

## Jubiläum

## Lebo Türen feiert runden Geburtstag

Als die Geschichte von Lebo Türen 1871 mit einer Schreinerei in der Bocholter Innenstadt begann, wurde im gleichen Jahr der erste deutsche Nationalstaat gegründet, mit Wilhelm von Preußen als Deutschem Kaiser an der Spitze. Wilhelm I. und viele Staatsoberhäupter nach ihm kamen und gingen. Lebo blieb – und hat sich von einer kleinen Schreinerei zu einem Vollsortimenter im Bereich Türen entwickelt. Die Geschäftsführer Henning Stowermann und Lothar Strick blicken im Interview auf die 150-jährige Unternehmensgeschichte zurück, werfen einen Blick in die Zukunft und verraten, welche Themen das Bocholter Unternehmen aktuell besonders bewegen.



Henning Stowermann,  
Geschäftsführer Lebo

Fotos (Quelle): Lebo

**Herr Stowermann, ist eine Tür für Sie ein notwendiges Wohnaccessoire oder ein Designobjekt?**

**Henning Stowermann:** Sowohl als auch. Sie ist ein notwendiges Wohnaccessoire, weil eine Tür zum Teil eine besondere Funktion hat. Da sprechen wir zum Beispiel über Wohneingangstüren, Rauchschutz- und Brandschutztüren oder Klimatüren. Es gibt also viele verschiedene Varianten und Modelle, die auch abseits des klassischen Wohnbereichs eingesetzt werden. Bei ihnen kommt es dann nicht nur auf das Design an.

**Was macht eine gute Tür denn überhaupt aus?**

**Stowermann:** Langlebigkeit und Funktionalität sind extrem wichtig. Außerdem muss sich der Kunde mit dem Produkt wohlfühlen und es muss in sein Lebensumfeld passen.

**Lebo stellt seit 150 Jahren Türen her. Wo liegen die größten Unterschiede zwischen den Türen von damals und von heute, Herr Strick?**

**Lothar Strick:** Die Tür selbst war früher eine Vollholztür, die technisch lange nicht so gut war wie heute. Heute sprechen wir zum Teil über die Türen als Designobjekte, die sich in Farbkonzepten einfügen müssen – das ist eine maßgebliche Veränderung. Auch die Oberflächen haben sich gewandelt: Weg vom Naturprodukt in Richtung Lackoberflächen oder CPL-Oberflächen, die so aussehen wie ein Holzprodukt. So hat sich auch

der ökologische Fußabdruck einer Tür verkleinert: Wir verwenden keine ganzen Bäume mehr, sondern arbeiten teilweise mit Restmaterialien. Die Tür ist also nicht mehr so ökologisch belastet wie noch vor 100 oder 150 Jahren.

**Wie hat sich die Produktion von Lebo seit der Gründung verändert?**

**Stowermann:** Vor 150 Jahren war Lebo noch eine ganz kleine Tischlerei, die nach sehr individuellen Kundenwünschen Türen hergestellt hat. Das hat sich in den vergangenen 50 bis 60 Jahren massiv verändert – durch größere Wohnkomplexe, durch Standardisierung in der Produktion, durch Serienfertigung und durch ein viel breiteres und anderes Portfolio. Früher waren die Türen je nach Region sehr ähnlich im Design: Wer in der Nähe eines Fichtenwaldes wohnte, hatte Türen aus Fichte, wer einen Buchenwald vor der Haustür hatte, hat Türen aus Buche bekommen. Heute ist das von Kunden zu Kunde sehr individuell. Früher gab es auch den stationären Handel in der heutigen Form nicht. Der bringt uns ganz weit nach vorne in puncto Regionalität. Im Vertriebsgebiet Bayern sind zum Beispiel naturbelassene Oberflächen sehr beliebt. Im Gegensatz dazu findet man im Norden eher Weißlack.

