

## Vorliebe für kreative Neuerungen

### Preisgekrönter Holzgroßhandel profitiert von innovativer Disposition



**Trier. HolzLand Leyendecker besticht seit Jahren durch innovative Marktideen und hat daher bereits dreimal vom Gesamtverband Deutscher Holzhandel einen Innovationspreis erhalten. Aber auch hinter den Kulissen setzt man bei Leyendecker auf Innovation: Für die trendgerechte Einkaufspolitik und bedarfsorientierte Lagerbestände ist neben dem richtigen Gespür der Mitarbeiter eine aus Regensburg stammende Software für Bestandsmanagement und Disposition verantwortlich.**

In seiner mittlerweile 146-jährigen Unternehmensgeschichte hat es die Leyendecker HolzLand GmbH & Co. KG stets verstanden, seine Marktpolitik am Puls der Zeit auszurichten und die Kunden ständig mit neuartigen Angeboten, Serviceleistungen oder Events zu begeistern. Vom „1. Weihnachtsbaum-Verleih“ über die „SanReMo“-Wochen (Sanieren, Renovieren, Modernisieren), die Stihl Timbersport Show, den „1. Pamperslauf“ für die jüngsten Kunden, die „Holztek“-Fachmesse oder das Internet-Portal „Ecomm“ für die Geschäftspartner - der Einfallsreichtum bei Leyendecker kennt offensichtlich keine Grenzen. Auch die hauseigenen Produktlinien wie die Türgriff-Marke „LIEDEA“ oder das Parkettsystem „Timberfloor“ tragen dazu bei, dass man bei Leyendecker die bestehende Angebotsvielfalt beständig erweitern konnte. Inzwischen verfügt das Unternehmen auf einem Areal von mehr als 22.000 qm über eine moderne, z.T.

klimatisierbare Lagerfläche von über 7.000 qm.



2004 wurde dann auch die Bestellannahme und Auslieferung auf Tempo, Qualität und Flexibilität getrimmt: Dem Annahmeschluss um Punkt 17.44 Uhr folgen Verladung und Auslieferung gleich am nächsten Tag.

#### **Innovation ist Trumpf.**

Dabei liegt es auf der Hand, dass ein sich ständig wandelndes Aktions- und Leistungsspektrum nach Leyendecker-Art auch Disposition, Lager und Logistik vor höchste Herausforderungen stellt. Zudem führte ein Absatzeinbruch in Folge des 11. Septembers 2001 zu einem erheblichen Anstieg des Lagervolumens, weshalb man damals begann, sich eingehender mit dem Nutzen einer Bestandsmanagement-Software auseinanderzusetzen. Nach intensiver Recherche entschied man sich dann für [mpd] (Materialplanung, Prognose und Disposition) der Regensburger LOG-IT GmbH:

*„[mpd] hat uns von seiner Flexibilität überzeugt. Dass die Software auf einer SQL-Datenbank aufsetzt, war ein weiteres Kriterium für unsere Entscheidung“,* so Projektleiter Manuel Kappes rückblickend über die Einführung.

Mit Hilfe des neuen Systems wurden dann zunächst Ladhüter und Überbestände ermittelt und per Abverkauf, Umtausch oder Rückgabe aus dem Lager nach und nach entfernt. Dann setzte man das System auch für die tägliche Disposition ein.

Wurden die Bestellmengen vorher noch vornehmlich durch das Bauchgefühl des Lagerpersonal bestimmt, so erfolgt der Einkauf heute vom Schreibtisch aus und basiert auf validen Absatz- und Bedarfsprognosen, die von [mpd] geliefert werden. Dabei profitierte man Kappes zufolge schnell von den langfristigen Planungsmöglichkeiten:

*„Bei Lieferengpässen in der Branche konnten wir langfristig disponieren und deutlich mehr Ware ladungsweise kaufen. Dabei ist der Preisvorteil größer als der Lagerzins.“*



### **Nahtloses Zusammenspiel mit der Warenwirtschaft.**

Ein weiterer Vorteil bestand in der einfachen Anbindung an das bestehende Warenwirtschaftssystem. Durch die Einführung von [mpd] wurde die bestehende Arbeitsweise mit der Lösung Markt\_1 laut Kappes nachhaltig verbessert: *„Die Einführung von [mpd] hat uns dazu gezwungen, die Lagerwirtschaft unseres ERP-Systems richtig zu nutzen. Selbst Fehler in der ERP-Software wurden durch [mpd] aufgedeckt und behoben. Die Anbindung ging reibungslos vonstatten.“*

Im Arbeitsalltag können sich die Disponenten jetzt zudem - dank der automatisierten Bestellvorschläge - auf jene Artikel konzentrieren, die eine intensive Bearbeitung auch wirklich rechtfertigen. Der Standardbeschaffungsprozess läuft nun also voll automatisch (allein für Holz- und Dekorplatten erstellt [mpd] regelmäßig rund 130 Bestellungen),

was den Mitarbeitern Spielraum für die Umsetzung der für Leyendecker typischen Produkt- und Leistungsinnovationen schafft.



### **Bestandssenkung um 25 % bei gleichzeitig erhöhter Lieferbereitschaft.**

Rückblickend trägt die Einführung von [mpd] für HolzLand Leyendecker laut Projektleiter Manuel Kappes drei entscheidende Früchte: *„Zum einen wurde die Lagerumschlagshäufigkeit merklich erhöht und die Lieferfähigkeit dabei gleichzeitig sogar noch verbessert. Ferner konnten die Lagerbestände um 25 Prozent reduziert werden, was die Freisetzung des unnötig im Lager gebundenen Kapitals zur Folge hatte. Und die von [mpd] gelieferten Kennzahlen gewähren eine hohe Transparenz und bilden gemeinsam mit den validen Absatzprognosen - und natürlich dem Gespür unserer Mitarbeiter - die Grundlage für unsere heutige Sortimentsstrategie.“*

### **Erfolgreiches Marketing beginnt mit einer ausgefeilten Disposition.**

Das Fazit: Erfolgreiches Marketing beginnt im Baustoffhandel also schon mit der Disposition und nun wird auch deutlich, warum man bei HolzLand Leyendecker der Devise, mit hochkarätigen Innovationen bei Kunden und Geschäftspartnern zu überzeugen, immerzu in so beeindruckender Vielfalt gerecht werden kann.