

Im Lager: Firmenchef Sebastian Noy hat neue Geschäftsfelder für sein Unternehmen erschlossen.



FOTOS: AKTIV/BERNHARD MOLL (3)



Digitale Unterstützung: Bei der Kommissionierung hilft ein Scanner am Handgelenk.

# Vom Lettershop zum modernen Logistiker

**Mittelstand** Um neue Geschäftsfelder zu erobern, hat Prowerb in eine moderne Lagerhalle investiert und Abläufe digitalisiert

**Kleve.** Kataloge, Broschüren, Werbeflyer: Man könnte ja meinen, dass solche klassischen Werbemittel in digitalen Zeiten langsam verschwinden. Und dass Logistikunternehmen, die Papierprodukte unter die Leute bringen, zu kämpfen haben. Nun ja: Zumindest bei Prowerb in Kleve am Niederrhein ist das anders!

Vor mehr als 40 Jahren wurde dieser Familienbetrieb von Hans Noy gegründet, als Lettershop einer benachbarten Druckerei. 2014 übernahm dann Sebastian Noy die Geschäftsführung von seinem Vater. „Wir hatten damals knapp 50 Mitarbeiter“, sagt der junge Firmenchef. „Inzwischen sind es rund 150. Und wir suchen weiterhin Leute.“

Das liegt auch an der neuen Logistikhalle: Die bietet 13.000 Quadratmeter zusätzliche Nutzfläche neben dem alten (und weiter genutzten) Grundstück. Platz genug, um die Produkt- und Dienstleistungspalette stetig zu erweitern. So betreibt Prowerb in der Halle

Klassisches Printprodukt: Eine Mitarbeiterin sortiert Autokataloge.



ein Zentrallager für den Getränke- und Flaschenpostdienst und bietet die Logistik für Waren wie Toilettenpapier und Grillkohle an. Oder auch „Hygieneaufbauten“: Dazu gehören etwa Spuckschutzwände, die seit Beginn der Pandemie sehr gefragt sind.

Hinzu kommt, dass der Mittelständler sich früh auf die Digitalisierung eingestellt hat, eine Lieferabwicklung für

Online-Shops anbietet und solche Shops auch selbst programmiert. Die neuen Geschäftsfelder ergänzen den Vertrieb klassischer Printprodukte wie Flyer, Kataloge und Broschüren. Diese sind nach wie vor das Kerngeschäft.

„Allerdings ist der Anteil von Printprodukten etwa für Autohersteller und Telekommunikationsanbieter bei uns in den vergangenen Jahren um etwa ein

Drittel geschrumpft.“ Deshalb müssen die Niederrheiner vielseitiger unterwegs sein als früher, was sich im Hochregallager sofort zeigt: Dort stapelt sich Ware von der Baseballkappe bis zu Weihnachtspaketen, die ein Unternehmen an seine Mitarbeiter verschicken lässt.

Trotz starkem Wachstum auch im Kerngeschäft der Werbemittellogistik

”

Unsere Stärke liegt in der Feinkommissionierung

Sebastian Noy, Geschäftsführer

und vielen neuen Kollegen: Die Belegschaft steht offensichtlich zueinander, das Arbeitsklima stimmt. Lagerist Wolfgang Dedic ist schon seit 35 Jahren im Betrieb, sein Urteil: „Wir kommen hier alle gut miteinander aus.“

An die 50.000 Paletten hat Prowerb normalerweise auf Lager. „Das ist im Vergleich zu großen Logistikern wenig. Unsere Stärke ist die Feinkommissionierung. Wir versenden bei Bedarf auch mal nur eine Kiste mit sechs Flaschen“, sagt Noy. „Inzwischen haben wir sogar Baumarktprodukte im Programm von einem Anbieter, der über Amazon verkauft. Das ist in der Pandemie ganz stark gewachsen.“

WERNER GROSCH