**Was waren aus Ihrer Sicht die größten Meilensteine in der Unternehmensgeschichte?**

**Stowermann:** Der größte Meilenstein war sicherlich der Umzug 1954 aus der Innenstadt von Bocholt ins Industriegebiet Mussum. Dort

wurde großen Wert auf Automatisierung, Prozessweiterung und Serienproduktion gelegt. So konnte man sich absetzen und unter die Top Ten der Türenhersteller in Deutschland kommen. Vorher, als kleine Tischlerei in der Bocholter Innenstadt, war das nicht möglich. Die Digitalisierung haben wir ebenfalls vorangetrieben: Heute gibt es zum Beispiel einen Login-Bereich für Händler auf unserer Webseite, damit wir zielgruppenspezifisch Informationen ausspielen können. Innerhalb der Produktion haben wir immer wieder in den Maschinenpark investiert. Ein großer Baustein war hier die Bohrstraße, die wir vor knapp sechs Jahren angeschafft haben und in der Bänder und Schlösser vollautomatisch integriert werden können. 2006 wurde Lebo dann von der Lohr Beteiligungsgesellschaft, der LB GmbH, übernommen. Dadurch haben sich viele Synergien ergeben: In der LB GmbH gibt es zum Beispiel ein IT-Unternehmen, einen Automationspezialisten und eine angegliederte Logistik. In diesem Zuge haben wir unsere gesamte Logistik in ein zentrales Lager nach Hamminkeln ausgegliedert. Das wiederum kommt unseren Kunden zugute, weil wir seitdem noch schneller und zuverlässiger liefern können. Außerdem haben wir unser Produktportfolio ständig erweitert: So haben wir beispielsweise eine Ganzglas-Produktlinie eingeführt, damit wir als Vollsortimenter an den Markt gehen können. Ein weiterer wichtiger Schritt war die Integration von Funktionstüren in unser Sortiment.

**Welche Bedeutung hat dieses Segment heute für Lebo?**

**Strick:** Für das Objektgeschäft – also für die Belieferung von Hotels, Kitas, Seniorenheimen oder Krankenhäusern – ist dieses Segment besonders wichtig und hat für uns in Zukunft einen hohen Stellenwert. Insbesondere spezielle Modelle wie zweiflügelige elektrifizierte Türen sind in diesem Bereich gefragt. Im Privatsegment kommen eher Schall-, Klima- oder Einbruchschutztüren zum Einsatz. In diesem Bereich werden Räume aber auch mehr und mehr individuell betrachtet. Ich bestelle also nicht mehr acht Türen für acht Räume, sondern eine Feuchtraumtür für das Bad, eine Schiebetür für das Ankleidezimmer und so weiter. Die Wohnkonzepte insgesamt haben sich verändert: So werden Räume zum Teil gar nicht mehr geschlossen, so wie Küchen zum Beispiel. Sie sind stattdessen als offene Wohnküchen mit Esszimmerbereich konzipiert. Das hat wiederum Einfluss auf den Einsatz von Türen.

**Einen großen Stellenwert bei Lebo nimmt die Nachhaltigkeit ein. Warum?**

**Stowermann:** Weil uns unsere ökologischen Standards dazu animiert haben, auch an unserer CO<sub>2</sub>-Emission zu arbeiten. Und das nicht nur, weil es von der Bundesregierung gefordert ist, sondern weil wir ein nachhaltiges Produkt herstellen wollen. Das ist mehr als ein Trend – die Nachhaltigkeit muss in unsere DNA integriert werden. Es ist uns wichtig, dass wir keine chemisch belasteten, sondern emissionsfreie Produkte herstellen. Besonders im Bereich Wohnen ist das wichtig. Ausdünstungen von Möbeln oder von Türen müssen drastisch reduziert werden, das ist sowohl für das Raumklima als auch für die Gesundheit sehr wichtig. Auch unsere Mitarbeiter arbeiten gerne in einem Unternehmen, das nur einen kleinen ökologischen Fußabdruck hinterlässt. In unserer Strategie 2025 arbeiten wir massiv an diesem Thema, und zwar in drei Bereichen: im Prozess, in der Infrastruktur und beim Produkt selbst. Das heißt konkret, dass es zum Beispiel eine Leimumstellung geben wird. Künftig setzen wir statt der Röhrenspanplatte eine Pappwabe aus Altpapier ein. Durch Neuinvestitionen wollen wir zudem unseren Energieverbrauch senken. Insgesamt ist es unser Ziel, die CO<sub>2</sub>-Emission pro Tür bis 2025 um 80 Prozent zu reduzieren – und das nicht mit blindem Aktionismus, sondern mit einer Strategie. Erste Schritte sind bereits getan: Die ganze LB Gruppe bezieht mittlerweile Strom aus Wasserkraft. Der ist zwar teurer, aber nachhaltiger. In Zukunft möchten wir unseren Strom aus 100 Prozent regenerativen Energien beziehen. Neben der Nachhaltigkeit beschäftigt uns seit etwa zwei bis drei Jahren aber auch ein weiteres großes Thema sehr intensiv.

