



## Einstieg

Ein reiner Katalogversender soll Interesse bekundet haben, klassische Fachhändler zu übernehmen. Unsere Anfrage wurde zwar nicht deklariert, aber auch nicht bestätigt. Offensichtlich ist der gut sortierte Fachhandel für Gastronomie- und Großkücheneinrichtung interessant für Versandhändler. Beratung scheint sehr wichtig zu sein, vor allem wenn es um Investitionsgüter geht. Dass Versandhändler den stationären Weg gehen wollen, hat auch massive Wettbewerbsgründe: Denn zahlreiche renommierte Fachhändler betreiben inzwischen eine eigene Online-Plattform und ergänzen das Vor-Ort-Geschäft um Katalogware – zum Beispiel im Bereich Tabletop (siehe Cookmax, Cent...) – und werden damit selbst zu Versendern. Unter diesem Aspekt erscheint es konsequent, dass bisher reine Versandhandelsunternehmen plötzlich in den klassischen Fachhandel einsteigen wollen.

Ralf Lang

## „Dafür investieren wir“

Mit der Neuaufstellung in den Bereichen Vertrieb und Marketing will Bartscher im Fachhandel noch mehr Präsenz zeigen und eine klare Markenstrategie fahren. Ergänzt um Investitionen im Logistik-Bereich wird der Fachhandelsumsatz im Unternehmen deutlich gestärkt.

Markus Kosfeld hat seine Marketing-Kompetenz zuletzt bei einem renommierten Markenunternehmen erworben. Dies ist kein Zufall, denn der neue Bartscher-Marketingleiter soll nun auch die bekannte Küchentechnik-Marke stärken. „In den vergangenen Jahrzehnten wurde Bartscher als preisgünstiger Vollsortimenter wahrgenommen, inzwischen ist die Marke überall im Außer-Haus-Markt präsent und steht für bezahlbare Qualität. Diese Vorzüge wollen wir nun insbesondere im Fachhandel verstärken“, erklärt Kosfeld. Dafür bereitet der Marketing-Profi zum Beispiel zahlreiche Aktionen vor.

Diese Aktionen sollen gezielt den Fachhandelsvertrieb unterstützen, wie der neue Vertriebsleiter Detlev Schlünder erklärt: „Bisher wurde im Gießkannenprinzip das komplette Sortiment über den gesamten Fachhandel beworben, hier soll jetzt stärker selektiert werden.“ Aktionen wie „Monatstreffer“ sollen beispielsweise thematisch auf Saisonartikel einstimmen. „Das werden wir in Zukunft rechtzeitig vorbe-



Neues Team, neue Anlage. Vor dem frisch installierten Paternoster-System präsentieren sich (v.r.): Bartscher-Geschäftsführer Andreas Heumüller, Marketing-Leiter Markus Kosfeld und Vertriebsleiter Detlev Schlünder.

reiten“, betont Schlünder. Hinzu kommen spezielle Vertriebsaktionen, um zum Beispiel ausgewählten Fachhändlern günstige Abverkaufsprodukte anzubieten. Anschließend werden laut Schlünder die Aktionen ausgewertet und entsprechend weiterentwickelt.

### Katalog ist die Basis

Laut Bartscher-Geschäftsführer Andreas Heumüller wird weiterhin das breite und preiswerte Einzelgeräte-Produktsortiment im Gesamtkatalog die Basis des Großhändlers bleiben. Dabei sieht Heumüller allerdings deutliche Zuwächse im Fachhandelsbereich: „Insbesondere in den höherwertigen Produkten wie Herde, Combidämpfer, Spülmaschinen und Kühltechnik verzeichnen wir ein deutliches Wachstum. Entsprechend steigen die Umsätze zugunsten des Fachhandels. Daran passen wir auch unser Sortiment und unsere Aktionen an. Inzwischen liegt der Anteil unseres Fachhandelsumsatzes deutlich über dem Marktsegment der Großvertriebsformen.“

Wichtig für die Umsetzung der Fachhandelsstrategie ist auch die Logistik. Dafür hat Bartscher gerade in ein neues Paternoster-System investiert, um den Ersatzteilversand zu verbessern und zu beschleunigen. „Diese Investitionen machen uns noch stärker zum verlässlichen Partner des Fachhandels“, sagt Heumüller. Darüber hinaus sei die Investition in den Außendienst wichtig, damit die anspruchsvolleren Produkte dem Fachhandel präsentiert werden könnten. Auch Vertriebsleiter Schlünder ist sicher: „Die Beratung durch den Außendienst wird immer wichtiger, weil die Geräte auch zum Verwendungszweck beim Kunden passen müssen.“ Für die Zukunft sieht Andreas Heumüller das Bartscher-Fachhandelsortiment gut aufgestellt. „Unsere Kunden im Außer-Haus-Markt haben einen großen Bedarf an einfacher Technik, die vom Fachhandel im Notfall schnell und kostengünstig repariert werden kann.“ Wenn sowohl der Kunde als auch der Fachhandel das mit der Marke Bartscher verbinden, ist Heumüller zufrieden: „Dafür investieren wir.“