Bartscher

Lang (2)

Geschäftsführer Andreas Heumüller (r.) und Marketingleiter Markus Kosfeld von Bartscher präsentieren den ersten Bauabschnitt zur Erweiterung des Geländes mit einer neuen Lagerhalle, der Vergrößerung der Laderampen sowie mit einer Einfahrt direkt von der B1.

Hoch hinaus

Mit hohen Investitionen erweitert der Gastrotechnik-Großhändler Bartscher die Lagerflächen und Büros. Damit werden die Sortimente erweitert und die Lieferfähigkeit nochmals erhöht.

Es ist beeindruckend, wie groß die Lagerflächen des Unternehmens Bartscher über die letzten 20 Jahre geworden sind – und nun werden sie nochmals deutlich vergrößert. Das Gelände in Salzkotten, das in der Nähe von Paderborn direkt an der B1 und unmittelbar an den Autobahnanschlüssen zur A44 und A33 liegt, wurde bereits vor vielen Jahren vorausschauend erschlossen und wird nun schrittweise mit zwei großen Hallen bebaut. „Wir erhalten dann auch eine komplett neue und vergrößerte Logistikrampe mit einer eigenen Zufahrt von der B1", freut sich Andreas Heumüller, Geschäftsführer Bartscher. Damit werden Anlieferung und Versand noch einmal beschleunigt.

Derzeit wird der erste Bauabschnitt abgeschlossen; eine große Halle verlängert noch einmal das schon bestehende Lager in gleicher Höhe, sodass beispielsweise Gabelstapler ohne Schwierigkeiten die langen Regale abfahren und Waren ein- oder ausräumen können. Im zweiten Bauabschnitt wird der Mittlere Teil der nun bestehenden Lagerhallen verbreitert und deutlich in der Höhe übertroffen. „Das derzeit geplante Hochregallager ist ein weiterer wichtiger Schritt in die Zukunft von Bartscher – denn damit können wir demnächst unsere Sortimente nochmals ausweiten, die Kapazität pro Produkt – wenn nötig – erhöhen und die Ersatzteilkapazität weiter verbessern", erklärt Heumüller. Nicht zuletzt werde damit auch die Lieferfähigkeit insgesamt erhöht.

Spiegel der Entwicklung

Die Erweiterungsbauten spiegeln auch die Entwicklung der vergangenen Jahre, wie der Bartscher-Geschäftsführer im Gespräch mit der Gastrospiegel-Redaktion erläutert. Zwar wuchs das Unternehmen in den vergangenen Jahren nicht rasant, aber

stetig und gewinnbringend. „Wir sind nach wie vor zufrieden mit der geschäftlichen Entwicklung – vor allem die Zusammenarbeit und die Steigerungen mit dem Fachhandel im In- und Ausland sind sehr gut. Über zwei Drittel des gesamten Umsatzes werden mittlerweile mit dem Fachhandel erzielt", analysiert Heumüller. Während daneben der Cash&Carry-Umsatz seit Jahren zurückgehe, sei insbesondere das Exportgeschäft auf mittlerweile 34 Prozent Umsatzanteil gestiegen. Besonders hebt der Geschäftsführer hervor, dass sich Gastronomie- und Großküchenprojekte mit den Bartscher-Sortimenten in der Größenordnung bis 300.000 Euro sehr gut beim Fachhandel etabliert hätten.

Katalog mit vielen Neuheiten

Rechtzeitig zur Internorga hat der Vollsortimenter aus Salzkotten auch den neuen Produkt-Katalog 2019 fertiggestellt. „Nach wie vor ist der Katalog ein wichtiges Arbeitsinstrument für unsere Händler und deren Kunden", sagt Andreas Heumüller. Mit 92 Neuprodukten habe man wieder für zahlreiche Highlights gesorgt, die dem Gastronomen die Arbeit erleichtern. Außerdem wurden im aktuellen Katalog einige Sortimente erweitert, wobei die Produktgruppen grundsätzlich gleichbleiben. Erweitert werde kurzfristig beispielsweise das Spültechniksortiment um eigene Reinigungsmittel, die in Zusammenarbeit mit einem renommierten deutschen Hersteller produziert werden. Top-Seller seien weiterhin unter anderem die Salamander, Combidämpfer und die Thermik-Serien.

Fokus weiter auf Fachhandel

Auch für die Zukunft fokussiert sich Bartscher weiter auf den Fachhandel, insbesondere auch als Partner für der Vertrieb im Bereich E-Commerce. „Wir sind im Bereich E-Commerce sehr stark im Marketing", hebt Markus Kosfeld, Marketingleiter Bartscher, hervor. Während zum einen die Platzierung der Marke Bartscher

Der erste Bauabschnitt wurde gerade abgeschlossen und das neue Lager in Betrieb genommen. Der zweite Bauabschnitt mit einer noch größeren und vor allem höheren Halle folgt in kürze.

und deren Sortimente in den Suchmaschinen stark vorangetrieben werde, habe damit andererseits auch der Fachhandel große Vorteile. Kosfeld erklärt: „Wenn Anwender über Suchmaschinen auf unsere Homepage gelangen und Produkte finden, die sie kaufen möchten, wird der Kunde über das System direkt zu unseren Fachhandelspartnern geleitet, auf deren Seite dann die Ware bestellt werden kann." Der einzelne Händler würde ansonsten in Suchmaschinen niemals auf den ersten Suchpositionen gefunden – oder er müsste sehr viel Geld für die Positionierung oder in bezahlte Anzeigen investieren. Insbesondere für steckerfertige Kleingeräte sei dies für die Bartscher-Fachhändler ein enormer Vorteil, betont Kosfeld.

Andreas Heumüller ist sehr stolz darauf, dass Bartscher seit Jahren mit dem Fachhandel weiterwachse und gleichzeitig die Qualität in allen Bereichen stärke. „Inzwischen kommen 70 Prozent der Produkte, die wir über den Fachhandel verkaufen, aus Europa – Tendenz steigend", sagt Heumüller sichtlich zufrieden. In den vergangenen Jahren habe ein großer Wandel im Unternehmen stattgefunden, der noch weitergehen soll, wie der langjährige Geschäftsführer betont: „Bei Sortimenten, Qualität, Vertrieb und Dienstleistungen sind wir heute ganz anders als vor 15 Jahre aufgestellt und werden auch so wahrgenommen - und daran werden wir weiterarbeiten." *rl*