



So soll die neue Bauxpert-Zentrale in Bad Bramstedt aussehen. Die Räume der Akademie (weiß) sind unabhängig nutzbar. ANIMATION: BAUXPERT

Mehr Leistung bieten

Bauxpert sieht den Handel gegenüber der Industrie in der Pflicht

sb./ts. – Mit dem Neubau der rund 1,6 Mio. EUR teuren Zentrale in Bad Bramstedt, die im September 2015 bezugsfertig sein soll, unterstreicht der Eurobaustoff-Gesellschafter seine ambitionierten Ziele. Bauxpert will mehr sein als strategische Allianz.

In Bad Bramstedt bewegt sich was. Genauer gesagt bewegt die ortsansässige Bauxpert-Gruppe was in der knapp 14.000 Einwohner zählenden Stadt in Schleswig-Holstein. Für rund 1,6 Mio. EUR wird eine neue Zentrale mit mehr als 1000 qm Bürofläche gebaut, die, wie Geschäftsführer **Stefan Freis** im Gespräch mit der *baustoffmarkt*-Redaktion deutlich macht, auf personellen Zuwachs ausgelegt ist. Wenn das Gebäude wie geplant im kommenden September fertig wird, steht deutlich mehr Platz zur Verfügung, als die aktuell 13 Mitarbeiter in der Zentrale benötigen. Wesentlicher Bestandteil des Neubaus wird die Akademie, die unabhängig von Geschäftszeiten der Zentrale genutzt werden kann. Zudem wird ein Rechenzentrum integriert. Mit dem Neubau der Hauptverwaltung unterstreicht die Gruppe ihre ambitionierten Ziele, die weit über das hinaus gehen, was Allianzen im Baustoffhandel oft in erster Linie im Sinn haben: Einkaufsvorteile sichern und Boni sammeln.

Bauxpert will mehr, mehr Leistung bieten – sowohl für die eigenen Gesellschafter als auch für die Industriepartner und das Handwerk. Deshalb empfindet Freis es als Geringschätzung, im Markt „nur“ als strategische Allianz wahrgenommen zu werden. Der Geschäftsführer ist überzeugt, dass der Handel gegenüber der Industrie

KOMPAKT

Bauxpert (Eigenschreibweise: bauXpert) generiert mit aktuell 24 Gesellschaftern und 36 Standorten in Norddeutschland rund 305 Mio. EUR Außenumsatz. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet der Eurobaustoff-Gesellschafter eine Umsatzsteigerung in Höhe von etwa 3,5 bis 5 %. Alle Betriebe, in der Regel Kombistandorte aus Baustoffhandel mit angeschlossenem Fachmarkt, sind inhabergeführt.

nicht ausschließlich Forderungen stellen dürfe, sondern auch messbar Leistung, etwa im Vorverkauf, erbringen müsse: „Sonst werden wir austauschbar! Wir müssen als Fachhandel unsere Funktion im Markt erfüllen und zwar sowohl zum Kunden hin, als auch zu unseren Lieferanten, wenn wir vermeiden wollen, durch Internetanbieter oder Direktvertrieb ersetzt zu werden.“

Wie mehr Leistung geht – von der alle Beteiligten auch mehr Nutzen haben –, stellt die Gruppe unter anderem mit dem Angebot „Xpert Direkt“ unter Beweis. Dahinter verbirgt sich eine professionelle Angebotsverfolgung, die von aktuell einem Mitarbeiter (mehr werden dringend gesucht) in der Zentrale betreut wird. Er telefoniert auf Wunsch hinterher, wenn im Betrieb dafür die Zeit fehlt, weil der Mitarbeiter, der das Angebot geschrieben hat, vorrangig andere Dinge zu erledigen hat. Offenbar mit Erfolg: Wie Freis berichtet, konnte die Quote, sprich abgeschlossene Geschäfte, von 5 auf rund 27 % erhöht werden. Die Dienstleistung bietet Bauxpert nicht exklusiv seinen Gesellschaftern an, sondern auch der Industrie (beispielsweise kombiniert mit Verkaufsaktionen oder der Einführung von neuen Produkten) und dem Handwerk.

Überhaupt sucht die Gruppe den engen Schulterschluss mit ihren Marktpartnern in der Region. Im Oktober startete die zunächst auf drei Jahre angelegte Kampagne „Hand in Hand mit dem Handwerk“ (wir berichteten, *baustoffmarkt* 10/14, S. 40). Bauxpert will sich damit als starker und zuverlässiger Partner des Handwerks in Norddeutschland positionieren. Wichtig dabei sei der strategische Aspekt, sagt Marketingleiter **Ersa Hogeback**. Es gebe keinen Wettbewerber, auch nicht im DIY-Handel, der eine Kampagne nur auf das Handwerk ausgerichtet fahre.

Mit Print- und Onlineanzeigen soll im ersten Schritt die Aufmerksamkeit der wichtigsten Zielgruppe (rund 80 % der Kunden sind Profi-Kunden) geweckt werden. Vor allem Onlinewerbung sei wichtig, so Hogeback, weil Handwerker das Internet inzwischen als Hauptinformationsquelle nutzen. Zudem habe eine Umfrage unter Kunden ergeben, dass nicht in erster Linie der Preis ausschlaggebend sei für eine gute Geschäftsbeziehung, sondern die Zuverlässigkeit des Handelspartners.

Wesentliches Ziel der Kampagne ist es, Profi-Kunden so eng wie möglich an Bauxpert zu binden. Unter anderem mithilfe verschiedener Dienstleistungsangebote, die Verarbeiter entlasten sollen und ihnen dabei helfen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren.

Holding kann Betriebe als Filiale führen

Ein weiteres wichtiges Thema, das Freis und Hogeback beim Redaktionsbesuch ansprachen, ist die Unternehmensnachfolge – ein Thema, das in der mittelständisch geprägten Baustoffhandelslandschaft von besonderer Bedeutung ist, weil zahlreiche Unternehmer damit hadern. Bauxpert hat auf die Problematik im Februar mit der Gründung einer Holding reagiert, die Gesellschafterbetriebe mit ungelöster Nachfolge unter bestimmten Umständen übernehmen und als Filiale weiterführen kann. Allerdings nur als Ultima Ratio, wie Stefan Freis betont. Hierfür haben die Gesellschafter eine entsprechende Andienungsvereinbarung mit der Holding abgeschlossen. Oberste Priorität habe die Nachfolge innerhalb der Familie, gefolgt von der Einsetzung eines familienfremden Geschäftsführers, gefolgt von der Übernahme durch einen Bauxpert-Gesellschafter. ■



Redaktionsbesuch (v. l.): Ersa Hogeback, bei Bauxpert für das Marketing verantwortlich, Geschäftsführer Stefan Freis. FOTO: REDAKTION/SB

Baustoffring:

Teaengeist



Als Baustoffring-Partner nutzen Sie alle Vorteile der Kooperationsmitgliedschaft und machen aus guten noch bessere Geschäfte.

**40 Jahre
Baustoffring:
Die besseren
Geschäfte**

Sie sind Baustoff-Fachhändler und wollen Erfolge und Verantwortung teilen, von der Zusammenarbeit profitieren und dabei als Unternehmer unabhängig bleiben? Dann sind Sie beim Baustoffring richtig. 2014 feiern wir 40 Jahre erfolgreiche Kooperationsarbeit. Kommen Sie mit uns ins Geschäft. Dann arbeiten und feiern wir zusammen.

Wollen Sie mehr über die besseren Geschäfte erfahren? Lernen Sie uns kennen.

Anruf genügt:

02131-511660



info@baustoffring.com