

ZUSAMMEN LEISTEN WIR MEHR: ALS TEAM UND ALS SYSTEMANBIETER



1973 - 2023

50 JAHRE



REPAC MONTAGETECHNIK

Das ist unser Jahr



Seit unserem Start vor 50 Jahren haben wir uns vom Hersteller und Händler von Klebebändern zu einem Systemanbieter und Vollsortimenter mit mehr als 2.500 Artikeln im Bereich Bodenbeläge und Zubehör entwickelt. Das macht Repac zu einer unternehmerischen Erfolgsstory, auf die alle Beteiligten stolz sein können.

Mit unseren vier Systembausteinen Designboden, Profile, Unterlagen und Sockelleisten sowie umfassendem Verlezubehör bieten wir heute ein einzigartiges Produktprogramm für ein schöneres und ruhigeres Zuhause. Für Fachhandel, Handwerk und Raumausstatter waren, sind und bleiben wir zuverlässiger Premiumpartner.

Und mit unserem Angebot an Marken- und Private-Label-Konzepten schaffen wir für regionale Großhändler, Fachmarktketten, Discounter und Online-Händler einen zusätzlichen exklusiven Mehrwert zur Differenzierung im Markt. Bundesweite Lieferung binnen 72 Stunden, nachhaltiges Management und hohe Qualitätsstandard sind dabei immer inklusive.

Gesundes Wachstum und stetige Weiterentwicklung resultieren bei Repac aber nicht nur auf Produktvielfalt, Logistik

und Qualität, sondern auch auf einem Miteinander auf Augenhöhe: mit Kunden, Lieferanten und anderen Marktpartnern ebenso wie mit unseren Mitarbeitenden. In unserem Familienunternehmen bilden Vertrauen, Ehrlichkeit, Respekt, Authentizität und Wertschätzung seit jeher die Basis für die gute Zusammenarbeit.

Hinzu kommt unsere Grüne Strategie, die auch wichtige Themen wie gesellschaftliche Entwicklung, Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Gesundheit und die Entwicklung ökologischer Produkte in den Fokus stellt. All das und vieles mehr ist auch in unserem Leitbild, das wir aktiv leben und weiterentwickeln, konkret festgehalten.

Auf unserem Weg zu einem der Top-Player der Branche gab es in den vergangenen 50 Jahren viele unternehmerische Meilensteine. In dieser Broschüre haben wir sie Jahrzehnt für Jahrzehnt zusammengefasst. Und die Zukunft? Da sind wir optimistisch, die Repac Geschichte auch weiterhin erfolgreich fortschreiben zu können: als Team und als Systemanbieter.

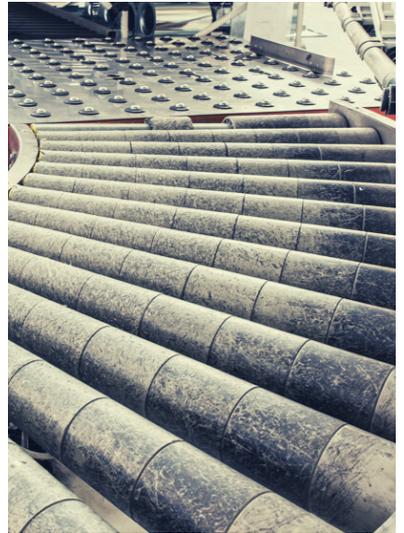

Andree Kube


Rüdiger Timm

REPAC FEIERT!

*Am 15.09.2023 war es endlich so weit.
Lange darauf hingefiebert, dann war der Tag
endlich gekommen und es wurde kräftig gefeiert.*





Gründung 1973 - 1983



Das erste Repac Jahrzehnt wird von vielen Neuerungen begleitet. So läuten die Firmengründungen von Microsoft und Apple sowie die Einführung des ersten IBM Personal Computers ein neues technisches Zeitalter ein, das die Zukunft der gesamten Menschheit beeinflussen wird.

Im niedersächsischen Gehrden, nahe Hannover, schreibt man mit der Gründung von Repac in der Nikolaus-Otto-Straße 3 ebenfalls Geschichte.

Hier startet die Unternehmerfamilie Will mit Verwaltung, Produktion und Lager den Vertrieb von einseitig klebenden Gewebebändern, die eigenständig produziert sowie als Handelsware zugekauft werden.

