

# Winkelmann - Gruppe

Mit der Baukeramik als dominanter operativer Gesellschaft



# Unternehmenspräsentation Businessplan

L. Küblböck Baukeramik GmbH  
Hopfenröthe 3 · 93133 Burglengenfeld bisher:



Neubau  
ab 06/2022:



<b>Kapitel</b>	<b>Bezeichnung</b>	<b>Seite</b>
1.	Historie	4
2.	Standort	6
3.	Struktur der Winkelmann Gruppe	8
4.	Das Unternehmen	10
5.	Das Unternehmen in Bildern	13
6.	Kunde und Markt	26
7.	Organisation	33
8.	Wirtschaftsdaten	37
9.	Stärken und Schwächen	41
10.	Vorschau	43
11.	Vorhaben	45

## 1. Historie

2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

Das Unternehmen KÜBLBÖCK feiert in diesem Jahr sein 60-jähriges Bestehen. Gegründet von Ludwig Küblböck, der die Geschäftsanteile an seinen Sohn Dr. Herbert Küblböck übertragen hat. Im Jahr 2001 hat Falk Winkelmann die Geschäftsanteile erworben. Nach seinem Ausscheiden aus der Bundeswehr hat Falk Winkelmann eine solide betriebswirtschaftliche Ausbildung durchlaufen (Management Assistent und Einzelhandelskaufmann) und im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel zuletzt eine Region mit 16 SB-Warenhäusern und 1.500 Mitarbeitern erfolgreich geführt. Den Traum der Selbständigkeit erfüllte er sich mit dem Erwerb und der Weiterentwicklung der Unternehmensgruppe Küblböck.

Kurz und knapp:

- ◆ Fast 60 jähriges unternehmergeführtes Traditionsunternehmen
- ◆ Groß- und Einzelhandel mit Naturstein, Keramischen Fliesen, Kachel- und Kaminöfen
- ◆ Gegründet 1960 von Ludwig Küblböck und 2001 übernommen von Falk Winkelmann
- ◆ seit einundzwanzig Jahren am neuen Standort mit repräsentativer Ausstellungsfläche
- ◆ wunderschöne Außenfläche „Naturstein im Garten“.



1. Historie
- 2. Standort**
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 2. Standort

Die L. Küblböck Baukeramik GmbH hat seinen idealen Standort in Burglengelfeld und liegt zentral erreichbar für die langjährigen Kunden aus der Oberpfalz, Niederbayern, Oberbayern, Nordfranken. Das Bearbeitungsgebiet erstreckt sich von hier aus zwischen Hof und München und von Nürnberg bis Passau. Dieser Standort mit dem überregionalem Bekanntheitsgrad der „Küblböck Baukeramik“ und seinem Umfeld mit solider Kaufkraft verspricht auch für die Zukunft ein stabiles Wachstum unabhängig von großen Konjunkturschwankungen.

Das Firmengelände liegt künftig an der viel befahrenen B 15 Schwandorf-Regensburg, rückt damit um 16 km näher an REGENSBURG heran und liegt zwischen den beiden Autobahnauffahrten REGENSTAUF und REGENSBURG NORD mit seinem Zubringer B 16 aus dem Bayerischen Wald.

### Entfernung künftig nach:

Regensburg	12 km
Amberg	50 km
Weiden	69 km
Nürnberg (Flughafen)	100 km
München	130 km

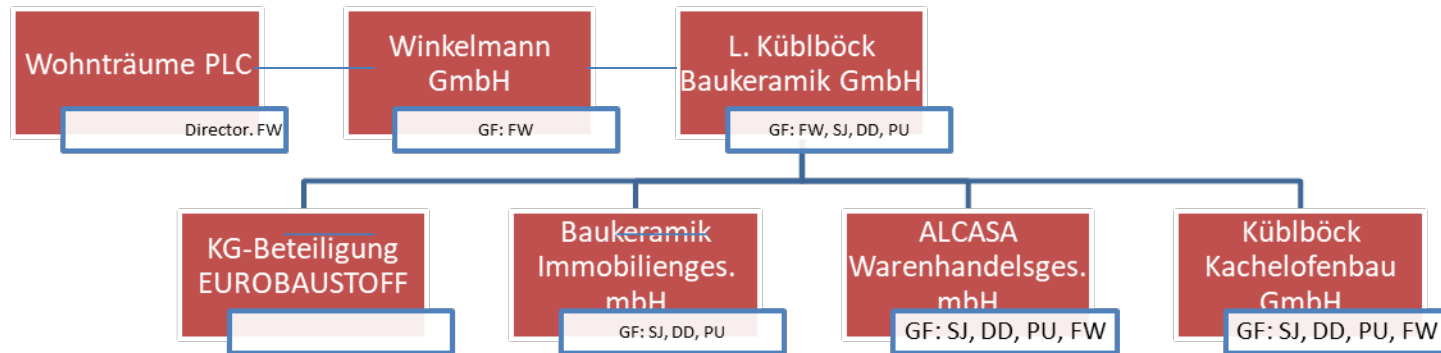
**Standort L. Küblböck  
BURGLENGELFELD  
REGENSTAUF**



1. Historie
2. Standort
- 3. Struktur der Winkelmann Gruppe**
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben



### 3. Struktur der Winkelmann Gruppe



1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
- 4. Das Unternehmen**
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 4. Das Unternehmen



Der Produktmix der Gesellschaft mit seinen 3 Hauptsegmenten Stein, Keramik und Öfen ergänzt sich und führt zu cross- selling- Effekten.

