

# „Wir wollen weiter wachsen und größer werden!“

Gemeinsam sind sie stark. Was der Einzelkämpfer nicht oder nur mit großem Aufwand schafft, ist genau die Stärke der Gruppe. Nach diesem Prinzip funktioniert die Lab Logistic Group seit ihrer Gründung hervorragend. Das Unternehmen aus Meckenheim im Rheinland hat sich zur größten Verbundgruppe des Laborfachhandels entwickelt. Als ganzheitlicher Dienstleister mit Kompetenz und Erfahrung übernimmt die Firma neben dem Einkauf vor allem die Logistik.

„Wir haben sehr hohe Qualitätsstandards und liefern sehr schnell, auch wenn es sich um große Volumen handelt“, hebt Hans Alfter, Geschäftsführer der Lab Logistics Group GmbH, hervor. „Da wir international tätig sind, können wir aus den Angeboten unserer 600 Lieferanten auswählen und unseren Mitgliedern interessante Preise bieten. Was weiter für uns spricht, ist unser sehr, sehr guter Service.“ Mit ihrem Portfolio deckt die Lab Logistics Group sämtliche Anforderungen des Laborbedarfs ab. So gliedert sich das Sortiment in die Gruppen Allgemeiner Laborbedarf, Arbeitsschutz, Sicherheitstechnik, Analytisches Messen und Testen, Rühren, Schütteln, Mi-

schen sowie Probenvorbereitung, Destillieren, Trennen und Filtrieren auf. Weitere Produktgruppen sind Kälte- und Wärmetechnik, Liquid Handling, Vakuumtechnik, Trocknung, Trockenlagerung, Optische Instrumente und Mikroskope, Reinigung und Sterilisation, Umwelt-, Boden-, Wasser- und Lebensmittelanalytik, Life Science, Chromatographie sowie Reinraum. „Von den 100.000 Produkten, auf die wir Zugriff haben, sind 16.000 in unseren sechs Lagerhallen ständig vorrätig“, zeigt Hans Alfter die Dimensionen auf. „Viele unserer Gesellschafter haben deshalb überhaupt kein eigenes Lager mehr. Dabei reicht unsere Bandbreite von Laborgeräten, Schüttlern und

Wärmeschränken über medizinische Produkte, Masken und Einmalhandschuhe bis hin zu Labormöbeln und Schutzkleidung. Hinzu kommen noch ein paar Flüssigkeiten. Wir sind jedoch kein Chemikalienhandel.“

## Interview mit



Hans Alfter,  
Geschäftsführer  
der Lab Logistics Group GmbH

## Mehr Marktmacht

Mitte der 1970er-Jahre schlossen sich verschiedene mittelständische Unternehmen des Laborfachhandels unter dem Namen Labor Handels Union GmbH (LUH) zusammen. Grund



Kompetenz in Logistik: Blick auf eine Packstraße

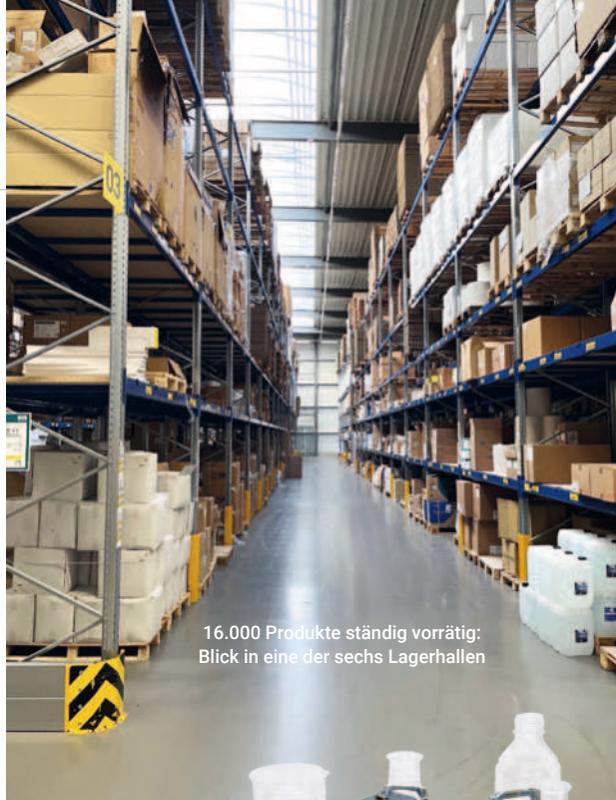
Effizienz im Vordergrund: Operative Neuausrichtung des Gebäudes



war die zunehmende Macht US-amerikanischer Anbieter, die immer stärker auf den europäischen Markt drängten. Der Zusammenschluss bot ein besseres Verhandlungsgewicht gegenüber den Herstellern. Außerdem konnten die Vorteile gemeinsamer Logistik und gemeinsamen Marketings genutzt werden. Konzentrierten sich die Aktivitäten zunächst auf Deutschland, kamen später auch internationale Partner hinzu. Heute stammen zehn der insgesamt 34 Gesellschafter der LLG aus Deutschland, die übrigen aus 24 weiteren Ländern, unter anderem Italien, Frankreich, Spanien, Kanada, Japan, Australien und den Vereinigten Staaten.

