02
2021
www.vrep.de

facts

VR Equitypartner

NEWS & INFOS VON VR EQUITYPARTNER

Ausgabe 02 · 2021 **Newsletter**

EDITORIAL

Sehr geehrte Leserinnen,
sehr geehrte Leser,

anders als erhofft und erwartet, verzögert sich die Erholung in Pandemie-geschwächten Branchen wie Touristik, Gastronomie und Veranstaltungen, in anderen Bereichen machen lange Lieferzeiten und deutlich gestiegene Preise für Rohstoffe und Vorpreise den Unternehmen zu schaffen. Und auch die Einschränkungen im (Arbeits-)Alltag dauern an.

Dennoch sind wir voller Zuversicht: Weltweit erleben wir einen beeindruckenden Konjunkturaufschwung, der M&A-Markt ist sehr aktiv, die Marktstimmung insgesamt ist gut. *Das spüren wir auch bei unseren Beteiligungen. Bei einigen Unternehmen haben wir nun die nächste Wachstumsstufe eingeleitet; mit unseren Neuzugängen erschließen wir spannende Geschäftsmodelle. Und wir haben unsere Plattform-Unternehmen durch tolle Add-ons gestärkt. Obwohl viele derzeit meist Tech-Unternehmen im Blick haben, werden wir weiter auch in starke Geschäftsmodelle in der Industrie investieren. Dabei helfen uns – und den Unternehmen – unsere langjährigen Erfahrungen und Kompetenzen im Bereich „Unternehmensnachfolge". Jüngstes Beispiel dafür ist unsere neueste Beteiligung Glas Strack – mehr dazu auf den Seiten 2 und 3. Der Aufbau eines erfolgreichen Online-Geschäfts ist sicher auch für andere Unternehmen sehr inspirierend.*

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Christian Futterlieb, Peter Sachse

VR EQUITYPARTNER STÄRKT GLAS STRACK

Bericht und Interview S. 2–3

Das Online-Team von Glas Strack hat noch viel vor – auch mit der Unterstützung durch VR Equitypartner.

M & A

Gemeinsam die digitale Transformation umsetzen

Spätestens durch Corona ist jedem Unternehmer bewusst geworden: An der digitalen Transformation geht kein Weg vorbei. Neue Geschäftsmodelle, Formen der Zusammenarbeit und des Vertriebs müssen jetzt eingeführt werden. Wir können Sie dabei unterstützen.

Die Corona-Krise kennt viele Verlierer. Aber Unternehmen, die das Thema Digitalisierung frühzeitig umgesetzt hatten, konnten in der Pandemie die Vorteile digitaler Möglichkeiten nutzen. Der Webshop als stets offener Vertriebskanal oder Cloud-Lösungen für die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und Kunden unabhängig vom Standort sind nur zwei Beispiele dafür.

Klar ist: Ohne Digitales geht es nicht – auch dann nicht, wenn so etwas wie Normalität nach Aufhebung der Corona-Sonderregeln zurückkehren wird. Online-Handel, hybrides Arbeiten oder digitale Geschäftsmodelle werden bleiben. Dabei wird Digitales natürlich Analoges nicht vollständig ersetzen. Aber rein „traditionell" aufgestellte Unternehmen verlieren an Attraktivität bei Mitarbeitern, Kunden, möglichen Nachfolgern und anderen Stakeholdern. Die Vorteile integrierter, digitaler Prozesse liegen auf der Hand. Wer bis jetzt die digitale Transformation noch nicht angepackt hat, dem wird die Zeit davonlaufen.

So stehen nun viele Mittelständler vor der Herausforderung, in kürzester Zeit Digital-Investitionen und -Umbau nachzuholen. Doch weil Know-how und finanzielle Mittel oftmals fehlen, sind viele auf externe Hilfe angewiesen. **Darum unterstützen wir von VR Equitypartner unsere Beteiligungen gleich auf beiden Ebenen: Wir bringen wertvolle Eigenkapital- oder Mezzanine-Mittel mit (und erweitern damit auch den Spielraum für klassische Bankfinanzierungen) und zugleich ein wertvolles Netzwerk von Digitalisierungsspezialisten.** Bei etlichen unserer Portfoliounternehmen haben wir bereits erfolgreich beim Aufbau digitaler Geschäftsmodelle und Prozesse geholfen. **Lassen Sie uns ins Gespräch kommen, wenn auch bei Ihnen Digitalisierungsprojekte im Raum stehen – gemeinsam können wir mehr erreichen und Ihr Unternehmen für die Zukunft stärken.**