Naturstein

Keramik

Öfen

Sonstige

Das Risiko des Schwächelns eines Bereiches (Beispiel: der Fliesenverbrauch in Deutschland hat sich in den letzten 10 Jahren halbiert und liegt nunmehr bei ca. 100 Millionen m<sup>2</sup>) konnte bisher immer durch das antizyklische Wachstum der anderen Segmente ausgeglichen werden.

Man kann ohne Überheblichkeit sagen, dass Trends und Chancen erkannt und genutzt werden. So gehören wir zum bevorzugtem Lieferanten, wenn es um größere Objekte in München, Nürnberg oder Regensburg geht:

- München: FCB-Servicecenter, BMW, Großobjekte
- Regensburg: e-on Neubau, Krones-Verwaltung

Natürlich besteht die Abhängigkeit von der Entwicklung der Baukonjunktur. Hier kommt der Gesellschaft zugute, dass der Sitz in einer Region ist, die laut Zukunftsatlas der PROGNOSE zu den vitalsten des Bundesgebietes gehört. Vom Wachstum sprechen die ständig neuen Baugebiete in Burglengenfeld und allen Nachbarstädten. Das führt dazu, dass in Zeiten des Zuwachses die %-Sätze erheblich über dem Markt und in schwachen Zeiten erheblich darunter liegt.

**Abhängigkeiten von sogenannten Schlüsselkunden gibt es nicht.**

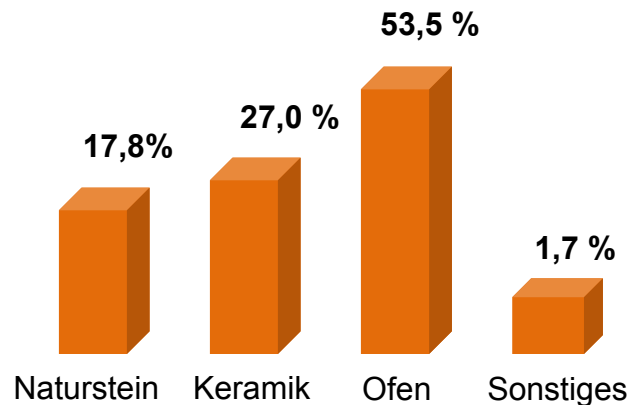
## 4. Das Unternehmen



Die Stellung als Gesellschafter der EUROBAUSTOFF und aktives Fachgruppen-Mitglied in der Fachgruppe Fliese sichert den Zugang zu besten Einkaufskonditionen in diesem Bereich.

Die meist im unmittelbarem Umfeld des Unternehmens ansässigen ca. 60 Mitarbeiter stehen treu zum Unternehmen und bilden das Rückgrat für den bisherigen Erfolg des Unternehmens. Auf eine kontinuierliche Weiterbildung wird größter Wert gelegt.

Folgende Umsatzanteile in % am Gesamtumsatz wurden 2020 generiert:



Das Unternehmen hatte im abgelaufenen Jahr 2020 einen **Gesamtumsatz von 18 Mio. €** bei einem **EBIT DA von ca. 1.150 T€**.

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen

## **5. Das Unternehmen in Bildern**

6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 2. Das Unternehmen in Bildern

Die Bilder stammen vom bisherigen Standort – natürlich wird am neuen Standort alles noch schöner und aktueller!