### Hausmesse Sales Convention

Aktuell beschäftigt die LLG 120 Mitarbeiter, die einen Umsatz von 100 Millionen EUR – davon etwa die Hälfte in Deutschland – erwirtschaften. Neben den Gesellschaftern nutzen auch Drittkunden, deren Anteil etwa 6 bis 7% ausmacht, die Serviceleistungen der LLG. „Zwei unserer Mitarbeiter kümmern sich ausschließlich um die Betreuung dieser Drittkunden“, sagt Geschäftsführer Hans Alfter. „Unsere Partner bedienen Endkunden in Chemie, Pharma, Schulen, Industrie, Krankenhäuser und Universitäten. Also überall dort, wo Labore betrieben werden. Zwischen 10 und 50% ihres Bedarfs kaufen unsere Gesellschafter bei uns ein.“ Wegen der Struktur als Mitgliederverbund unterhält die LLG keinen eigenen Vertrieb. Die Teilnahme an Fachmessen wie der Analytica in München und der Frankfurter Achema zählen zu



16.000 Produkte ständig vorrätig:  
Blick in eine der sechs Lagerhallen

Alles fürs Labor:  
Schüttler



den Marketingaktivitäten von LLG. Darüber hinaus ist der Verbund auch auf den Hausmessen der Partner regelmäßig präsent. „Wir wollen jedoch mehr Marketing machen und damit die LLG auch als Marke stärker am Markt positionieren“, verdeutlicht Matthias Trinberg, Prokurist und CFO. „Sehr beliebt bei unseren Partnern und Lieferanten ist unsere alle zwei Jahre stattfindende Hausmesse Sales Convention. Zu diesem großen Event kommen immer zwischen 800 und 900 Teilnehmer.“

### Motiviert und gut gelaunt

Als modernes Unternehmen beschäftigt sich die LLG natür-

lich auch mit der Digitalisierung.

„Unsere Definition von Digitalisierung sind ERP, Automatisierung, Logistik und Prozessabläufe“, erläutert der Geschäftsführer.

„Darauf wollen wir künftig verstärkt unser Augenmerk legen.“

Neben der Digitalisierung widmet sich die LLG auch einem weiteren wichtigen Thema unserer Zeit, der Nachhaltigkeit. „Auf diesem



Breites Produktportfolio: Artikel aus dem Sortiment



### KONTAKTDATEN

Lab Logistics Group GmbH  
Am Hambuch 1  
53340 Meckenheim  
Deutschland  
☎ +49 2225 92110  
✉ +49 2225 921111  
info@llg.de  
www.llg.de

Gebiet haben wir uns neu aufgestellt und werden etwa 150 Prozesse und Projekte überarbeiten“, sagt Stefan Königshoven, Prokurist der LLG. „So arbeiten wir mittlerweile klimaneutral, haben unseren Fuhrpark auf Elektrofahrzeuge umgestellt und beziehen Energie aus unserer eigenen Photovoltaikanlage.“ Offene und intensive Kommunikation nach innen und außen kennzeichnet die Unternehmenskultur bei LLG. „Wir legen großen Wert auf Eigenverantwortung und Vorschläge aus der Belegschaft“, sagt Hans Alfter. „Ich freue mich sehr über motivierte und gut gelaunte Mitarbeiter. Grundsätzlich sind wir als Unternehmen sehr mittelständisch geprägt. Wir haben sehr flache Hierarchien und vermeiden unnötige Bürokratie und lange Wege.“ Für die kommenden Jahre stehen das Wachstum durch neue Gesellschafter sowie die Automatisierung der Logistik und die Einführung eines neuen ERP-Systems auf der Agenda. „Wir wollen weiter wachsen und wir wollen größer werden“, nennt Hans Alfter weitere Ziele. „Unser Produktportfolio ist gut und das möchten wir noch deutlicher herausstellen. Wir werden daran arbeiten, als Unternehmen besser wahrgenommen zu werden und unsere Corporate Identity zu stärken.“