GLASHERSTELLUNG

STRATEGISCHER VORTEIL

Glas Strack hat sich eine Sonderstellung erarbeitet in einem Markt aus wenigen Glas-Riesen und vielen lokalen Glasveredlern. Dank einer erfolgreichen Online-Strategie gibt es weiter großes Wachstumspotenzial.

„Besser kann die Konstellation für eine Beteiligung nicht sein“, freut sich VREP-Geschäftsführer Christian Futterlieb: **„Das Unternehmen suchte einen Nachfolger – und bot zugleich ein großes Wachstumspotenzial.“** Der Glücksfall: Als Nachfolger auserkoren war bereits der Mann, der schon zuletzt für kräftige Wachstumsimpulse gesorgt hatte: Maik Grondkowski, 29 Jahre jung, aber seit 12 Jahren im Unternehmen tätig. Er hatte seine Ausbildung bei Glas Strack absolviert, in der Produktion gestanden, aber auch schon im Lkw Ware ausgeliefert. Kurz: einer, der den Respekt der Kollegen genießt, weil er Erfahrung mit neuen Ideen verbindet. Er war es auch, der mit dem Online-Shop Glas Star dem Bochumer Mittelständler neue Perspektiven eröffnet hat.

Bereits in dritter Generation hatte Martin Strack das 1933 von seinem Großvater gegründete Unternehmen gemeinsam mit der Mitgesellschafterin Tanja Schmidt-Laskowski erweitert und als Profi für Spezialglasprodukte in kleinen Losgrößen positioniert. Dadurch konnte Glas Strack gerade zuletzt von der anhaltenden Nachfrage im Bau profitieren. Von Industriefertigung in hoher Stückzahl hielt sich Glas Strack allerdings bewusst fern. Zugleich können die Bochumer mit zahlreichen eigenen Öfen und Maschinen zum Bohren, Fräsen und Färben mehr leisten und vielfältigere Varianten anbieten als typische regionale, handwerklich geprägte Glashändler.

Mit den Online-Aktivitäten, die Glas Strack unter der Marke Glas Star vor rund vier Jahren startete, erschloss sich das Unternehmen über die Region hinaus Kundschaft. Im Fokus stehen handwerklich versierte (oder zumindest ambitionierte) Heimwerker, die ein individuelles Glasprodukt wie eine Balkonabsturzsicherung, ein Treppengeländer oder einfach nur eine Duschtür suchen.

Es hätte viele Gründe gegeben, warum der Online-Versuch hätte scheitern können: Glas Strack belieferte bis dahin nur Handwerker oder Händler, die klare Vorstellungen von Produkt, Maßen und Anforderungen haben. Die private Zielgruppe ist hingegen viel beratungsintensiver; weiß oft genug nicht, was sie eigentlich braucht: 6 oder 8 mm Dicke? „ESG“ oder „VSG“? Und was bedeutet das eigentlich? Also bietet Glas Strack professionelle Fachberatung an – per Mail und telefonisch. Und noch etwas macht Glas Strack anders als die Branche – und fast alle „Onliner“: Die Bochumer haben eine eigene Logistik aufgebaut. Service und Logistikflotte, das war beides kostenintensiv, aber rechnete sich dennoch bald, denn Qualität und Liefertreue sprachen sich schnell herum. Glas Star liefert in maximal zwei bis drei Wochen, wofür Konkurrenten mehr als dreimal so lang benötigen.