Repac steht als Marke im Vordergrund. Auf Kundenwunsch werden zudem bedruckte Varianten hergestellt. Das Geschäftskonzept als Hersteller und Händler für Klebebänder geht auf und erweist sich darüber hinaus als erweiterbar.

Als neuer Geschäftsbereich und erster von vier Systembausteinen des heutigen Repac Sortiments kommt schnell die Produktion von Profilen für Teppiche und CV-Beläge, aber auch für Hartbeläge wie Parkett- und Korkböden hinzu. Begonnen wird mit Profilen aus Messing.

Modelle aus eloxiertem Aluminium erweitern nach kurzer Zeit das Programm.

Bei der Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Aluminiumprofilen nimmt Repac sogar die Pionierrolle im Markt ein.

Mit einer rasanten Umsatzsteigerung von null auf fünf Millionen stehen alle Zeichen auf Wachstum. So wird beschlossen, das etwa 10.000 m² große Grundstück in der Ronnenberger Straße 15 als neuen Firmensitz zu erwerben und mit dem Bau der ersten Hallenabschnitte zu beginnen.



Entwicklung 1983 - 1993

In Ost und West herrscht Umbruchstimmung. Mit Glasnost und Perestroika werden weitreichende Entwicklungsprozesse eingeleitet, die am Ende zum Mauerfall führen und politisch wie geschäftlich neue Möglichkeiten eröffnen.

So entstehen im nun wieder vereinten Deutschland auch für Repac neue Absatzmärkte, die in nur zwei Jahren zu 50 % Wachstum führen. Als treibender Umsatzmotor erweisen sich hier die Repac Profile rund um Laminat. Der neue Bodenbelag etabliert sich schnell in allen Märkten und schafft damit im Großhandel, Fachhandel und Do-it-yourself-Bereich eine erhöhte Nachfrage an entsprechenden Profillösungen.

Technisch bringt dies jedoch ganz neue Anforderungen mit sich. Da klassisches Parkett meist vollflächig verklebt, Laminat aber schwimmend verlegt wird, sind nun auch zweiteilige Systemprofile gefordert, die den Boden nicht fixieren.

Ebenfalls neu eingeführt werden Skinpappen. Die Verkaufsverpackungen mit der schützenden transparenten Folie lassen sich individuell gestalten, in großen Mengen herstellen und machen das Verpacken effizienter.

Um die vielen neuen Aufgaben bei der Herstellung und im Verkauf bewältigen zu können, wird der Umzug in die Ronnenberger Straße abgeschlossen und zusätzliches Personal eingestellt. Dies umfasst auch die Erweiterung der Vertriebsmannschaft auf 20 Mitarbeiter.

Eine Besonderheit im Markt, da fast alle Wettbewerber mit Handelsvertretern zusammenarbeiten. Repac hingegen setzt bereits seit der Gründung auf festangestellte Vertriebsmitarbeiter, die ausschließlich Repac Produkte verkaufen.

Die Firmenstrategie, über einen eigenen direkten Marktzugang zu verfügen, ist bis heute einer der unternehmerischen Erfolgsfaktoren.