Mess- und Ofendienstflotte



PKW - Flotte



Stapler



LKW mit Verladekran



LKW mit Hebebühne

## Ausstellung



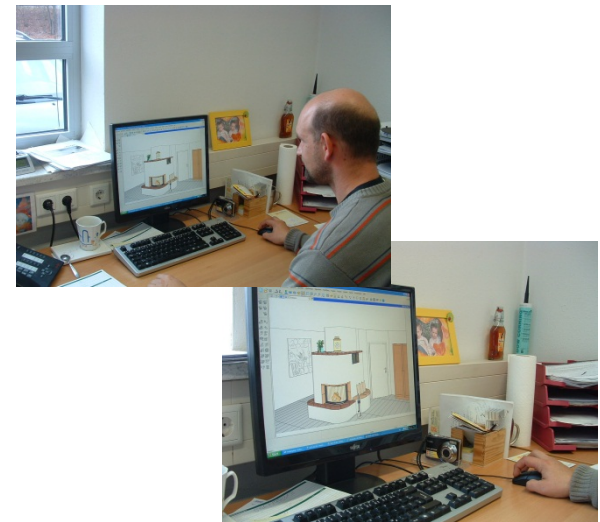
## Außenbereich



## 5. Das Unternehmen in Bildern



### Planung mit CAD im Ofen und Natursteinbereich –



**alles in einer Hand: Planung, Fertigung und Lieferung**



### Beratungstheken Einzelhandel:

- Keramik
- Naturstein
- Ofen



**Kassen- und Informationstheke**

### Fachmessen Intern/ Extern und...



Mitarbeiterschulungen

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
- 6. Kunde und Markt**
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 6. Kunde und Markt



Die Abnehmer hierbei sind

**Großhandelskunden: 85 %**

**Einzelhandelskunden: 15 %**

Für die nächsten Jahre wird in allen Produktgruppen eine stetige Steigerung erwartet.

### Marktanalyse:

#### **Relevanter Markt:**

Fachgroß- und Einzelhandel für

- Naturstein
- Fliesen
- Ofenprodukte



#### **Regionen:**

Das Gebiet umfasst im Norden Hof, im Osten die tschechische Grenze bis PASSAU, Niederbayern, bis nach MÜNCHEN, im Westen die A 9 mit einer Ausbuchtung Raum Nürnberg/ Bamberg herum.

## 6. Kunde und Markt



### Kunden:

#### **Ca. 85 Prozent GH-Kunden**

- Steinmetze
- Fliesenleger
- Bauunternehmer
- Fertighaushersteller
- Ofensetzer
- Fliesen- und Natursteinhändler
- Baumärkte
- Ofenhändler

#### **Ca. 15 Prozent EH-Kunden**

### Wettbewerber:

- Fritsch, Bodenwöhr
- Fliesenzentrum Deutschland
- TAXIS
- Christ
- Nerlich & Lesser
- Baumärkte

## 6. Kunde und Markt



Die aufgeführten Wettbewerber sind zum Teil anders aufgestellt als KÜBLBÖCK. **Das erklärt auch, weshalb wir mit allen B²B – Geschäfte machen!**

### **Fliesen Fritsch:**

War im Wesentlichen Verlegebetrieb, hat jetzt auf das EH-Geschäft umgestellt und ist im GH nur vereinzelt unterwegs. Als bisheriger Konkurrent der Handwerksbetriebe wird er einen langen Kampf um seine Akzeptanz am Markt führen.

### **Fliesenzentrum Deutschland:**

Befasst sich im Wesentlichen mit Fliesen. Sein Absatz soll gesunken sein. Wir arbeiten als Händlerkollegen zusammen und tauschen Fliesen von Anbietern, die der andere nicht führt.

### **TAXIS:**

Das Unternehmen ist gerade verkauft worden und nicht mehr im Markt zu spüren.

### **CHRIST:**

Aufgestellt wie TAXIS. Auch mit Christ arbeiten wir zusammen. Das aber hauptsächlich im Natursteinbereich. Christ importiert Waren aus China und Indien, verfügt aber über keine Fertigung. In diesem Bereich greift er immer häufiger auf uns zurück.

### **Nerlich & Lesser:**

Im Bezug auf Fliesen ist er Preisführer. Allerdings nehmen wir den Außendienst in der jüngeren Vergangenheit weniger wahr. Im Bezug auf Naturstein und Öfen hat N&L für unser Geschäft keine Bedeutung.

Baumärkte (HAGEBAU, BayWa, RAAB-KARCHER) sind i. d. R. Endkunden-orientiert und machen das problemlose Fliesen- und Ofengeschäft. Naturstein hat im Bereich GaLa-Bau Relevanz.

## 6. Kunde und Markt



### Marktentwicklung:

#### Naturstein

Hier bleibt die Zahl der Natursteinverarbeitenden Betriebe gleich, die Nachfrage steigt weiterhin. Relevante Anbieter gibt es kaum. Deshalb wurden hier Kapazitäten ausgebaut, um künftig den Markt noch stärker abschöpfen zu können. Bezüglich der China-Importe ist ein starkes Know-How vorhanden, um mit geringstem eigenem Aufwand auch Großbaustellen bedienen zu können.

#### Keramik

Das Sortiment ist so ausgerichtet, dass Berührungspunkte mit Wettbewerbern gering sind. Die Wachstumsraten der letzten 6 Monate zeigen eine nachhaltige Steigerung deutlich über der Entwicklung des Gesamtmarktes (Vgl. EUROBAUSTOFF).

