



ES ÖFFNEN SICH NEUE TÜREN ...

Tolle Auftragsentwicklung, ein völlig neuer Auftritt, zahlreiche aktuelle Chancen: Bei der LEBO GmbH in Bocholt kriegt man zurzeit „die Tür kaum zu“ – folgt aber konsequent weiter dem eigenen Masterplan.

„Die Münchner Messe BAU im Januar war der offizielle Start-Gong für unseren neuen Auftritt“, berichtet Marketingleiterin Karoline Wolf, und tatsächlich, ihre Augen leuchten. LEBO präsentierte einen kompletten Neustart der Kommunikation mit modernen Logo, frischen Katalogen, einem überaus ansprechenden Internetauftritt, durchdachten PoS-Modulen (Point-of-Sale) für die LEBO-Kunden sowie einem neuen Messeauftritt, der für viel Aufmerksamkeit sorgte.

»GRIFFIGE KOMMUNIKATION«

Der eingeschlagene Weg bezieht nicht nur die Optik ein, sondern öffnet auch neue Türen zum Kunden. Denn die LEBO-Kommunikation geht jetzt weg vom Technischen, hin zum Ansprechenden – in der Endverbraucher-Ansprache unter anderem mit der Einführung von „Einrichtungstypen“, die eine bessere

Orientierung und Identifikation ermöglichen, unterlegt mit praktischen Tipps & Tricks.

Dazu hat man sich eine zielgruppen-relevante Trennung von Informationen ausgedacht, die jetzt für Fachhändler, Weiterverarbeiter und Architekten separat aufbereitet werden. „Die gesamte Linie kam bei allen Angesprochenen durchweg gut an“, so Wolf. „So gut beispielsweise, dass unsere PoS-Module von der Messe direkt in die Verkaufsräume von Kunden wanderten ...“

»FAST DEN RAHMEN GESPRENGT«

War die BAU jetzt der Höhepunkt eines fantastischen Jahres oder der Startpunkt für die nächste Runde? „Schon das Geschäftsjahr 2016 konnte sich jedenfalls blicken lassen: Der Umsatz lag bei etwa 42 Millionen

Euro, was einem Absatz von über 300.000 Türen und 230.000 Zargen entspricht – und mehr als eine Verdopplung innerhalb eines Jahrzehnts bedeutet“, so Geschäftsführer Maximilian Löhr.

Die Technik wird in beiden Werken stetig modernisiert und ausgebaut, zuletzt wurde in ein neues Zargenbearbeitungszentrum am Standort Krakow am See in Mecklenburg-Vorpommern investiert.

»LEBO, SEINE LEUTE & DIE LB«

Hinter dem Erfolg des familiengeführten Unternehmens und seiner 145-jährigen Geschichte stehen drei Faktoren. Da sind zum einen die Mitarbeiter, ganze 150 in der Produktion und weitere 50 im kaufmännischen Bereich, bestens eingearbeitet, erkennbar motiviert und mit einer überdurchschnittlichen langen Betriebszugehörigkeit – unterstützt auch von den Auszubildenden, auf die das Unternehmen stolz ist.

Zum anderen die LEBO-Leistung als Vollsortimenter mit breiter Produktpalette, von Zimmertüren über Funktions- und Wohnungseingangstüren bis hin zu Zargen in viele Varianten. Mehr noch: Standardprodukte sind innerhalb von nur drei Tagen lieferbar, CPL-, und lackierte Türen, die nicht ab Lager verfügbar sind – auch in Sonderabmessungen – sind innerhalb von drei Wochen beim Kunden.

Darüber hinaus schlagen natürlich die Vorteile zu Buche, die sich aus der Zugehörigkeit zur LB-Gruppe ergeben: Maßgeschneiderte Leistungen und Lösun-

gen können direkt aus der Gruppe bezogen werden – von der IT über die Logistikdienstleistungen bis zu eCommerce-Lösungen, die im übrigen nicht nur LEBO und LEBO-Kunden zur Verfügung stehen.

»DER DURCHGANG ZU 2017«

Auf dieser Basis fällt der Blick nach vorn nicht schwer, zumal auch die Branchenprognosen für 2017 vielversprechend sind. Mindestens drei Potenziale hat man bei LEBO ausgemacht, die man in diesem Jahr besonders weiter entwickeln möchte: Zunächst ist das der schon erwähnte Ausbau des Standorts in Krakow am See, für den übrigens noch engagierte, qualifizierte Mitarbeiter gesucht werden. Dann die Erweiterung der neuen Kommunikationslinie, insbesondere mit Medien und das Auslandsgeschäft. Und schließlich der weitere Ausbau der Produktkollektionen, um die sich eigentlich alles dreht. Um es mit den Worten von Geschäftsführer Maximilian Löhr auf den Punkt zu bringen: „Es wird ein spannendes Jahr!“ ◀

KONTAKT | **Lebo GmbH**
Händelstraße 15 | 46395 Bocholt
Tel: + 49 (0) 2871 95030
www.lebo.de