Die Gesellschafter – neben VREP zählen die Inventure Digital GmbH, Maik Grondkowski und weiterhin Tanja Schmidt-Laskowski dazu – wollen nun den E-Commerce weiter professionalisieren und damit ausbauen. **„Der Shop wird noch stärker an den Bedürfnissen der Endkunden ausgerichtet werden“,** verspricht VREP-Geschäftsführer Futterlieb. Schnellere Wege zu den Produkten, mehr Infos, mehr Social Media, außerdem Zusatzprodukte für die Montage – eine Erweiterung zum „One-Stop-Shop“: An Wachstumsplänen herrscht kein Mangel. Und aus dem Wachstum entstehen weitere Möglichkeiten: Optimierung der Logistik, eine Plattformstrategie. **„Bislang fehlte das Kapital, diese Pläne zu verfolgen“,** sagt Maik Grondkowski. **„Mit den neuen Partnern lässt sich jetzt viel mehr umsetzen.“**

Glas Strack INNOVATIONS
MADE @ RUHRPOTT

Beginn	07/2021
Anlass	Nachfolge/ Wachstum
Instrument	Direkt-beteiligung
Mitarbeiter	90

facts sprach mit dem Geschäftsführer Maik Grondkowski darüber, wie Glas Strack einen erfolgreichen Online-Shop aufgebaut hat und was sich mit dem Einstieg der neuen Gesellschafter im Unternehmen verändern wird.

FACHBERATUNG AUCH ONLINE

FACTS: Herr Grondkowski, in der Corona-Zeit hat sich einmal mehr gezeigt, wie erfolgsentscheidend eine Online-Präsenz auch für Mittelständler ist. Mit Glas Star haben Sie einen sehr erfolgreichen Online-Shop aufgebaut. Was waren die entscheidenden Schritte?

GRONDKOWSKI: Tatsächlich ist die Online-Präsenz mein „Baby". Schon als Vertriebsleiter habe ich auf der Suche nach neuen Umsatzmöglichkeiten alternative Vertriebswege untersucht. Schnell kam da das Thema E-Commerce auf den Tisch. Ich habe dann mit dem Wissen aus Youtube-Videos und einer ganz einfachen Shop-Software einfach mal angefangen, Glastüren im Standardmaß anzubieten. Das war der Anfang.

FACTS: Dabei bleibt es leider bei vielen Mittelständlern auch – der Online-Shop läuft irgendwo mit. Inzwischen ist Glas Star, also der Online-Arm von Glas Strack, der Wachstumstreiber. Wie haben Sie erreicht, was vielen nicht gelang?

GRONDKOWSKI: Historisch gesehen war Glas Strack selbst einmal ein Montagebetrieb, die eigene Fertigung kam erst später dazu. Dadurch kennen wir die Ansprüche und Bedürfnisse des Endkunden. Die brauchen nicht nur ein flexibles Produktangebot, sondern echte Unterstützung. „By your side" – an Ihrer Seite – ist unser Motto, und das ist nicht nur dahergesagt. Wir bieten anders als die großen Online-Händler echte Fachberatung an. „Rufen Sie uns an, wenn Sie Fragen haben!", schreiben wir. Und das nutzen die Shop-Besucher. Wer mit uns telefoniert hat, bestellt eigentlich auch immer bei uns. Hinzu kommt aber auch noch, dass wir sehr viel Wert auf Qualität und Termintreue legen. Zufriedene Kunden empfehlen uns gerne weiter.

FACTS: Und trotzdem: Gute Leistungen sind in den Zeiten des Internets noch lange kein Garant für Sichtbarkeit. Wie haben Sie es geschafft, dass Kunden Sie überhaupt kennenlernen?

GRONDKOWSKI: Auch hier haben wir ohne externe Agenturen oder Ähnliches gearbeitet. Wir haben uns sehr viel selbst beigebracht, Seminare von SEO-Spezialisten besucht und sind selbst aktiv geworden, zum Beispiel auf sozialen Medien. Wir haben das alles „organisch" geschafft, also ohne bezahlte Werbung. Der Durchbruch kam dann aber mit drei grundlegenden Verbesserungen: Als wir einen Produkt-Konfigurator eingeführt haben, stiegen die Verkäufe und das wiederum führte zu einer besseren Positionierung bei Google. Dann haben wir das Shop-System gewechselt und wurden professioneller. Und schließlich hat uns der Aufbau einer eigenen Logistik geholfen. Das bietet kein vergleichbarerer Händler, die nutzen nahezu alle externe Versender.

FACTS: Eine eigene Logistik – das klingt teuer und kompliziert. Warum war das notwendig?

