

Verkaufs-Exposé

PVP kurz



15.01.2026



Übersicht *Exposé*



1. Titel
2. Zusammenfassung
3. Unternehmensprofil
4. Portfolio
5. Finanzen
6. Ausblick



Titel



Seit über 30 Jahren ist die PVP ein verlässlicher Partner für Büro- und Papierprodukte, mit treuen Kunden wie Rossmann oder Müller, stabilen Umsätzen und einer schuldenfreien Bilanz.

Das Unternehmen wurde nach „der Wende“ gegründet und hat sich aus eigener Kraft zu einem modernen Anbieter entwickelt, der einen Großteil seiner Produkte selbst fertigt und Artikel über ein starkes Netzwerk bezieht.

Die Gründerin möchte ihr Lebenswerk nun aus Altersgründen übergeben.

Alle Strukturen sind auf Zukunft ausgerichtet, neue Vertriebswege begonnen und ein motiviertes Team an Bord.

PVP ist ein attraktives Mittelstandsunternehmen – keine Sanierungsaufgabe, sondern eine Gelegenheit, ein gesundes Traditionsunternehmen zu übernehmen und weiterzuführen.



Zusammenfassung



Die PVP Papierverarbeitung GmbH wurde 1992 in Penig gegründet und befindet sich im Gewerbegebiet am Zeisig im Ortsteil Wernsdorf.

Ursprünglich als Abteilung eines großen Papierverarbeitungsbetriebs gestartet, entwickelte sich die Ausgründung zu einem erfolgreichen Start-up der Nachwendezeit. Das Unternehmen hat sich von klassischen Papiererzeugnissen für den Schulbedarf hin zu einem breiteren Portfolio entwickelt, das auch Bastelbedarf und Büroschreibwaren umfasst. Über die Jahre wurden stabile Geschäftsbeziehungen mit renommierten Unternehmen aufgebaut, die zusammen mit innovativen Geschäftsmodellen eine solide Grundlage für die Zukunft in einem wettbewerbsintensiven Markt bieten.

Zusammenfassung



Die Vision von PVP ist es, weiterhin Nischenmärkte zu erschließen und das etablierte Handelsgeschäft mit Kopierpapieren auszubauen, insbesondere durch direkte Geschäftsbeziehungen mit gewerblichen Verbrauchern.

Dabei stehen Profitabilität und Qualität vor Quantität im Fokus.

Die Marke PVP wurde durch gezielte Marketingmaßnahmen und „Corporate Identity“ gestärkt und wird ab 2026 durch teilweise neu gestaltete Produkte weiter etabliert.

Die Unternehmensstruktur und Anlagentechnik wurden bereits an die neuen Anforderungen angepasst.

Unternehmensprofil



- Gründung am 07.07.1992 von Frau Gudrun Gerth, die bis dahin nach ihrem Studium der Papierverarbeitung und Verpackungstechnik als Produktionsleiterin in der Dekorpapierfabrik Penig tätig war
- Bezug des neuen Standorts 02.01.1996 (Neubau auf Gewerbefläche Wernsdorf)
- Stetige Erweiterung und Anpassung des Produktportfolios, um marktgerecht zu agieren und neue Kunden zu gewinnen
- Aufbau des Drogeriegeschäfts mit den Kunden Rossmann, Müller, Pfennigpfeiffer (heute teilw. lilapetz), Mäc Geiz sowie einige kleinere lokale Kunden
- Kontinuierliche Entwicklung des Großhandels als Kunden, PBS und alka
- Einstieg in den online-Handel mit dem Kunden Böttcher AG

Unternehmensprofil



- Das Geschäft beruht auf ca. 40% Eigenfertigung und 60% Handelsware
- Im Bereich Eigenfertigung wird mit einem Netzwerk in Deutschland und Europa gearbeitet (Lieferanten und Partner)
- Das Handelsgeschäft beruht zum großen Teil auf einem Streckengeschäft (Kopierpapiere), bei dem die Ware physisch nicht in Penig auftrifft, Kunden direkt ab Werk beliefert werden. Dieses Modell basiert auf den langjährigen und vitalen Geschäftsbeziehungen und der sehr guten Liquidität der PVP
- Wesentliche Produktgruppen sind:
 - Bürobedarf
 - Schule und Schreiben
 - Malen, Basteln und Spielen
 - Vorlagen