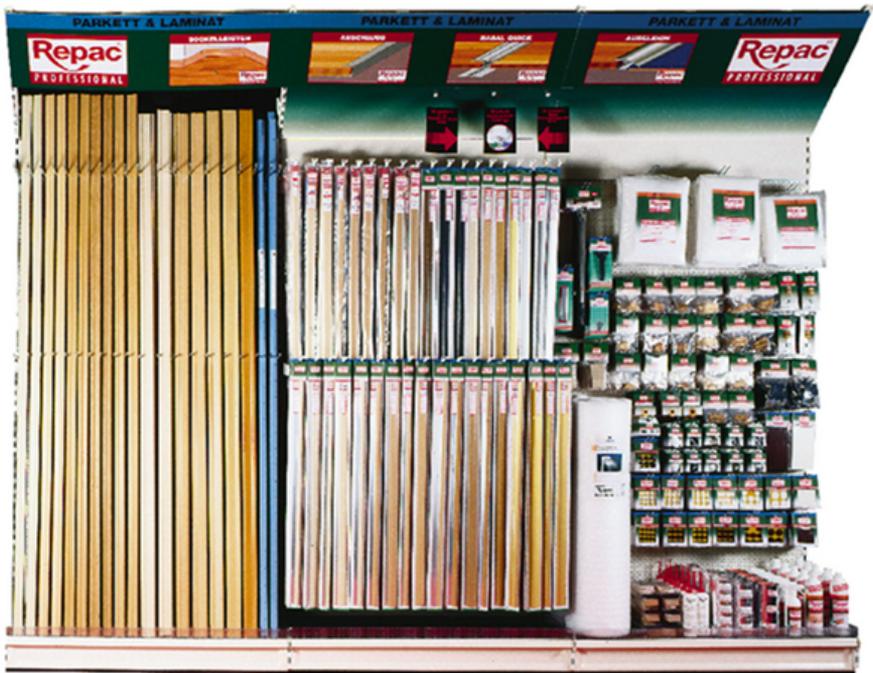
Wechsel 1993 - 2003

International ist vieles im Wandel.
Nelson Mandela wird der erste schwarze
Präsident Südafrikas und der Euro als Bargeld
eingeführt, während in Deutschland Gerhard
Schröder nach 16 Jahren Helmut Kohl ablöst.

Ein Wechsel erfolgt auch bei Repac.
Die Gründerfamilie Will zieht sich aus dem
Unternehmen zurück und übergibt die Führung
an die neuen Inhaberfamilien Kube und Timm.

Allen voran Andree Kube als Geschäftsführer
für Finanzen, Produktion und Logistik und
Rüdiger Timm als Geschäftsführer für Vertrieb
und Marketing.

Für technologischen Wechsel sorgen die
Einführung von Mobiltelefonen – die sofort im
Repac Vertrieb Einzug halten – und natürlich das
World Wide Web. Eine eigene Repac Homepage
wird direkt online gestellt.



Einen Wandel erfährt zudem das Firmenlogo.
Um den Fokus auf die Zielgruppen Fachmärkte
und Verlegebetriebe sowie die hohe
Produktqualität und Anwendungskompetenz
zu unterstreichen, wird Repac zu Repac
Professionell. Parallel werden Laminat- und
Parkettsockelleisten ins Sortiment aufgenommen.

Damit gibt es nun zwei Systembausteine im
Repac Produktprogramm, das von 500 auf 1.500
Artikel anwächst.

Ebenfalls neu ist das Repac Shop-in-Shop-
System für den Handel, in dem alle benötigten
Artikel für die Bodenbelagsverlegung gebündelt
verfügbar sind – angefangen bei Profilen für den
Boden über Verlegezubehör bis hin zu
Sockelleisten für den Wandabschluss.

Zur werbewirksamen Vermarktung wird auch
die Weltausstellung in Hannover genutzt und in
einer eigens auf dem Expo-Gelände
ingerichteten Lounge geladenen Kunden das
neue Repac Shopsystem präsentiert.



Fortschritt 2003 - 2013

China wird zum Global Player und Angela Merkel die erste deutsche Kanzlerin. Weltweit prägen die zunehmende Mobilfunknutzung mit Smartphones, Tablets & Co., aber auch das wachsende Internet und neue Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram und YouTube die Gesellschaft.

Repac setzt ebenfalls auf Fortschritt und erweitert das Shop-in-Shop-System um das Segment Unterlagen und damit den dritten von vier Systembausteinen des aktuellen Repac Programms. Eine sinnvolle Sortimentserweiterung, die das System weiter wachsen lässt. Es ist aber auch ein mutiger Schritt, da in diesem Bereich bereits viele andere Anbieter um Marktanteile kämpfen und Dämmunterlagen umfangreiche technische Beratungskompetenz erfordern.

Auch auf den Trend zu Design-Click-Belägen wird umgehend mit der Entwicklung spezieller Repac Profile reagiert, da Designböden eine geringere Aufbauhöhe als Laminat oder Parkett haben und auch gestalterisch neue Möglichkeiten bieten. So lassen sich neben Holzdekoren jetzt auch beliebige Designs vom eigenen Firmenlogo über das Vereinswappen des Lieblingsclubs bis hin zu Zeichentrickfiguren verwirklichen.

Im Fokus stehen jedoch weiterhin die Profile rund um Parkett- und Laminatböden. Technische Neuerungen sind das zweiteilige Parkett- und Laminat-Profilsystem zum Schrauben und das zweiteilige Raster-Click-Profilsystem zum Rastern.

