

„Unser wichtigstes Ziel ist Wachstum“

Das Fachhandelsunternehmen **Kaut-Bullinger** will wachsen und zur Umsatzmarke von 100 Millionen Euro zurückkehren, betont Holding-Geschäftsführer Robert Brech. Mit einem neuen Concession-Konzept plant man dazu auch die Rückkehr in den Einzelhandel.

Herr Brech, anhaltend hohe Preise für Rohstoffe und Energie aber auch eine hohe Inflation belasten weiterhin die deutsche Wirtschaft. Auch das Jahr 2023 verspricht somit herausfordernd zu werden. Wie ist Kaut-Bullinger vor diesem Hintergrund ins Jahr gestartet?

Sehr unterschiedlich. Im Bereich Office war der Start erfreulich, der Umsatz lag deutlich über Vorjahr und auch über dem anspruchsvollen Plan. Im Geschäftsbereich Solution musste in zwei der insgesamt vier Kernbereiche eine Beeinträchtigung in Umsatz und Rohertrag verzeichnet werden.

Die branchenbekanntesten negativen Umsatzfaktoren wie beispielsweise die signifikanten Preiserhöhungen, die hohe Inflationsrate, die generell rückläufige Umsatzentwicklung bei klassischen PBS-Sortimenten sowie die deutlichen Tarifierhöhungen konnten im Großen und Ganzen kompensiert werden. Sehr effektiv dazu beigetragen haben die schon seit längerem eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen, die Erneuerung der Systemlandschaft unter anderem mit einem neuem Warenwirtschaftssystem, selektive Kostenreduzierungen sowie im Besonderen der Umsatzanteil unserer neuen Sortimente sowie die neue Business Unit Concession, die getrennt vom normalen Geschäft und in Eigenverantwortung geführt wird.

Nach ihrer erfolgreichen Restrukturierung hat die Familie Egerer, die bislang als Minderheitsgesellschafter mit 38 Prozent am Unternehmen beteiligt war, im Oktober vergangenen Jahres die übrigen Anteile an Kaut-Bullinger übernommen. Wie läuft die Zusammenarbeit?

Von einer komplexen Struktur kommend, ist diese Übernahme durch Familie Egerer eine Wunschkonstellation, die extrem auf das Wesentliche fokussiert ist. Die aktuelle Konstellation mit noch einer Gesellschafterfamilie, dem Ruhen des Beirates sowie der direkten Kommunikation zwischen Gesellschafter und Unternehmensleitung mit sofortigen Entscheidungsmöglichkeiten hilft dem Unternehmen, mit Schnelligkeit und hierarchieflachen kurzen Wegen sich effizienter dem veränderten Markt

anzupassen. Zu Ihrer Frage direkt: Die Zusammenarbeit funktioniert reibungslos, stets zukunftsorientiert und wunderbar sachlich.

Für die nächste Phase der Neuausrichtung von Kaut-Bullinger haben Sie umfangreiche Investitionen angestoßen. Wie kommen Sie hier voran und welche Mehrwerte versprechen Sie sich hiervon?

Unser wichtigstes Ziel ist Wachstum und die Rückkehr zu der 100-Millionen-Umsatzmarke. Allen Verantwortlichen war und ist klar, dass die stringent vorgenommene Restrukturierung einen Überlebensfaktor darstellt. Das Unternehmen hat sich in seiner DNA und somit auch innerhalb der Geschäftsfeldpolitik erneuert. Auch die aufgezwungenen Preiserhöhungen und die Corona-Pandemie mit all ihren Auswirkungen hat uns nicht daran hindern können, die zuvor geplanten Investitionen umzusetzen. Ohne eine Erneuerung der alten Systeme, ohne neue Sortimente sowie die neue Business Unit Concession, die Steigerung des Onlinegeschäftes, eine Verbesserung der Logistik und wirkungsvolle Antworten auf die Digitalisierung, wäre diese ordentliche Entwicklung nicht möglich gewesen.

Mitte Februar hat Kaut-Bullinger im Rahmen eines Concession-Modells eine Kooperation mit der Modehauskette Adler gestartet. Wie genau sieht das Konzept aus und was versprechen Sie sich davon?

Kaut-Bullinger hat als erster Großhändler auf dem deutschen PBS-Markt ein neues Concession-Konzept für den deutschen



Auch für dieses Jahr hat sich Kaut-Bullinger Holding-Geschäftsführer Robert Brech ambitionierte Ziele gesetzt.



Seit Mitte Februar ist das Taufkirchner Fachhandelsunternehmen Kaut-Bullinger mit einer eigenen Fläche im Flagshipstore der Modemarkt-Kette Adler in Haibach vertreten. Weitere Flächen in Einzelhandelsgeschäften in Deutschland sollen folgen.

stationären Einzelhandel gestartet. Dazu sind wir eine Partnerschaft mit Adler, einer der führenden Textileinzelhandelsketten Deutschlands, eingegangen. Seit Februar ist Kaut-Bullinger im Adler Flagship-Store im nordbayerischen Haibach mit einer eigenen Verkaufsfläche vertreten. Auf der 33 Quadratmeter großen Fläche werden Schreibwaren, hochwertige Schreibgeräte, Papierwaren und Grußkarten, auch Modeaccessoires sowie eine Auswahl an Reiseartikeln wie Koffer und Taschen angeboten. Weiterhin in finaler Umsetzung ist ein Roll-Out im gesamten Filialnetz des Modehändlers Adler mit rund 130 Filialen. Derzeit beabsichtigen wir zudem Adler Filialen im Ausland, beginnend mit Luxemburg, auszustatten. Zeitgleich befinden wir uns großflächig mit bekannten, ausgesuchten Filialisten im stationären Einzelhandel in Verhandlung. Nach Beendi-

gung der aktuellen Pilotphase könnte die Anzahl an Verkaufsflächen im laufenden Geschäftsjahr zunächst deutschlandweit in zweistelliger Höhe wachsen. Mit dieser Initiative kehrt die Marke „Kaut-Bullinger“ ein Jahr nach der Schließung des Flagshipstores in der Münchner Rosenstraße, in völlig veränderter, neuer Konstellation, in den Einzelhandelskanal zurück. Dieses neue Konzept der Unternehmensgruppe, ist fester Bestandteil der neu ausgerichteten Geschäftsfeldpolitik im Rahmen des Restrukturierungsplans des Unternehmens und soll weiteren Umsatz generieren, der zuletzt aufgrund der Schließung der Einzelhandelsfilialen um 17 Millionen Euro auf circa 90 Millionen Euro gesunken war.

Welche weiteren Schritte haben Sie geplant, beziehungsweise welche Ziele haben Sie sich gesetzt?

Oberstes Ziel des Unternehmens bleibt es, die Rückkehr zu der bereits erwähnten Umsatzmarke von 100 Millionen Euro zu erreichen. Festgelegte Meilensteine sind der Ausbau des Geschäftsbereiches Solution, weitere Vereinfachungen der internen Geschäftsstrukturen, weitreichende Kooperationen mit vertrauensvollen, handverlesenen Partnern, der erfolgreiche Ausbau unseres neuen Geschäftsfeldes Concession, der Ausbau des vertrauensvollen Verhältnisses zu unseren geschätzten Kunden und Lieferanten sowie für unsere Mitarbeiter ein noch attraktiverer Arbeitgeber zu werden. Hierzu gehört allerdings die konsequente Fortführung aller genannten Maßnahmen, sowie eine der Marktsituation angemessene Steigerung der Mitarbeiter Produktivität.

www.kaut-bullinger.de