#### Öfen

KÜBLBÖCK der einzige Großhändler im ostbayerischen Raum. Hauptkonkurrent ist die genossenschaftlich organisierte Hagos (Sitz in Stuttgart). Hier gelingt es vermehrt, Hagos-Kunden für KÜBLBÖCK zu gewinnen. Der Markt wird sich in den nächsten Jahren weiter vergrößern, weil zwangsweise fossile Brennstellen wegen der neuen BImSchVO ausgetauscht werden. Hierzu stellen wir fest, dass in diesem Segment die Umsätze zwischen **30 und 40 % wachsen!** In Deutschland sind bis 2024 ca. 5.000.000 Heizeinsätze von dieser Austauschpflicht betroffen. Küblböck hat einen Anteil am nationalen Markt von 8 – 10 %.

### Marktanteil, Kunden und Aussichten:

Der Marktanteil der einzelnen Segmente ist schwer zu greifen. Jede Aussage hierzu wäre reine Spekulation. Deshalb wird hier auf die interne Entwicklung verwiesen. Eine Ausnahme bildet die Fliese. Über die EUROBAUSTOFF werden 90 % des nationalen Fliesenumsatzes abgewickelt. Als einer von 27 Händlern der Fachgruppe Keramik der EUROBAUSTOFF entwickelt und führt Küblböck die Eigenmarke „Cerabella“, die wegen der Alleinstellung eine bessere Wertschöpfung erlaubt.

Die Preispolitik wird flexibel gehandhabt. MA haben einen Bewegungsspielraum, der einzuhalten ist. Muss preislich härter rangegangen werden, ist eine Abstimmung mit den Abteilungsleitern oder der Geschäftsleitung notwendig.

Die Zahlungsbedingungen werden individuell festgelegt. Bei der Hälfte der GH-Kunden werden die Rechnungen abgebucht. Verweigerer und Kunden ohne erteiltes Limit sind hiervon ausgenommen. Es gibt ein straffes Debitoren-Management. Das Mahnwesen liegt im Haus. Creditauskünfte werden vor jeder Kunden NEU- Anlage über unseren Partner Creditreform eingeholt. Es besteht eine Versicherung über Zahlungsausfall bei der R+V.



## 6. Kunde und Markt

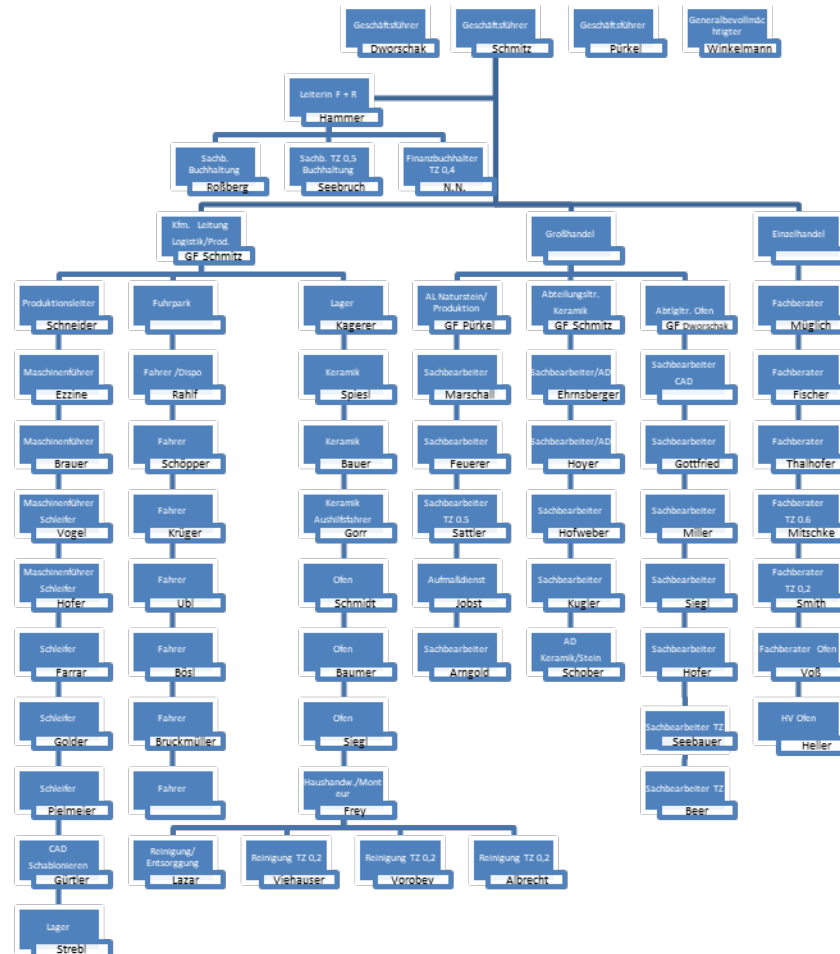


### Historische und geplante Umsatzerlöse der Produktgruppen:

Umsätze/Erträge in T€	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
Naturstein	2.944	19,3	3.264	20,1	3.139	17,8	3.129	17,1	etwa wie 2021		3.446	17,0
Keramik	4.020	26,4	4.588	,2	4.754	27,0	4.692	25,7	wegen		5.484	27,1
Öfen	8.025	52,6	8.086	49,8	9.429	53,5	10.155	55,5	Betriebsverlagerung		11.027	54,5
Sonstige Umsätze	265	1,7	305	1,9	293	1,7	307	1,7			290	1,4
Gesamtleistung	15.254		16.243		17.614		18.284				20.246	

