Bartscher

„Selbstverständliche Struktur“

Wie wichtig ist ein Katalog noch in Print-Form für den Fachhandel? Kurz vor dem Erscheinen des neuen Katalogs sprach GastroSpiegel mit Bartscher-Geschäftsführer Andreas Heumüller.

Lang

Andreas Heumüller, Geschäftsführer Bartscher, sieht für den Fachhandel in diesem Jahr vor allem das Thema Digitalisierung als wichtig an.

Print wirkt – das ist der alte Spruch der Zeitungsmacher. Doch ist das im digitalen Zeitalter noch gültig? Und wie wichtig ist die Print-Form zum Beispiel noch bei Katalogen im Fachhandelsmarkt? „Selbst im zunehmend digitalen Medienzeitalter ist der gute alte Katalog immer noch gefragt“, sagt Andreas Heumüller, Geschäftsführer von Bartscher. So präsentiert das Unternehmen auf 336 Seiten rechtzeitig vor der Intergastra wieder den neuen Katalog zum analogen Blättern. „Mit unserem Vollsortiment bieten wir Fachhändlern sowie Endkunden eine selbstverständliche Struktur und eine angenehme Lesbarkeit der Texte und Produktfeatures“, argumentiert Heumüller für den Erhalt der Print-Form.

Bartscher

Pünktlich zur Intergastra erscheint der neue Bartscher-Katalog 2018 – in gedruckter und digitaler Form.

Doch gleichzeitig bietet der Großhändler aus Salzkotten auch Online-Tools an, damit Fachhändler auch in diesem Medium die Katalog-Produkte finden und bestellen können: „Wir freuen uns sehr, die Marke Bartscher sowie unser umfangreiches Produkt-Sortiment auch in unserem neuen Webshop zu präsentieren. Die neue Struktur der Seite bietet eine bessere Orientierung, und mit den neuen Features wie die Produktvergleichs-Option oder die Facettensuche finden die Kunden das passende Produkt zu ihrem Bedarf.“ Sind die Artikelnummern bekannt, kann der Fachhändler für eine schnelle Auftragserfassung auch die „Quickorder-Funktion“ nutzen.

Projektgeschäft ausgebaut

Doch nicht nur im Produktbereich ist der Großhändler gut im Markt unterwegs. „Im Jahr 2017 konnten wir das Projektgeschäft weiter erfolgreich ausbauen. Diesen Trend möchten wir 2018 weiter positiv gestalten und mit unseren Thermik-Serien Fachhändler sowie Gastronomen überzeugen“, sagt Heumüller. Hinzu kommen wichtige Produkt-Ergänzungen und -Neuerungen. So wurde das Vollsortiment im neuen Katalog 2018 um weitere 100 Produkte in verschiedenen Anwendungsbereichen ergänzt.

Vergrößerter Messestand

Diese Erweiterung zeigt sich auch auf den kommenden Messen, wo eine Vielzahl an Neuprodukten vorgestellt wird. Dazu sagt Andreas Heumüller: „Wir haben auf die zunehmende Nachfrage reagiert und unseren Messestand auf der Intergastra noch einmal um 24 Quadratmeter vergrößert. Somit sind wir in der Lage Fachhändler und Gastronomen von unserem Vollsortiment sowie unseren Neuprodukten zu überzeugen und sie bestmöglich zu informieren und zu beraten.“

Wer sich vorab informieren will, findet den Neuheiten-Flyer 2018 online auf der Bartscher-Homepage als PDF-Dokument. In den kommenden Wochen und Monaten werden damit verknüpft Vertriebs- und Messe-Aktivitäten stattfinden, zu denen das Unternehmen gezielt einladen wird.

Herausforderung Digitalisierung

Das Stichwort „Digitalisierung“ hält der Bartscher-Geschäftsführer für den Fachhandel in diesem Jahr für besonders wichtig. Laut Heumüller sei es deshalb entscheidend, dass man nicht nur mit den Produkten überzeugt, sondern auch mit Dienstleitungen: „Wir bieten eine Vielzahl an digitalen Daten an – und bauen diesen Bereich auch weiter aus –, um den Fachhandel im Bereich Beratung und Vertrieb bestmöglich zu unterstützen.“

rl