GRONDKOWSKI: Wir können Glas bis 4,5 m Länge fertigen; aber externe Logistiker können nur 2 oder 2,5 m Länge transportieren. Damit wir also unseren Vorteil in der Fertigung auch ausspielen können, brauchten wir eigene Fahrzeuge, die dann auch in der Qualität liefern, wie es der Kunde erwartet – in Top-Zustand und zum vereinbarten Zeitpunkt. Zum Zweiten können wir einen Express-Service anbieten, weil Bestellung, Fertigung und Logistik integriert sind. Wir sind ja nicht von Drittanbietern abhängig.

FACTS: Sie liefern von Flensburg bis Freiburg, alles von Bochum aus?

GRONDKOWSKI: Inzwischen haben wir zehn eigene Fahrzeuge, die ihre Routen entsprechend planen können. Außerdem können wir für einen Glas-Strack-Kunden auch einmal eine Scheibe direkt mitnehmen; so leisten wir schnell Hilfe, sollte einmal bei einer Montage von 200 Scheiben eine zu Bruch gegangen sein. B2B-Kunden von Glas Strack nutzen die Logistik unseres Online-Shops mit.

FACTS: Das heißt, Ihre Kunden – zumeist das Handwerk – nutzen Glas Star mit. Waren die denn nicht verärgert, dass Sie ihnen mit dem Direktversand lokales Geschäft streitig machen?

GRONDKOWSKI: Die Befürchtung hatten wir in der Tat, darum auch der andere Markenauftritt. Doch die Sorge war völlig unberechtigt. Die Kunden profitieren davon, dass unsere Qualität, aber auch Termintreue und andere Prozesse durch das Online-Geschäft optimiert worden sind. Sie schauen darum positiv auf unsere Online-Entwicklung.

FACTS: Was sind die nächsten Wachstumsschritte? Was haben Sie sich vorgenommen?

GRONDKOWSKI: Mit den neuen Gesellschaftern Inventure Digital und VR Equitypartner haben wir jetzt die Möglichkeit, richtig durchzustarten. Sie bringen zum einen wertvolles Know-how im Bereich Digitalisierung und professionelles Controlling mit, zum anderen aber auch das Kapital für die Erweiterung unserer Online-Aktivitäten. Da haben wir gemeinsam viel vor.

AKTUELLES

Digital Publishing auf neuem Level: Bookwire-Plattform für DPR-Award nominiert

Unsere Beteiligung Bookwire ist mit ihrer innovativen NFT-Plattform „CREATOKIA" für die Publishing-Industrie auf der Shortlist des diesjährigen Digital Publishing Reports (DPR) in der Kategorie „Bestes Produkt/Geschäftsmodell" gelandet. **„Das Angebot ist ein Beispiel dafür, dass es der Verlagsbranche gelingt, sich zeitnah neuen Trends zu widmen und diese für sich fruchtbar zu machen",** hieß es zur Nominierung von der Jury. NFTs sind „Non-fungible Token", also nicht ersetzbare, digital geschützte Objekte. CREATOKIA nutzt die Blockchain-Technologie, um einzigartige Text- und Audioinhalte zu schützen und zugleich digital verfügbar zu machen. Von limitierten Sonderausgaben bis hin zu exklusivem Content von Top-Autoren sind hier ausschließlich digitale Originale zu finden.

Schauen Sie sich diese neue Welt an unter www.creatokia.com/de.

Go west: Zetti geht in die Marketingoffensive

Unsere Leipziger Beteiligung Goldeck Süßwaren stellt sich auf weiteres Wachstum ein, nachdem sie schon seit dem vergangenem Jahr deutlich über Marktniveau in der hart umkämpften Süßwarenbranche gewachsen ist. **In den zurückliegenden 18 Monaten wurden die Vermarktungsmaßnahmen für die Schoko-Klassiker wie Zetti Knusperflocken oder Zetti Bambina grundlegend modernisiert.** Und so präsentiert sich Zetti mit einem komplett neuen Kommunikationsauftritt, inklusive aufgefrischtem Logo, dem Slogan „Zeit für Zetti", neuer Homepage (www.zetti.de) und modernem Verpackungsdesign für alle 30 Produkte.