Zur Optimierung der Warenwirtschaft wird mit proALPHA zudem ein SAP-ähnliches ERP-System eingeführt.

In der Summe führt der unternehmerische Fortschritt bei Repac zu einem Anstieg des Jahresumsatzes auf 15 Millionen und einem neuen Höchststand von 50 Mitarbeitern.





Herausforderungen 2013 - 2023



Das Vereinigte Königreich stellt die Europäische Union mit dem Brexit auf eine schwere Probe. Corona und Ukrainekrieg sowie Klimawandel, CO₂-Reduzierung und erneuerbare Energien rücken verstärkt in den Fokus, auch bei Repac.

Eine Solaranlage auf dem Unternehmensdach produziert nun einen Großteil der für den täglichen Betrieb notwendigen elektrischen Energie.

Die Umstellung auf LED-Beleuchtung leistet einen weiteren Beitrag.

Außerdem werden E-Autos als Firmenfahrzeuge eingesetzt; mittlerweile fahren 50 % der Repac Flotte elektrisch.

Innovatives ist auch auf Produktseite zu verzeichnen. So komplettieren Designböden das heutige Repac Programm.



Mit den vier Systembausteinen Designböden, Profile – jetzt auch in Edelstahl- und Steinoptik Unterlagen und Sockelleisten sowie Zubehör für alle Bereiche umfasst das Repac Sortiment nun mehr als 2.500 Artikel und der Jahresumsatz steigt auf über 30 Millionen.

Expansion erfolgt auch auf der Fläche mit dem neuen 7.000 m² großen Logistikzentrum in Hannover sowie einem zusätzlichen Außenlager in Isernhagen für 5.000 Paletten.

Dem zunehmenden Fachkräftemangel wird mit verschiedenen Maßnahmen in der Team- und Personalentwicklung und dem Aufbau eines Human-Resources-Bereichs begegnet.

Ein klar formuliertes Leitbild unterstreicht zudem die strategische Orientierung, die das komplette Unternehmen vereinen soll und eine Vision für die Zukunft darstellt.

Gleichzeitig definiert das Leitbild Unternehmenswerte, die Repac bei der Zielumsetzung richtungsweisend unterstützen.



Highlights 1973 - 2023



GRÜNDUNG 1973 - 1983

- ▷ *Gegründet in Gehrden bei Hannover*
- ▷ *Start mit Produktion von selbstklebenden Gewebebändern*
- ▷ *Repac als Marke steht im Vordergrund*
- ▷ *Produktionsstart von Bodenprofilen*
- ▷ *Neuer Standort Ronnenberger Str. 15*
- ▷ *Beginn des technischen Zeitalters*

ENTWICKLUNG 1983 - 1993

- ▷ *Wiedervereinigung, neue Möglichkeiten eröffnen sich*
- ▷ *Neue Absatzmärkte führen zu starkem Umsatzwachstum*
- ▷ *Laminat hält Einzug in die Haushalte - Repac bietet die idealen Profillösungen*
- ▷ *Skinnpappen ermöglichen erste Private-Label Lösungen*
- ▷ *Die Vertriebsmannschaft wächst auf 24 Mitarbeiter*





WECHSEL 1993 - 2003

- ▷ Einführung eines umfangreichen Programms an Sockelleisten und Zubehör
- ▷ Familien Kube & Timm übernehmen
- ▷ Neues Firmenlogo Repac Professional
- ▷ Shop-in-Shop-System für den Handel

FORTSCHRITT 2003 - 2013

- ▷ Repac startet mit Akustik-Dämm-Unterlagen
- ▷ Erster Anbieter für Profillösungen für Designbeläge
- ▷ Die zweiteiligen Profilsysteme gehen an den Start
- ▷ Neues ERP-System proALPHA geht "online"



HERAUSFORDERUNGEN 2013 - 2023

- ▷ Entwicklung und Implementierung des Leitbilds 1.0
- ▷ Designböden komplettieren das heutige Repac System
- ▷ Neues Logistikzentrum in Hannover mit 7.000 m² Lagerfläche
- ▷ Digitalisierung in allen Bereichen rückt in den Fokus

ZUSAMMEN LEISTEN WIR MEHR: ALS TEAM UND ALS SYSTEMANBIETER!



Repac Montagetechnik GmbH & Co. KG
Ronnenberger Str. 15 | 30989 Gehrden
info@repac.de | www.repac.de

