räume, aber auch die gestalterischen Freiräume für weiteres Wachstum.

? Was sehen diese Investitionen im Detail vor und wie viel Geld nehmen Sie in die Hand?

Holtz-Kathan: Wir investieren rund eine Million Euro in die Erweiterung unserer Paletten-Regal-Anlage und erweitern damit unsere gegenwärtige Lagerkapazität von 1.700 Palettenstellplätzen auf 2.700. Zusätzlich erweitern wir unsere mehrstöckige Kommissionierungsbühne um weitere 600 Quadratmeter. Unsere Kapazitäten steigen damit um 70 %, eine Erweiterung, mit der wir bestens für die nahe und mittlere Zukunft gerüstet sind.

? Soviel Wachstum braucht aber nicht nur Lagerplatz. Wie begegnen Sie dem erhöhten Arbeitsaufkommen im Kundenservice und der Verwaltung?

Holtz-Kathan: Die gegenwärtigen Erweiterungen erstrecken sich nicht nur auf

unsere Logistik. Im ersten Halbjahr 2015 haben wir in fortschrittliche Retourensoftware innerhalb unseres Warenwirtschaftssystems investiert. So wurden viele Prozesse automatisiert, was wie-

„Unsere Kapazitäten steigen um 70 %, eine Erweiterung, mit der wir bestens für die nahe und mittlere Zukunft gerüstet sind.“

derum eine zügige Abwicklung auch bei einem kontinuierlich steigenden Arbeitsvolumen garantiert. Seit Mitte Mai steht uns dieses kraftvolle Werkzeug nun zur Verfügung. Eine der modernsten Telefonanlagen flankiert diese Maßnahme.

? Wie müssen Ihre Mitarbeiter „ticken“, um ein Unternehmen derart in Schwung zu halten?

Holtz-Kathan: Zunächst einmal sind wir sehr froh über eine stabile und verlässliche Stammbeslegschaft, welche sich aus Mitarbeitern zusammensetzt, die uns zum Teil seit bis zu 40 Jahren die Treue halten und uns auch durch schwierige

Zeiten begleitet haben. Verständlich, dass diese Mitarbeiter sich dann auch immer wieder neu beflügeln lassen. Einen weiteren wichtigen Aspekt bildet für uns die Ausbildung. Seit 2012 bilden wir in Logistik, Einkauf und Werbung gezielt junge Menschen aus. Das mit dem Ziel, motivierte Mitarbeiter für unser gemeinsames Wachstum anzulernen. Auch das Absolvieren von Verbundstudiengängen hilft unseren Mitarbeitern und uns noch professioneller zu werden.

? Welche Produktgruppen sind die Zugferde Ihres Erfolgs?

Holtz-Kathan: Vielleicht ist unser Geheimnis, dass wir das Rad eben nicht ständig neu erfinden müssen, wenn der Wagen schon rollt. Wir sehen unsere Expertise darin, Bewährtes mit Neuem zu verbinden und damit unser Stammportfolio immer wieder neu attraktiv zu gestalten. Aber allein damit geben wir uns natürlich nicht zufrieden. Wir halten stets die Augen offen – aber wir springen eben nicht jedem Schmetterling hinterher. Wir freuen uns in allen Produktbereichen über positive, oftmals zweistellige Umsatzzuwächse. Seit Anfang 2015 sind wir Sony-Distributoren und können so allen Händlern auch diese Produkte zu attraktiven Konditionen anbieten. In Kombination mit unserem sehr erfolgreichen interaktiven Whiteboard „easyboard“, in dem wir für Business und Bildung immer die passende Lösung parat haben, sind wir der richtige Partner für moderne visuelle Kommunikation.

Herr Holtz-Kathan, vielen Dank für dieses Gespräch. EI ■

Das starke Wachstum der Marke Magnetoplan hat die bisherige Logistik an ihre Kapazitätsgrenzen gebracht.

