

## Bartscher: Breite Produktpalette küchentechnischer Geräte

Seit der geschäftlichen Erweiterung in den 60er Jahren hat die **Bartscher GmbH** ihren Weg zu einem führenden Küchenausstatter – inklusive Thermik und Kühlung – konsequent ausgebaut. Seit 1978 am Standort Salzkotten ansässig, präsentiert sich das Unternehmen heute mit einer außergewöhnlich breiten Produktpalette. Beratung, Verkauf und Logistik sind auf einer Betriebsfläche von immerhin 66.000 Quadratmetern zentralisiert, die noch erhebliche Erweiterungsmöglichkeiten zulässt. In einem Interview mit der Redaktion erläutert Geschäftsführer Andreas Heumüller Konzept und Strategie.



**Geschäftsführer Andreas Heumüller:** „Der Fachhandel ist uns sehr wichtig und dieser Vertriebskanal wächst kontinuierlich.“

*Dient der großzügige Ausbau auf Ihrem Firmengelände ausschließlich dem Vertrieb? Oder produzieren Sie in Salzkotten auch küchentechnische Geräte?*

Wir sind nicht das klassische Großhandelsunternehmen, das Produkte ein- und verkauft, sondern viele Geräte werden von Vertragslieferanten, mit denen wir seit Jahren in Deutschland, Europa und Übersee zusammen arbeiten, auf exklusiver Basis für uns hergestellt. Zum Beispiel unser in der deutschen Spitzgastronomie weit verbreiteter Hi-Light-Salamander wurde auf Grund der Technologie und dessen Heizelemente entsprechend für uns geschützt. Oder die im letzten Jahr eingeführte Kochtechnik der 700er Baureihe: Diese umfasst nur in unserer Produktpalette erhältliche Elemente. Alle Geräte, die unter der Marke Bartscher in Deutsch-

land beziehungsweise Europa vertrieben werden, sind über unsere Qualitätssicherung – hinsichtlich Gebrauchsnutzen für die gastronomische und GV-Praxis sowie auf alle rechtlichen Zertifikate – eingehend geprüft.

**Effiziente Küchentechnik von Bartscher:**  
Serie 700 Classic aus robustem Chromnickelstahl 18/10 (Bild unten), neue Generation Kombidämpfer Serien BS Easy+ und CS (Bild ganz unten), Hi-Light-Salamander (Bild rechts).



*Somit stehen Sie sicher auch für die Gewährleistung!?*

Selbstverständlich. Über eine Hotline können Fachhändler und Endkunden anrufen und Details zu den Geräten erfragen, Reklamationen mitteilen oder Ersatzteile bestellen. In der Kundenwahrnehmung sind wir nicht nur Großhändler, sondern auch Partner für alle Dienstleistungen, die mit unserem Geschäft verbunden sind.

*Wie funktioniert das mit der Qualitätskontrolle, wenn Bartscher anderswo in Europa oder auch von asiatischen Partnern produzieren lässt?*

Am Anfang steht in der Regel der Produktfindungsprozess. Weltweit bereisen wir einschlägige Messen und recherchieren küchentechnische Ideen und Innovationen. Zum Teil können diese von uns so in den Vertrieb übernommen werden, zum Teil sind Änderungen erforderlich. Ist das der Fall, schlagen wir diese seitens der Qualitätssicherung vor. Das Muster wird geliefert und bei Bedarf schlägt

ein Gremium aus Mitarbeitern von Vertrieb, Technik und Einkauf notwendige Verbesserungen vor, die dann bei der Herstellung einfließen. In anderen Fällen beziehen uns bestehende Lieferanten in ihre eigene Entwicklung der Ge-

eine Input. Der andere ist: Bei der Neueinführung von Produkten im deutschen und europäischen Markt arbeiten wir mit Gastronomen zusammen, um die Anwendung neuer oder modifizierter Technik direkt in der Küche zu tes-



räte mit ein, um gemeinsam über Varianten oder Ergänzungen zu sprechen und zu entscheiden.

*Impulse kommen doch sicher auch aus dem Markt, von Kunden oder Fachhändlern?*

Wir haben sechs eigene Außendienstmitarbeiter in Deutschland, über die wir natürlich viele Informationen und Wünsche aus dem direkten Kundenkontakt und Wettbewerb bekommen: Wo entwickeln sich Trends? Das ist der

ten. Schließlich muss sich alles aus unserem Programm im Alltag bewähren. Oft erhalten wir so auch noch Informationen über spezifische Anwendungsdetails, auf die wir selbst nicht immer kommen.

*Halten Sie auf Ihrem Unternehmensgelände alle der über 1.800 Katalogprodukte vor?*

Ja, wir haben in sechs Lagerhallen mit über 9.000 Palettenstellplätzen eine Warenverfügbarkeit von deutlich mehr als 95 Prozent.