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
- 7. Organisation**
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 2. Organisation



## 7. Organisation



### 4. Geschäftsführung, Mitarbeiter und Organisation:

Mit der Entscheidung im Juni 2020, Geschäftsanteile auf die Spartenleiter abzutreten und sie als Geschäftsführer in die Verantwortung zu nehmen, hat der bisherige Alleingeschäftsführer die nächste Generation an Bord geholt. Damit sind die Unternehmen der Gruppe zukunftsfähig aufgestellt.

Die Erfolgswelt von „Küblböck“ ist ein engagierter und langjähriger Stamm an erfahrenen und bestens ausgebildeten Mitarbeitern. Die sehr hohen Qualitätsansprüche der Großhandelskunden, größtenteils langjährige Stammkunden (Steinmetze, Fliesenleger, Ofensetzer, Architekten, Bauträger, Fertighaushersteller, Baustoffhändler, Handelsbetriebe) werden konstant erfüllt.

Die Erfüllung dieser sehr hohen Qualitätsansprüche ist wiederum der Grund für die Firmentreue der Kunden und sichert damit auch für die Zukunft fortlaufende Aufträge.

„Küblböck“ ist Ausbildungsbetrieb. Die Mitarbeiter leben in der Region, sind langjährig im Unternehmen beschäftigt, wissen worauf es beim Kunden ankommt, arbeiten weitgehendst selbständig und verantwortungsbewusst.

Die Wochenarbeitszeit beträgt 38,5 Stunden. Das Unternehmen ist tarifloses Mitglied im Groß- und Außenhandelsverband Bayern. Das Unternehmen wurde so strukturiert, dass die Hauptverantwortung des operativen Geschäfts beim Geschäftsführer liegt.

Er wird dabei von jungen und vertriebshungrigen Abteilungsverantwortlichen unterstützt.

### Vertriebsorganisation und Absatzmethoden:

Im Bereich Fliesen/Naturstein sind 4,5 MA unterwegs, im Bereich Ofen sind es 1,5 MA. Hinzu kommt, dass die Mitarbeiter des GH-Innendienstes feste Kunden haben, die sie z. T. auch im Außendienst besuchen. Das schafft Nähe und Akzeptanz. Über regelmäßige Fax-Mailings werden spezielle Angebote platziert.

Durch den guten Ruf und ein hohes Standing bei Kunden/ Händlern ist die Bereitschaft, auch 100 km und mehr für die Fliesenauswahl zu fahren sehr hoch. Die regelmäßigen Schausonntage sind gut besucht. Werbung in den Printmedien bezieht sich auf den Ofenbereich und das nähere Umfeld des Standorts Burglengenfeld.

Der Fuhrpark umfasst 4 LKW mit Ladekran und 3 LKW mit Hebebühne + 2 Anhänger. Es gibt eine feste Tourenerteilung. Kunden werden i. d. R. ein Mal wöchentlich angefahren. Die Region um Regensburg 2-3 Mal die Woche. Ein kleines Lieferfahrzeug steht für spontane Lieferungen zur Verfügung.

Der Export wird über Speditionen abgewickelt. Es wird eine Anfuhrpauschale von z. Zt. 15 € je Anlieferung (GH) und 25 € (EH) im Liefergebiet erhoben, zzgl. eine Mautpauschale (und vom Kunden gezahlt). Außerhalb des Liefergebietes (Großobjekte) wird kostendeckend geliefert.

Das EDV-System lässt eine individuelle Betrachtung der Absätze und Erträge zu. Das gehört zu den ständigen Aufgaben des Innendienstes. Der Außendienst schreibt über jeden Kundenbesuch einen Besuchsbericht, der der GL vorgelegt und an den GH weitergereicht wird. Hierzu gehört die Beobachtung des Wettbewerbs, eine Einschätzung des Kaufverhaltens des Kunden und die Protokollierung der Wünsche bzw. sonstiger Aussagen.

In der Beschaffung wird auch mit Konkurrenten zusammen gearbeitet, um das Konditionssystem der Industrie besser nutzen zu können. Das bezieht sich auf verschiedene Lieferanten aus dem Bereich Fliesen/Fliesenzubehör.

Es gibt eine Provisionsvereinbarung für alle MA. Diese bemisst sich am Rohertrag und wird nach Betriebszugehörigkeit gewichtet ausgeschüttet.

