

Immer etwas anders als die anderen sein

Seit einem Vierteljahrhundert behauptet sich Kork-Pionier Lothar Zipse am Markt

Vom Ein-Mann-Unternehmen zum mittelständischen Betrieb: Lothar Zipse hat sich vor 25 Jahren mit Dämmstoffen, Fußböden und der Eigenmarke Ziro selbständig gemacht. Im Mittelpunkt steht dabei nach wie vor Kork.

Eine Scheune mit zwei Regalen voller Reinigungsmittel, daneben Rollen mit Glaswolle – so sah der Start ins Berufsleben für Lothar Zipse aus. Der damals 24-Jährige hatte das Abitur und eine kaufmännische Lehre in der Tasche – und den Wunsch, selbstständig zu arbeiten. Heute, 25 Jahre später, leitet der Selfmademan in Kenzingen im Breisgau einen Betrieb mit 74 Mitarbeitern. In zwei voneinander unabhängigen Geschäftszweigen erwirtschaftet er rund 16 Millionen Euro im Jahr.

Standbein Nummer eins bilden vier lokale Ausbaufachmärkte in Kenzingen, Gundelfingen, Kippenheim und Kehl. Hier gibt es Bodenbeläge aus natürlichen Materialien, Türen und Fenster, natürliche Dämmstoffe,



Hausinterne Schulungen und Kundenseminare sowie Hilfestellung in Sachen Warenpräsentation und Service vervollständigen das Ziro-Konzept.

Holz, Kork und Gartenmöbel. Zipes Ausbaufachmärkte haben Studiocharakter. In den überschaubaren Verkaufsräumen arbeiten jeweils drei bis fünf Angestellte, die hochwertige Innenausbauprodukte lokal vermarkten. Die Kunden sind Bauherrn, Heimwerker, aber auch Handwerksbetriebe. Eine Montageabteilung verarbeitet auf Wunsch die Produkte und fungiert auch als Serviceunternehmen für den überregionalen Vertrieb der Eigenmarke Ziro.

Ziro, die Welt der Böden, heißt das zweite Standbein von Lothar Zipse. Sein Ziel: Böden und dazugehörige Produkte zu importieren und zu vermarkten. Das Sortiment beinhaltet Kork-, Holz- und Bambus-Fußböden, Linoleum- und Kautschuk-Fertigfußböden; Laminatböden – und natürliche Dämmstoffe.

Von Glaswolle und anderen herkömmlichen Isoliermaterialien hat sich Zipse längst verabschiedet. „Ich bin ein paar Wochen nach der Gründung meines Unternehmens auf den Baustoff Kork gestoßen“, erinnert er sich. Damals, in den 80er Jahren, sei die Bauökowelle gebo-

ren worden. In Spanien und Portugal wird der nachwachsende Rohstoff seit Urzeiten genutzt. Nur eine Vertriebskette habe es nicht gegeben, so Zipse. „Wir haben mit Dämmkork begonnen“, sagt er. Nach kurzer Zeit habe er entdeckt, dass sich auch Fußböden aus Kork herstellen ließen. Erst viel später sei das heute bekannte Korkfertigparkett auf den Markt gekommen. „Wir sind“, berichtet Zipse, „in diese Branche reingerutscht und einfach dabei geblieben.“

Kork ist nach wie vor das wichtigste Produkt des Unternehmens. Auch heute noch erwirtschaftet der Betrieb mindestens die Hälfte seines gesamten Umsatzes damit. „Ausgehend von den Zahlen des Korkverbandes haben wir errechnet, dass wir im deutschen Korkmarkt einen Anteil von acht Prozent haben“, erklärt der Geschäftsführer. Das sei bei rund dreißig ernsthaften Korkanbietern nicht eben wenig, „zumal wir ja nicht in allen Kanälen arbeiten“, fügt Zipse hinzu, „nicht im Discountbereich und auch nicht im Großflächenvertrieb.“



In Kenzingen steht einer der vier Fachmärkte – ein wichtiges Standbein des Unternehmers.



Das Zipse-Team: Vom Ein-Mann-Betrieb zum schlagkräftigen Unternehmen.



Fachgemäße Beratung statt anonyme Palettenstapel gehört zum Geschäftskonzept.

Linoleum ist das zweitwichtigste Produkt, das von Zipse seit gut 13 Jahren vermarktet wird. Der Kenzinger begnügt sich nicht damit, gängige Produkte zu kaufen und weiter zu vermarkten. Vielmehr will er den Markt prägen und lässt daher nach seinen Vorstellungen und Qualitätsvorstellungen die Eigenmarke Ziro produzieren – so auch Celasto, einen Kautschukfertigfußboden, der im Januar auf der Messe Bau in München vorgestellt wurde. Die Einsatzbereiche: Büros, Kindergärten, Schulen und Praxen sowie der Wohnbereich.

