

23.07.2008



KNO VA-Chief Oliver Voerster
© KNV



© Horst Rudel

Verlagsauslieferungen

"Die Zeit des reinen Päckchenpackens ist vorbei"

Der Strukturwandel der Branche stellt hohe Anforderungen an die Logistik und die Innovationskraft der Verlagsauslieferungen. KNO VA-Chief Oliver Voerster gibt im Interview mit boersenblatt.net Auskunft über die Ansprüche seiner Kunden, über Chancen und Grenzen von Bündelungsangeboten und über neue, nicht-buchhändlerische Geschäftsfelder.

Die Buchbranche hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Welche Folgen hat dies für Ihre Verlagsauslieferung?

Voerster: Wir beschäftigen uns nicht erst seit heute mit den Veränderungen in unserer Branche. Es ist Teil unserer Unternehmensphilosophie, von anderen Märkten, die einem ähnlichen Wandel ausgesetzt waren oder sind, zu lernen. Für uns ist deshalb der Kontakt zu anderen branchenfremden Unternehmen sehr wichtig und wir adaptieren durchaus Konzepte und Methoden erfolgreich agierender Firmen. Natürlich ist die Branche im Wandel und dies hat auch Auswirkungen auf den Zwischenbuchhandel.

Allerdings haben wir uns darauf eingestellt und arbeiten schon seit langem an kontinuierlichen Verbesserungen in unserer Logistik und den Serviceangeboten. Wir wissen, dass es für die Verlagskunden wichtiger denn je ist, in einem Unternehmensverbund mit Perspektive durch immer neue, maßgeschneiderte Dienstleistungen beheimatet zu sein.

Welche Hauptforderungen stellen heute die Verlagskunden?

Voerster: Die Hauptforderungen unserer Verlagskunden gehen heute weit über unsere ursprüngliche logistische Kernkompetenz hinaus. Verlage erwarten beispielsweise Unterstützung in ihrer Vertriebsarbeit, bei den Herstellungsprozessen, in der betriebswirtschaftlichen Beratung und bei der Analyse von Kennzahlen. Die Zeit des reinen Päckchenpackens ist längst vorbei, die Qualität und Leistungsfähigkeit eines Auslieferungsunternehmens entscheidet heute sehr stark mit über den wirtschaftlichen Erfolg eines Verlags. So verwundert es nicht, wenn Verlage von ihrer Auslieferung wissen möchten, welche Effekte eine verlagsübergreifende Faktur bringt und ob eine Auslieferung intern die Voraussetzung geschaffen hat, eine Liefer- und Rechnungsbündelung reibungslos zu garantieren.

Wie hoch ist der Konkurrenzdruck zwischen den Verlagsauslieferungen um Verlagkunden?

Voerster: Um es auf den Punkt zu bringen: hoch! Kosten einer Auslieferung sind aber nur das eine, Qualität und Service aber ist der maßgebliche Aspekt. Die KNO Verlagsauslieferung wurde in vielen Bewertungen seit Jahren als Nr. 1 in der Qualität vom Handel ausgezeichnet, dies ist uns Aufgabe und Verpflichtung an jedem einzelnen Tag. Unsere Mitarbeiter haben in vielen Qualitätsprozessen verinnerlicht, dass die fehlerfreie Arbeit für unsere Kunden die beste Gewähr für die Gewinnung weiterer Marktanteile bietet. Und der Kunde steht dabei immer im Mittelpunkt, wir arbeiten an den Innovationen für die Zukunft, vertriebliche Unterstützung und Ausbau unseres Kundenmanagements sind entscheidende Faktoren für die Bewältigung der Herausforderungen einer zunehmend konzentrierter aufgestellten Buchbranche.

Wie wichtig sind vor diesem Hintergrund neue, nicht-buchhändlerische Geschäftsfelder?

Voerster: Wir wissen, dass sich unsere logistischen Dienstleistungen und unsere Qualität im Vergleich mit denen unserer Wettbewerber nicht verstecken müssen, und wir wissen auch, dass unsere logistischen Dienstleistungen in der Medienbranche den logistischen Konzepten in anderen Branchen überlegen sind. Deshalb war es für uns sinnvoll, nach benachbarten Feldern Ausschau zu halten. Wir sind dabei auf ein breites Interesse anderer Branchen an unserer logistischen Kompetenz aus der Buchbranche gestoßen und haben uns deshalb vor einiger Zeit entschlossen, Dienstleistungen auch für branchenfremde Kunden anzubieten. Heute können wir bereits auf ein beträchtliches Dienstleistungsvolumen blicken, das wir mit zahlreichen namhaften Kunden wie Star Distribution, Daimler oder Faller, um nur einige von vielen Mandaten zu erwähnen, generieren. Wir fühlen uns dabei nicht an die Buchbranche gebunden, sondern glauben alles ausliefern zu können, was auf eine Palette passt, keinen Temperaturschwankungen unterworfen ist und nicht zappelt.

Das Thema Bündelung wird in der Branche derzeit als eines der wichtigsten Rationalisierungsinstrumente gehandelt – zu Recht?

Voerster: Vor dem Hintergrund der Warenbezugskosten gehört die Bündelung zu den wichtigsten Aspekten. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass die Bedürfnisse der einzelnen Kunden bei der Bündelung sehr individuell sind, übrigens völlig unabhängig von der Größe. So benötigen zum Beispiel manche nur eine Sendungsbündelung über alle Verlage, andere Überlegungen zielen auf warengruppenorientierten Versandgemeinschaften ab und weitere wiederum bevorzugen auch eine Rechnungsbündelung. Deswegen war es uns wichtig, neben der Versandgemeinschaft, die wir bereits seit Jahren praktizieren, auch eine sehr individuelle Rechnungsbündelung anzubieten. Auf unserem Vertriebstag haben wir dazu ein Konzept vorgestellt. Die Teilnahme steht den Verlagen natürlich frei, zudem ist das Konzept so flexibel, dass auf Wunsch des Verlagskunden einzelne Handelspartner unserer Verlage von der Rechnungsbündelung ausgenommen werden.

Libri hat sich vor Jahren von seiner Verlagsauslieferung getrennt. Könnte dies unter Umständen auch für Sie eine Option sein?

Voerster: Wir wären schlecht beraten, wenn wir unser Alleinstellungsmerkmal im Zwischenbuchhandel aufgeben würden. Schließlich hat kein anderer Branchenteilnehmer ein erfolgreiches Barsortiment und eine erfolgreiche Verlagsauslieferung in einem Unternehmensverbund zusammengeschlossen. Bereits heute leiten wir daraus im Sinne unserer Verlags- und Handelskunden zahlreiche Synergien ab und wollen diese noch weiter ausbauen. Denken Sie nur an die enge Anbindung der Verlagsauslieferung an den KNO Bücherwagendienst und an die daraus resultierende Belieferungsgeschwindigkeit. Gemeinsam mit der Tagesaktualität in der KNO VA ist dies unschlagbar. Als Geschäftsführer eines traditionsreichen Familienunternehmens arbeiten wir gemeinsam mit den Führungskräften und Mitarbeitern für die positive Entwicklung unserer Firmen, an der Gestaltung von Märkten und der Entfaltung einer optimalen Wertschöpfungskette.