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
- 8. Wirtschaftsdaten**
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 8. Wirtschaftsdaten EBIT D/A, Liquiditätsplan



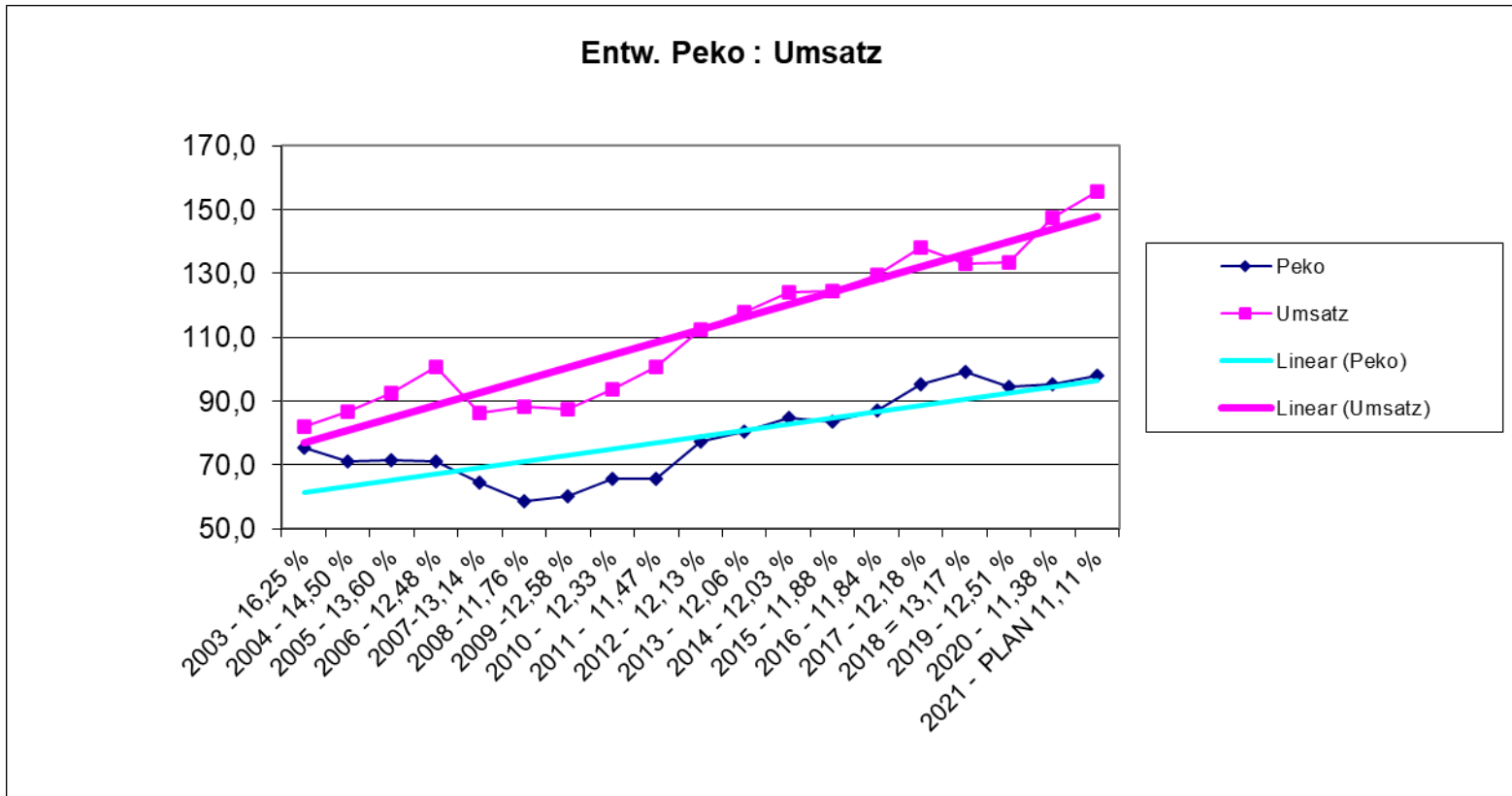
EBIT D/A in T€	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	561,7 T€	668,5 T€	1.150 T€	1.286 T€	wie 2021	1.390,2 T€
					wg. Betriebsverl.	