Diese ständige Verfügbarkeit ist auch mit ein Hauptgrund, warum Großkunden und Fachhändler bei Bartscher verstärkt einkaufen. Eine schnelle Lieferung beeinflusst die Kaufentscheidung positiv, denn unsere Kunden haben Gewerbeprodukte, mit denen sie Geschäfte generieren. Reparaturen oder auch Ersatzgeräte für den Notfall müssen schnell realisiert werden.

#### *Fachhändler sind Ihre Hauptkunden, oder?*

Wir beliefern keine Endkunden. Der Fachhandel ist uns sehr wichtig und dieser Vertriebskanal wächst auch kontinuierlich. Unsere Kleingeräte findet man zudem in Cash & Carry-Märkten, in denen sich unter anderem viele Imbissgastronomen bedienen. Dazu zähle ich auch Vereinsgastwirte sowie Weihnachts- und Jahrmarktbetreiber. Im Segment der Systemgastronomie sind wir in den letzten zwei Jahren stärker geworden. Bei mittleren Projekten beteiligen wir uns dort an Ausschreibungen. Bartscher ist seit zwei Jahren Mitglied im Verband der Küchenplaner. Wir sprechen hier über für uns relevante Projekte im Wert von

#### *Welche Geräte machen im Umsatz das Hauptgeschäft aus?*

Thermische Küchentechnik hat einen etwas größeren Anteil. Nach Absatzzahlen beurteilt, dominieren Kleingeräte, die ja günstiger sind.

#### *Hat der Kunde, der solche Kleingeräte im Cash & Carry einkauft, den gleichen Service wie beispielsweise ein Großkunde, wenn etwas defekt ist?*

Sowohl für die Einzelkäufer von Kleingeräten wie für unsere Fachhandelspartner regeln Serviceverträge ein klares Prozedere. Schließlich sind auch alle Kleingeräte mit dem Label Bartscher versehen. Damit übernehmen wir als renommiertes Unternehmen die komplette Verantwortung für deren einwandfreie Funktion.

#### *Mit Ihrer breit angelegten Produktpalette sprechen Sie – wie schon erwähnt – einen sehr facettenreichen Kundenkreis an. Damit dürfte Bartscher wohl führend sein in Deutschland?*

Mit unserer Sortimentsbreite sind wir Nummer eins im deutschen Markt, teilweise auch in Europa. Der Kunde benötigt zum Beispiel

oft nicht nur ein Großgerät oder unsere aktuelle Kombidämpferreihe, die mit neuen Features und einem attraktiven Design völlig überarbeitet ist, sondern vielleicht noch eine Kaffeemaschine, eine Mikrowelle oder einen Gemüseschneider. Das heißt, der Kunde kann aus verschiedenen Produktgruppen seine Lieferung zusammenstellen. Wir haben keinen Mindestbestellwert, sondern eine hohe Verfügbarkeit und eine schnelle Auftragsabwicklung. Aufträge, die an einem Werktag bis zwölf Uhr mittags eingehen, werden in Deutschland innerhalb eines Werktages an die Kunden ausgeliefert. Und Sie wissen ja selbst, dass Fachhändler vor Ort so gut wie keine Lager mehr unterhalten, sondern sie erwarten von ihren Lieferanten, dass diese schnell auf Bestellungen aus dem Gastgewerbe oder der GV reagieren können. Und das ist eine unserer zentralen Stärken. ■



#### *Wie läuft Ihr Service ab?*

Wir haben eine interne Hotline, bei der Aufträge per Telefon, E-Mail oder Telefax eingehen. Darüber hinaus arbeiten wir in Deutschland flächendeckend mit einem engmaschigen Servicenetz, das von Fachhändlern sowie von Dienstleistungspartnern betrieben wird.

#### *Schulen Sie auch Fachhändler und Servicepartner?*

Wir organisieren Hausmessen vor Ort und beteiligen uns an regionalen Messen der Partner. Produktanwendungen unter Praxisbedingungen werden in unserem neuen Schulungs- und Showraum präsentiert – und speziell mit unseren Servicepartnern führen wir kontinuierlich Kundendienstschulungen durch.

zirka 50.000 Euro. Für die Projektbearbeitung beschäftigen wir auch einen Küchenplaner, der mit entsprechender Software detaillierte Ausstattungen und Abläufe anfertigt. Das Projektgeschäft wird in den nächsten Jahren für uns einen stärkeren Schwerpunkt bilden.

#### *Insgesamt operiert Bartscher in einem anspruchsvollen Wettbewerbsfeld. Dennoch sind Sie auf der mittleren Preisschiene anzusiedeln?*

Eine breite Basis unseres Erfolgs sind gute Geräte zu vernünftigen Preisen. Sukzessive werden wir diese in allen Bereichen mit einigen höherwertigen Produkten ergänzen. Denn wir wollen den Themen Ökologie, Energieverbrauch und Effizienz vermehrt gerecht werden. So können wir noch andere Marktsegmente erschließen, die wir bisher in dieser Art noch nicht angelegt haben.