**Welches?**

**Stowermann:** Wir haben verstanden, dass wir ohne Mitarbeiter nichts sind. Eine tägliche Auseinandersetzung mit Potenzialen und Fehlern ist enorm wichtig geworden. Die Stimme eines jeden Mitarbeiters zählt – nur so bleiben wir innovativ und vorausschauend in Produktion und Vertrieb. Die Integration der Mitarbeiter war der größte Hebel, den wir in den vergangenen 150 Jahren in Bewegung gesetzt haben. Wir hören unserem Team zu, akzeptieren Fehler und gehen im nächsten Schritt in die Optimierung. Unsere Mitarbeiter sollen sich täglich die Frage stellen: Mache ich das, was ich jetzt gerade tue, richtig? Oder könnte ich das sogar noch besser machen? Der sogenannte „Kaizen-Effekt“ ist unser Ziel. Wir wollen also unsere bestehenden Arbeitsweisen schrittweise perfektionieren.



Lothar Strick,  
Geschäftsführer Lebo

auf kaufmännische Berufe, obwohl es auch im gewerblichen Bereich tolle Perspektiven gibt. Sie können bei uns ihr Umfeld und ihre Arbeit aktiv mitgestalten. Wir motivieren unsere Mitarbeiter, mehr Verantwortung zu übernehmen und sich fortzubilden. So möchten wir junge Fachkräfte für uns gewinnen.

**Welche Bedeutung hat der Standort Bocholt für Lebo?**

**Strick:** Der Standort hat eine sehr gute Lage, weil er infrastrukturell sehr gut eingebunden ist. Durch die Nähe zur Autobahn und zu den Niederlanden sind wir sowohl auf der Straße als auch auf dem Wasser schnell bei unseren Kunden im In- und Ausland.

**Corona macht großen Jubiläumsfeiern aktuell einen Strich durch die Rechnung. Werden Sie den runden Geburtstag trotzdem feiern?**

**Stowermann:** Auf jeden Fall! Durch Corona wurden wir zwar gebremst, doch wir waren mit unseren Planungen schon relativ weit. Eigentlich war ein Familienfest mit allen Mitarbeitern inklusive Betriebsbegehungen und einer großen Feier am Abend geplant. Außerdem wollten wir unsere Händler einladen und die 150-jährige Historie von Lebo in dem Event aufgreifen. Das wird definitiv nachgeholt. In welchem Umfang und wann, das können wir aber aktuell noch nicht sagen. Das macht die Corona-Krise leider unmöglich.

**Was wünschen Sie sich für die nächsten 150 Jahre von Lebo?**

**Stowermann:** Meine Strategie reicht leider keine 150 Jahre in die Zukunft, aber ich wünsche mir, dass wir als Vollsortimenter weiterhin ein geschätzter Lieferant für unsere Handelsfachpartner sind. Ich wünsche mir auch, dass wir mit dem uns entgegengebrachten Vertrauen weiterhin so sorgsam umgehen wie heute. Wir wollen auch künftig ein gutes Produkt herstellen, das Wiedererkennungswert in der Qualität und in der Lieferperformance hat. Außerdem sollen sowohl unsere Mitarbeiter als auch unsere Gesellschafter mit uns zufrieden sein. Denn es geht nicht nur um unsere Kunden, sondern auch um die Menschen hinter den Produkten: Ohne sie würde keine Tür unser Werk verlassen. Für sie muss es eine Perspektive im Unternehmen geben. Sie sollen gerne bei uns arbeiten und um die Zukunftschancen von Lebo wissen.

Das Interview führte  
Julia Schwietering