Liquiditätsplan 2021	Name:	Ludwig Küblböck Baukeramik GmbH										Datum:	01.04.2021		
	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat	7. Monat	8. Monat	9. Monat	10. Monat	11. Monat	12. Monat			
Übertrag Vormonat	1.181.980 €	1.015.017 €	1.001.826 €	1.205.928 €	1.250.980 €	1.269.032 €	1.331.697 €	1.496.478 €	1.459.296 €	1.634.803 €	1.751.035 €	1.744.481 €			
Zugang liquider Mittel															
Zuführung Eigenmittel	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €			
Kreditaufnahme	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €			
Liquiditätsanfangsbestand	1.181.980 €	1.015.017 €	1.001.826 €	1.205.928 €	1.250.980 €	1.269.032 €	1.331.697 €	1.496.478 €	1.459.296 €	1.634.803 €	1.751.035 €	1.744.481 €			
Einzahlungen aus:															
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	901.093 €	1.514.333 €	1.957.277 €	1.635.691 €	1.737.470 €	1.682.580 €	2.044.346 €	1.445.799 €	2.169.211 €	2.132.451 €	2.055.840 €	1.924.568 €			
Barverkäufen	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €			
Summe Liquiditätszugang	901.093 €	1.514.333 €	1.957.277 €	1.635.691 €	1.737.470 €	1.682.580 €	2.044.346 €	1.445.799 €	2.169.211 €	2.132.451 €	2.055.840 €	1.924.568 €			
Auszahlungen für:															
Anschaffungen/Investitionen	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	634.844 €	1.087.374 €	1.318.430 €	1.158.940 €	1.236.221 €	1.173.056 €	1.428.566 €	1.019.882 €	1.556.294 €	1.522.367 €	1.495.751 €	1.398.440 €			
Personalkosten (inkl. Nebenkosten)	154.786 €	146.659 €	164.401 €	147.729 €	161.233 €	201.065 €	158.520 €	160.707 €	159.421 €	157.022 €	195.706 €	188.695 €			
Raumkosten (Miete, Nebenkosten)	64.780 €	58.636 €	57.551 €	63.231 €	66.322 €	56.280 €	72.321 €	61.105 €	61.337 €	87.396 €	63.677 €	60.798 €			
Fahrzeugkosten	15.224 €	26.688 €	28.921 €	21.771 €	26.550 €	21.078 €	29.149 €	19.885 €	24.879 €	24.217 €	25.291 €	21.915 €			
Verkaufskosten	7.509 €	9.793 €	18.696 €	13.555 €	25.383 €	16.495 €	13.465 €	11.739 €	22.202 €	16.879 €	8.768 €	18.741 €			
Freiw. Soz. Aufw.	- €	458 €	169 €	169 €	214 €	214 €	169 €	169 €	169 €	169 €	169 €	169 €			
Werbung, Repräsentation	762 €	1.792 €	2.844 €	466 €	1.285 €	1.321 €	1.612 €	709 €	908 €	2.090 €	6.820 €	1.379 €			
Rechts-, Beratungs-, Abschlusskosten	1.423 €	26.429 €	4.703 €	42 €	38 €	3.020 €	476 €	2.392 €	131 €	3.480 €	2.084 €	11.037 €			
Allgemeiner Verwaltungsaufwand	7.767 €	7.073 €	8.265 €	7.687 €	7.365 €	8.011 €	12.601 €	6.572 €	20.046 €	6.274 €	9.375 €	8.263 €			
Hilfs- und Betriebsstoffe	1.061 €	20.566 €	26.431 €	14.738 €	13.276 €	18.465 €	30.127 €	11.306 €	12.113 €	20.611 €	33.177 €	16.925 €			
Sonstige Aufwendungen	42.915 €	37.069 €	38.882 €	44.688 €	40.011 €	38.586 €	58.001 €	42.205 €	44.292 €	50.205 €	47.556 €	52.007 €			
Umsatzsteuerzahlungen	101.301 €	1.387 €	42.347 €	77.248 €	40.763 €	41.948 €	35.057 €	47.041 €	65.318 €	99.583 €	88.919 €	75.285 €			
Zinsen BMK	1.023 €	16.985 €	6.916 €	5.794 €	14.144 €	5.836 €	4.964 €	12.718 €	4.768 €	4.109 €	11.282 €	3.758 €			
Darlehen/Leasing Zinsen	5.292 €	11.986 €	5.015 €	4.856 €	11.040 €	4.577 €	4.453 €	10.021 €	4.153 €	4.084 €	9.094 €	3.915 €			
sonstige Auszahlungen															
Summe Liquiditätsabgang	1.038.687 €	1.452.894 €	1.723.569 €	1.560.915 €	1.643.845 €	1.589.952 €	1.849.481 €	1.406.452 €	1.976.031 €	1.998.484 €	1.997.669 €	1.861.329 €			
Abgang liquider Mittel															
Entnahme Eigenmittel															
Kredittilgung	29.370 €	74.630 €	29.606 €	29.724 €	75.573 €	29.964 €	30.084 €	76.528 €	17.673 €	17.736 €	64.725 €	17.863 €			
Summe Liquiditätsabgang	1.068.057 €	1.527.524 €	1.753.175 €	1.590.639 €	1.719.418 €	1.619.915 €	1.879.565 €	1.482.980 €	1.993.703 €	2.016.220 €	2.062.394 €	1.879.192 €			