Unternehmensprofil



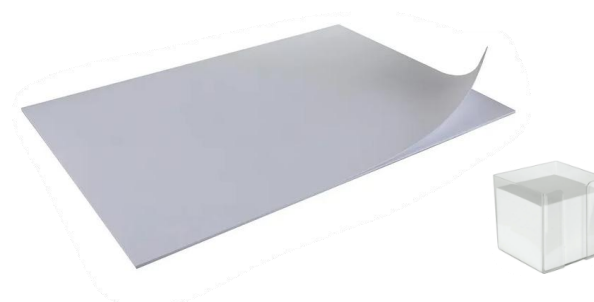
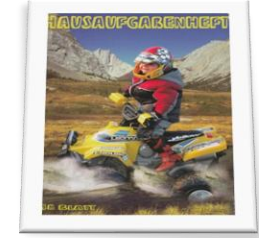
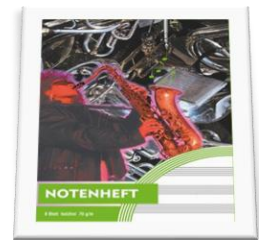
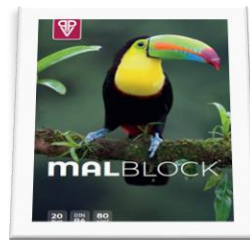
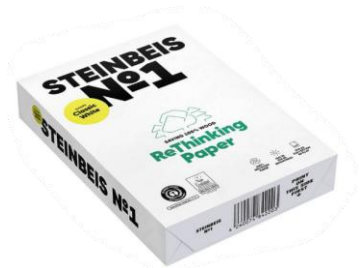
- Wettbewerber sind Unternehmen wie Brunnen und Herlitz, wenngleich sich deren Portfolio teilweise stark unterscheidet und PVP im Vergleich geringere Mengen bedient
- Für Kopierpapiere arbeitet PVP mit einigen Herstellern und Händlern, nutzt die bestehenden Geschäftsbeziehungen für den Handel
- PVP hat eine große Papier-Produktpalette, kann somit die benannten Kunden sehr gut und breit bedienen
- Weiteres Potenzial bieten neue online-Märkte, die über z.B. Amazon bedient werden sollen. Auch der Ausbau des Direktgeschäfts mit gewerblichen Kunden (Verbrauchern) und auch privaten Endverbrauchern steht im Fokus für die kommenden Monate. Erste Bemühungen sind vielversprechend angelaufen
- Neue Märkte können in Europa, speziell Österreich und Schweiz gefunden werden

Portfolio



- Hauptprodukte:
 - Kopierpapiere: ca. 60%
 - Blöcke: ca. 25%
 - Sonstiger Schulbedarf: ca. 10%
 - Vorlagen: ca. 5%
- Kundenstruktur:
 - 95% Umsatz ohne Kopierpapiere verteilen sich auf 10 Kunden, 85% auf 5 Kunden
 - In Summe werden regelmäßig ca. 50 Kunden bedient, kleinere Kunden sind vorwiegend regional

Portfolio



Portfolio



- Alleinstellungsmerkmale:
 - Mit unserem Produktportfolio bedienen wir alle relevanten Vertriebsstrukturen
 - PVP ist schnell, flexibel und kostengünstig
- Umschlag, Vorschau und Chancen:
 - Als Materialumschlag wird mit max. 12 Monaten rollierend geplant
 - Verträge mit Kunden sind i.d.R. für Jahresscheiben vereinbart (1.1.-31.12.) - bereits einige für 2026 umgesetzt
 - Warenwertbestand ist mit im Mittel 3 Monatsumsätzen veranschlagt
 - „low tech“ Papiere wurden als Marktchance identifiziert (Logistikkosten Asien zu hoch)
 - Weiter sind Verordnungen wie EUDR (EU-Entwaldungsverordnung) Faktoren, die teilweise zu Wiederlokalisierung führen
 - Eine Marktbereinigung im Sinne der Kapazitätsanpassung führt ebenso zu Chancen



Kapitalstruktur

- PVP ist als GmbH firmiert, alle Unternehmenswerte sind in dieser angelegt
- Das Unternehmen gehört zu 100% der Gründerin und Inhaberin, Frau Gudrun Gerth
- Es bestehen keine Schulden, weder auf die Liegenschaft noch auf Wirtschaftsgüter
- Alle wesentlichen Anlagegüter sind bereits voll abgeschrieben
- Die Liquidität ist mit ca. 2 Monatsumsätzen sehr gut

Ausblick



- + PVP ist ein solides, schuldenfreies Unternehmen mit Wachstumspotenzial in Nischenmärkten
- + Nach über 30 Jahren erfolgreicher Unternehmensführung möchte die Gründerin ihr Lebenswerk in gute Hände geben
- + Die Strukturen sind schlank und die Marke ist bereit für den nächsten Entwicklungsschritt, stabile Kundenbeziehungen sind vorhanden und können ausgebaut werden

