

Mit vielen Ideen und neuer Energie in die Zukunft

Mitte September hatte **Kaut-Bullinger** wieder zu seinem beliebten Kundentag geladen. Neben aktuellen Trends und Produkten informierte die Geschäftsführung dabei auch über die Entwicklung sowie die strategischen Themen des Taufkirchener Fachhandelsunternehmens.

Der Kaut-Bullinger Kundentag, der im zehnjährigen Rhythmus am Firmensitz des Taufkirchener Fachhandelsunternehmens stattfindet, gehört zu den festen Terminen im Branchenkalender. Nach 2021, als die Veranstaltung noch unter Corona-Bedingungen stattfand, lud das Traditionsunternehmen daher auch in diesem Jahr Kunden aus Handwerk, Industrie und öffentlicher Hand nach Taufkirchen. Bereits einen Tag vor dem Fassanstich des Oktoberfestes in München hieß es bei Kaut-Bullinger somit am 15. September „O'zapft is“.

Auf der Agenda der Veranstaltung stand aber nicht nur ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Blasmusik und bayerischen Schmankerln, sondern vor allem eine umfangreiche Ausstellung mit neuen Produkten, Anwendungsbeispielen und in-

novativen Bürolösungen. Rund 600 Kunden und somit deutlich mehr als 2019 – damals waren etwa 480 Teilnehmende zum Kundentag gekommen – folgten der Einladung nach Taufkirchen, um sich bei den rund 50 Lieferanten über die aktuellen Trends bei Bürobedarf, -technik und -möbeln zu informieren. Darüber hinaus präsentierte auch Kaut-Bullinger eine breite Palette an Artikeln seiner Eigenmarke sowie neue Zusatzsortimente, vom Reisegepäck über Grillzubehör bis hin zu praktischen Haushaltsutensilien.

Neben Information und Networking standen zudem verschiedene Live-Demonstrationen beispielsweise von einem vollständigen Workflow einer 3D-Produktionskette oder des neuen Webshops auf der Agenda. Interessierte konnten zudem einen Blick

hinter die Kulissen der Logistik in Taufkirchen werfen. Auch die Themen New Work und Nachhaltigkeit, zu denen Kaut-Bullinger neben aktuellen Lösungen für das Arbeiten zuhause und unterwegs auch sein umfangreiches Sortiment an nachhaltigen Produkten präsentierte, kamen beim diesjährigen Kundentag nicht zu kurz.

Im Rahmen der Veranstaltung gaben Kaut-Bullinger-Geschäftsführer Robert Brech sowie Rudolf Egerer als Vertreter der Inhaberfamilie auch einen Einblick in die aktuelle Geschäftsentwicklung

sowie einen Ausblick auf die strategischen Themen der kommenden Monate. Dabei ging Brech nicht zuletzt auf die beträchtlichen Herausforderungen der Corona-Pandemie sowie des Ukraine-Krieges ein. Die daraus resultierenden Lieferprobleme und Preissteigerungen hätten das Unternehmen stark belastet. Dennoch, so Brech, habe Kaut-Bullinger trotz aller Widrigkeiten Kurs gehalten und weiter strategisch investiert. Und „wir haben das gemacht, was für uns wichtig war, haben neue Sortimente ins Portfolio aufgenommen und setzen hier auch verstärkt auf unsere Eigenmarke.“ Ziel dabei sei es, künftig rund zehn bis 15 Prozent des Gesamtumsatzes mit Eigenmarken-Produkten zu erwirtschaften, so der Kaut-Bullinger-Chef.

Rückkehr in den Einzelhandelskanal

Großes Potenzial sieht Brech zudem im Concession-Geschäft, das zwar einen modifizierten Weg in den Einzelhandelskanal, keinesfalls aber die Rückkehr in den Einzelhandel darstelle. Zu Beginn des Jahres hat Kaut-Bullinger dazu eine Kooperation mit der Modemarkt-Kette Adler geschlossen und Mitte Februar in deren Flagshipstore im nordbayerischen Haibach eine erste eigene Verkaufsfläche eröffnet, auf der Schreibwaren, Geschenktaschen, Geschenkpapier und Grußkarten, Modeaccessoires, Kleinlewaren sowie Reiseartikeln wie Taschen und Koffer angeboten werden. Das Konzept scheint aufzugehen. Mittlerweile sei man in jeder der 133 Adler-Filialen – drei davon



Freuen sich über die gute Entwicklung: (v.l.) Robert Brech, Geschäftsführer von Kaut-Bullinger, Mehrheitsgesellschafter Rudolf Egerer und Daniela Bauer, Bereichsleiterin der Finanzbuchhaltung.