## 8. Wirtschaftsdaten

### Personalkosten:

Die Personalkosten sind im Griff und liegen am unterem Spektrum vergleichbarer Unternehmen:





1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
- 9. Stärken und Schwächen**
10. Vorschau
11. Vorhaben

## 9. Stärken und Schwächen



### Stärken

#### **Standort:**

- überproportionales Wachstum im Bearbeitungsgebiet, weil das in einer der wirtschaftlich stärksten Regionen der Republik liegt.
- Hoher Bekanntheitsgrad
- Familienbetrieb seit fast 60 Jahren
- Firmentreues, bodenständiges Personal aus der Region, welches hervorragend ausgebildet und motiviert ist.
- Spezialisten in den Bereichen Naturstein und Ofentechnik mit hohem Know-how sind vorhanden.
- Seit Jahrzehnten bewährte Kontakte zu Lieferanten im In- und Ausland.
- Sehr große Erfahrung in den Produktbereichen.
- Großer, breit aufgestellter Kundenstamm.

#### **Produktauswahl:**

- Die Produkte ergänzen sich perfekt für den Häuslebauer, für Bau- und Baunebengewerbe und Fachhandel. (Alles aus einer Hand).
- Hohe Lieferbereitschaft durch sinnvolle Lagerhaltung. Kurze Beschaffungswege, leistungsstarke Steinproduktion.
- Bei der Steinproduktion ganzjährig 2 Schichtbetrieb mit moderner, aktueller Technik.
- Beispielhafte Ausstellung mit ansprechendster Präsentation.
- Große Lager- und Reserveflächen lassen Spielräume zur Ausweitung des Sortimentes zu.
- Schlagkräftiger Vertrieb.

### Schwächen

- Die gegebenen räumlichen und personellen Möglichkeiten für eine Produkterweiterung (Beispiel: Sanitärhandel, Baustoffe, Bau- und Gartenmarkt) wurden bisher nicht wahrgenommen.
- Sonderbearbeitung Naturstein
- Nutzung sozial Media bisher nicht wahrgenommen
-

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
- 10. Vorschau**
11. Vorhaben

Die erreichte Marktstellung in allen drei Produktsegmenten hat einen hohen Bekanntheitsgrad in der bearbeiteten Region

### **Oberpfalz – Niederbayern – Oberbayern – Oberfranken**

Die langjährigen Stammkunden von Küblböck finden sich unter den Naturstein- und Fliesenlegern, Steinmetzbetrieben, Ofensetzern, Kachelofenbauern, Architekten, Bauträgern, Baustoffhändlern, Baumärkten, Fertighausherstellern und Privatkunden. Die Lage des Unternehmens in einer der am stärksten wachsenden Region der Republik bietet eine solide Basis für die nächsten Jahre.

Der Erfolg hat Küblböck Recht gegeben. Die Spezialisierung auf drei Produktgruppen mit einem hohem Know-how und vertrieblicher Durchschlagskraft ist beispielhaft. Ein straffes, aber erfolgsorientiertes Sortiment nimmt es mit allen anderen Anbietern auf. Lieferanten mit selektivem Vertrieb geben die dazu notwendigen Freiräume auf dem Markt.

Der jetzige Plan, am Standort REGENSTAUF ein neues Betriebsobjekt zu errichten, hat mehrere Positive Auswirkungen:

1. Die Lage ist verkehrsstrategisch mit dem jetzigen Standort nicht zu vergleichen. Die stark befahrene B15 bringt uns die Chance von ungleich mehr Kunden, als derzeit. Geschätzt kommen am neuen Standort binnen einer halben Stunde mehr Fahrzeuge vorbei, als jetzt an einem ganzen Tag.
2. Die derzeitige hohe Mietbelastung wird durch einen selbst errichteten neuen Standort um ca. 1/3 gesenkt, was dem Betriebsergebnis zugute kommt.

1. Historie
2. Standort
3. Struktur der Winkelmann Gruppe
4. Das Unternehmen
5. Das Unternehmen in Bildern
6. Kunde und Markt
7. Organisation
8. Wirtschaftsdaten
9. Stärken und Schwächen
10. Vorschau

## **11. Vorhaben**

### „Stillstand ist Rückschritt“

Dieser Weisheit stellen wir uns jeden Tag. Genau diese Denkweise machte und macht noch heute Küblböck und die Winkelmann-Gruppe erfolgreich. Unsere starke Stellung in den letzten 60 Jahren unterstreicht dies deutlich.

Der Schritt zur Errichtung eines neuen Standorts an verkehrsgünstig bester Stelle belegt die Zuversicht in die eigene Stärke und Marktstellung. Mit der Verlagerung einher geht die Erwartung, Umsatz und Ertrag deutlich zu erhöhen. Wenn gleich das jetzige Umsatzniveau eine auskömmliche Situation bedeuten würde.

**Vielen Dank!**