Ziel ist eine verstärkte Ansprache westdeutscher Verbraucher. Zuerst stehen Hamburg und Rhein-Main im Fokus. Und natürlich rückt der neu aufgebaute E-Commerce Brand-Shop auf Amazon die Zetti-Produkte ins Rampenlicht. Wem das noch nicht genug ist, der kann sich auf Instagram und Facebook rund um Schokoladenthemen unterhalten lassen.

Signet Wohnmöbel erwirbt Dehler Matratzenfabrik

Signet Wohnmöbel, unsere Beteiligung aus Hochstadt, hat 100 Prozent der Gustav Dehler Matratzenfabrik aus Coburg erworben – unter aktiver Begleitung durch VR Equitypartner. Beide Traditionsmöbelhersteller werden künftig verstärkt zusammenarbeiten und Synergien aus den sich ergänzenden Sortimenten (bei vergleichbarer Produktionsweise) nutzen. Weil die Produktprogramme unterschiedlichen saisonalen Schwankungen unterliegen, dürfte Signet mit der Übernahme auch eine gleichmäßigere Produktionsauslastung erzielen. VR Equitypartner hatte im Jahr 2020 als neuer Minderheitsgesellschafter den Management Buy-in bei Signet durch Thomas Schlosser unterstützt und steht dem Unternehmen seither als Wachstumspartner zur Seite. www.signet-moebel.de

DICO zu Gast beim Netzwerkfrühstück

Auch das dritte **VREP-Netzwerkfrühstück** war wieder ein toller Erfolg. Dank der Präsentation unserer beiden Ehrengäste Armin Dittrich und Manfred März, zwei der Geschäftsführer bei unserem Portfoliounternehmen **DITTRICH+CO,** konnten die Teilnehmer tiefe Einblicke rund um die Kunststoffbearbeitung erhalten. Zu Fragen wie Mitarbeitergewinnung und -bindung oder Nachhaltigkeit entspann sich rasch ein lockerer Austausch über Unternehmensgrenzen hinweg. Sogar Gespräche zu möglichen Kooperationen untereinander wurden schon vereinbart. Damit hat die digitale Veranstaltung wieder ihr Ziel erreicht: den Erfahrungs- und Wissensaustausch unserer Portfoliounternehmen untereinander zu stärken und Möglichkeiten der Zusammenarbeit aufzuzeigen. Wir freuen uns auf die nächste Runde im neuen Jahr.

Wenn Sie Interesse daran haben, Ihr Unternehmen vorzustellen und neue Kooperationspartner zu gewinnen, lassen Sie sich am besten gleich bei unserer Kollegin Wiebke Langhans vormerken! Eine E-Mail genügt: wiebke.langhans@vrep.de, Tel. +49 69 710 476-443

ANSPRECHPARTNER

Christian Futterlieb
Geschäftsführer
christian.futterlieb@vrep.de

Peter Sachse
Geschäftsführer
peter.sachse@vrep.de

Jan Markus Drees
Leiter Team Frankfurt
jan.drees@vrep.de

Tim Feld
Leiter Team West
tim.feld@vrep.de

Michael Vogt
Leiter Team Bayern
michael.vogt@vrep.de

Kerstin Murmann
Redaktion
kerstin.murmann@vrep.de

VERANTWORTLICHE HERAUSGEBER:
Christian Futterlieb, Peter Sachse

VR Equitypartner GmbH
Platz der Republik
60265 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 710 476-0
Telefax: +49 69 710 476-161
E-Mail: mail@vrep.de
Internet: www.vrep.de

GESCHÄFTSFÜHRER:
Christian Futterlieb, Peter Sachse
Sitz: Frankfurt am Main
Amtsgericht Frankfurt am Main
Handelsregister HRB 35245

IMPRESSUM
Die Inhalte dieses Newsletters wurden mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt, VR Equitypartner übernimmt aber keine Garantie für Vollständigkeit und Richtigkeit. VR Equitypartner haftet nicht für Folgen, die sich aus der Nutzung des Newsletters oder der Verwendung seiner Inhalte ergeben. Information, Redaktion, Gestaltung, Illustrationen und Fotos sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Reproduktion oder Verbreitung dieser Inhalte in Druck- oder elektronischer Form sind ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch VR Equitypartner untersagt, Ausnahme ist der persönliche Gebrauch.

VR Equitypartner