Holzböden hat Zipse ebenfalls im Programm; „unser drittwichtigster Bereich“, erklärt der Unternehmer, und auch Laminat müsse er mittlerweile anbieten. Schließlich fungiere er als Komplettanbieter und manche Kunden würden eben auch diesen Bodenbe-

ken. Kürzlich hat er eine neue Lagerhalle fertig gestellt und eine Abteilung geschaffen, die sich nur mit diesen Produkten beschäftigt und die Abnehmer noch besser bedienen kann.

Das Hauptklientel Zipes stammt aus dem ökologischen Baustoffhandel, dem Holzhandel sowie dem Bodenbelagsgeschäft aus ganz Deutschland und dem benachbarten Ausland. In der Schweiz hält der Betrieb einen ähnlichen Marktanteil wie hierzulande, aber auch in Frankreich, überwiegend im benachbarten Elsass, in Luxemburg, Südtirol und Norditalien und auch in Holland sitzen Abnehmer von Zipse. So hat der Geschäftsbereich Ziro im vergangenen Jahr mehr als elf Millionen Euro erwirtschaftet, die Ausbaufachmärkte rund fünf Millionen Euro. Etwa zehn Prozent der Einnahmen stammen aus dem Ausland.

che, sei er jederzeit da. Lothar Zipse sagt: „Wir vertreiben nie Einzelprodukte, sondern immer das Gesamtpaket. Vom Fußboden über die Spachtelmasse bis hin zum Imprägnier- und Pflegemittel kann der Kunde alles, was er will, bei uns kaufen. Er braucht damit definitiv keinen anderen Lieferanten mehr.“

Hausinterne Schulungen und Kundenseminare sowie Hilfestellung in Sachen Warenpräsentation und Service vervollständigen das Konzept. Der Firmenchef: „Von unserem Anspruch an Qualität nehmen wir keinen Abstand, auch wenn der Markt nach immer billigeren Produkten verlangt.“ Der Unternehmer rühmt sich, genauso schnell zu liefern, wie es sonst nur Großbetriebe können. „Jede Bestellung, die bei uns um 9 Uhr morgens eingegangen ist, ist am nächsten Tag beim Kun-

»Wir sind die Richtigen für alle, die Bedarf wecken möchten.«

lag nachfragen. „Doch wir legen Wert darauf, dass das kein Billigprodukt ist, sondern hochwertiges Laminat mit technisch hervorragenden Eigenschaften.“

Den Erfolg seines Unternehmens erklärt sich der Selfmademan mit dem hohen Qualitätsmaßstab seines Betriebs. „Wir legen Wert darauf, uns vom Markt zu differenzieren, zum Beispiel durch bessere Sortierungen oder exklusiv für uns produzierte Dekore“, sagt Zipse. Bei den ökologischen Dämmstoffen schwimmt der Geschäftsmann mit dem Mainstream mit und arbeitet mit bekannten Handelsmarken wie Pavatex, nicht mit Eigenmar-

Zipse ist stolz darauf, noch nie ein Jahr mit roten Zahlen abgeschlossen zu haben. Und während die rückläufige Baukonjunktur der letzten zehn Jahre ringsherum Firmenpleiten mit sich brachte, hat er seinen Umsatz verdoppelt. Um jeden Preis größer werden will er jedoch nicht. Es ist ihm wichtig, dass sein Unternehmen gesund wächst. Darum arbeitet er auch nicht mit freien Handelsvertretern, sondern mit fest angestellten Außendienstmitarbeitern – und garantiert damit eine durchgängige Betreuung. Zwei, dreimal im Monat komme der Außendienstler vorbei, bestätigt ein Kunde, und wenn man ihn brau-

den, deutschlandweit. Es sei denn, jemand wohnt ganz weit im Osten oder auf einer Mini-Insel in der Nordsee. Dann dauert es 48 Stunden.“ Denn alle Produkte, die Zipse auf der Preisliste stehen hat, hat er auch auf Lager. Damit können die Kunden auf jegliche Lagerhaltung verzichten, egal ob sie 13,5 oder 2.000 Quadratmeter brauchen. „Ich glaube“, zieht Lothar Zipse nach 25 Jahren Bilanz, „wir sind einfach die Richtigen für alle, die Bedarf nicht nur decken, sondern wecken möchten. Und für Leute, die wie wir nicht die Größten sein wollen, aber in ihrem Bereich die Besten.“ ■

CHRISTINE RYLL

Lothar Zipse
Geschäftsführer Ziro

»Wir wollen nicht die Größten, aber die Besten sein.«

Ziro/Zipse

Gegründet: 1980 in Kenzingen
Umsatz: 16 Millionen Euro (2004)
Mitarbeiter: 74
Standorte: Kippenheim, Gundelfingen, Kenzingen, Kehl (Ausbaufachmärkte)
Eigenmarke: Ziro
Spektrum: Import und Bodenbelagsgroßhandel für Kork, Holz, Bambus, Lino etc. sowie vier Zipse Ausbaufachmärkte

Weitere Infos: www.ziro.biz