Rund 600 Kunden kamen zum diesjährigen Kaut-Bullinger-Kundentag nach Taufkirchen, um sich über aktuelle Trends und Lösungen fürs Büro zu informieren.

in Luxemburg – präsent und erziele einen „ordentlichen Umsatz“. Das Sortiment werde dabei spezifisch auf die Zielgruppe von Adler angepasst. Neben klassischen PBS-Produkten finde dabei vor allem das Angebot an Reiseartikeln großen Anklang bei der überwiegend weiblichen Kundschaft im gehobenen Alter. Auch künftig will man das Geschäftsmodell forcieren und hat dazu eine weitere Kooperation mit der Modekette aachener vereinbart, die einige der ehemaligen Filialen von Galeria Karstadt Kaufhof übernommen hat. An den Standorten in Saarbrücken, Nürnberg, Coburg, Frankfurt am Main und Cottbus sollen demnach vollwertige Schreibwaren-Abteilungen eingerichtet werden, die im Rahmen der Kooperation von Kaut-Bullinger mit einem breiten PBS-Sortiment bestückt werden, so Brech.

Ein Update gab der Kaut-Bullinger-Geschäftsführer zudem zum aktuellen Stand bei der Modernisierung der IT-Systemlandschaft, in die das Taufkirchener Fachhandelshaus auch in Zukunft investieren will.

Neben der bereits erfolgten Einführung eines Finanz- und Controlling- sowie eines neuen PIM-Systems, ist man in Taufkirchen gerade dabei ein neues ERP- sowie ein neues Shop-System einzuführen. „Wir wollen moderner werden und da gehört die Modernisierung unserer Systemlandschaft natürlich dazu“, betonte Brech, der in diesem Kontext auch die Zusammenarbeit mit dem neuen Eigentümer lobte. Dank der kurzen Wege zwischen Unternehmensleitung und Inhaber habe man das Thema sehr schnell auf den Weg gebracht.

Cross-Selling und Umstrukturierung

Auch vertrieblich gibt es Veränderungen: Neben dem neuen Showroom in Dreieich, von dem aus man das Rhein-Main-Gebiet erschließen will, werde man künftig verstärkt auf das Thema Cross-Selling setzen und somit das Portfolio aus dem Office- und Solution-Bereich aus einer Hand anbieten.

Um diesen Veränderungen auch personell Rechnung zu tragen, übernimmt Chief Operating Director Ralf Langheinrich künftig neben der Office-Sparte auch die Verantwortung für die Solution-Sparte.

Im Rahmen der Veranstaltung kündigte der Kaut-Bullinger-Geschäftsführer zudem eine Umstrukturierung innerhalb des Unternehmens an. Dabei werden die Bereiche Solutions, Office und Immobilien unter einem Dach verschmolzen und das Unternehmen nur noch unter „Kaut-Bullinger GmbH & Co. KG“ firmieren.

Zufrieden mit der Entwicklung zeigte sich auch Inhaber Rudolf Egerer, der erneut betonte, wie wichtig es gewesen sei, das Unternehmen in Familienhand zu halten. „Ein Verkauf hätte die Zerschlagung von Kaut-Bullinger bedeutet.“ Durch die Übernahme der Geschäftsanteile indes stehe das Unternehmen, das im kommenden Jahr sein 230-jähriges Bestehen feiere, schuldenfrei und gut gerüstet für die Zukunft da und könne die ganze „Energie wieder voll auf das operative Geschäft, unsere Kunden und die Zukunft richten.“ Das bestätigt auch Brech, der optimistisch in die Zukunft blickt. Aktuell liege man zwar leicht hinter der ambitionierten Planung, verliere aber nicht zum Vorjahr. Durch die Erweiterung des Sortimentes sowie das erfolgreiche Concession-Konzept könne man dies jedoch problemlos kompensieren und neue Impulse für die Zukunft setzen.

www.kautbullinger.de

Soziales Engagement

Sachspende für Kinder in der Ukraine

Trotz der zahlreichen Herausforderungen bleibt Kaut-Bullinger seinem sozialen Engagement treu. Um Kinder in der vom Krieg betroffenen Ukraine zu unterstützen, hat das Taufkirchener Fachhandelsunternehmen jüngst 33 Paletten an Schulmaterialien und -ausstattung, darunter Schulranzen, Schreibgeräte und Blocks, aber auch Drucker, Stühle und Konferenzraumausstattung nach Kiew geschickt. Zustande gekommen ist das Engagement nicht zuletzt durch den persönlichen Kontakt von Kaut-Bullinger-Geschäftsführer Robert Brech zum Kiewer Bürgermeister Vitali Klitschko, der sich in einem Schreiben beim Taufkirchener Fachhandelsunternehmen bedankte.



Freut sich, mit der Sachspende Kinder in der Ukraine unterstützen zu können: Kaut-Bullinger-Geschäftsführer Robert Brech