



Praxisbericht
Fackelmann



Fackelmann GmbH + Co. KG

Geschäftsbeziehungen digital: Direkter Draht zum Kleinkunden

Dank der cleveren BusinessShop-Lösung der Vernetzungsplattform Mercateo Unite können Kunden nun auch ganz einfach online auf das breite Sortiment der Profi-Küchen- und Gastrohelfer der Marke FMprofessional zugreifen.

Seit der Gründung vor knapp einhundert Jahren ist das Unternehmen Fackelmann auf stetigem Erfolgskurs. Mit Küchen- und Haushaltshelfern, klassischem Zubehör für die Gastronomie und Badezimmermöbeln hat sich Fackelmann mittlerweile auf der ganzen Welt zu einer bekannten Marke entwickelt. In der Branche für Küchenhelfer und Backformen ist das Unternehmen sogar Weltmarktführer und mittlerweile in 38 Ländern mit eigenen Handelsvertretungen und Produktions-

standorten vertreten. Für sein Wachstum setzte das Unternehmen in der Vergangenheit konsequent auf den dreistufigen Vertrieb. Doch gerade kleine Gastronomiebetriebe und die Art, wie sie ihre Bedarfe decken, stellen dieses Modell auf die Probe und Fackelmann vor eine Herausforderung.

Profi-Ausstattung für eine agile Branche

Seit wenigen Jahren entwickeln sich Foodtrucks zu umsatzstarken Anbietern in der Gastronomie. Anders als herkömmliche mobile Imbissstände pflegen die Anbieter mit ihren Foodtrucks häufig ein bestimmtes kulinarisches Thema. Hot Dogs in verschiedenen Kreationen, Tacos, Burger, Slowfood oder Hawaiianische Gerichte,

Klein, agil und sehr flexibel: Inhaber von Foodtrucks schätzen die unkomplizierte Beschaffung von hochwertigen Produkten.

Fackelmann
Unternehmen

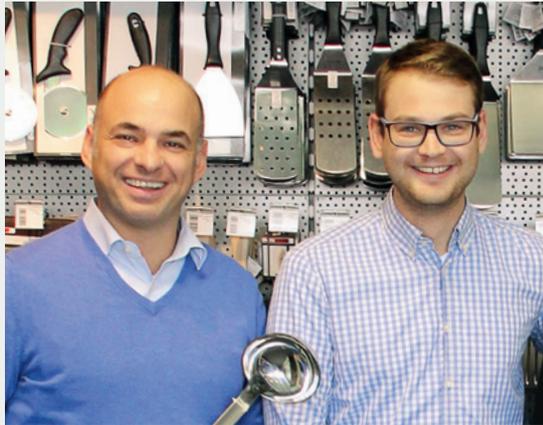
Gründung
1919

**Geschäftsführender
Gesellschafter**
Alexander Fackelmann

Mitarbeiterzahl
Weltweit: 3.500
Deutschland: 750

Jahresumsatz:
386 Mio. Euro (2017)

Website
www.fackelmann.de



Betreuen bei der Fackelmann GmbH + Co. KG den Vertrieb der Marke FMprofessional: Dirk Vroomen und Maximilian Ilg.



Mit der Marke FMprofessional stehen Gastronomie-Spezialisten hochwertige Produkte für alle Anforderungen zur Verfügung.

der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Eines eint die Foodtrucks und ihre Betreiber: Die Unternehmen beschäftigen häufig nur wenige Mitarbeiter, sind meist inhabergeführt und entsprechend klein. Größere Ketten oder Anbieter einer großen Fahrzeugflotte haben sich in der Branche der Foodtrucker noch nicht herausgebildet. Genauso robust sind daher oft die Einkaufsprozesse in diesen Betrieben gestaltet. Weil der Einkauf nicht so professionell strukturiert ist, wie in klassischen Gastronomiebetrieben und der Einkauf im Internet häufig den Besuch beim Fachhändler ergänzt, muss Fackelmann den Vertrieb seiner Produkte mit einer zusätzlichen Lösung ergänzen.

Digitale Lösungen für kleinere Unternehmen

„Einen Großteil unseres Sortiments können wir über Fachhändler vertreiben. Trotzdem wenden sich Kleinkunden direkt an uns und versuchen, Fackelmann-Produkte zu kaufen. Deren Bestellungen wirtschaftlich zu bearbeiten, ist nicht leicht“, beschreibt Dirk Vroomen, Head of CM & Business Development HoReCa, Global Head of international KAM HoReCa, bei der Fackelmann GmbH & Co. KG. Lange

hat das Unternehmen seinen Vertrieb in einem mehrstufigen Modell strukturiert, in dem die Produkte über den unternehmenseigenen Vertrieb verkauft oder Teile davon über Groß- und Fachhändler angeboten werden. Doch diese Vertriebskanäle sind nicht immer in der Lage, Kleinkunden effizient zu bedienen. Kunden einfach an Groß- oder Fachhändler zu verweisen, ist aus seiner Sicht allerdings nicht immer die beste Lösung: „Manchmal fehlt gerade unseren Kunden mit kleinen Betrieben die Möglichkeit, bei den großen Fachhändlern einzukaufen, weil sie keinen Zugang zu den klassischen Einkaufsverbänden haben.“ Dazu kommt noch eine weitere Unsicherheit: „Wenn wir einen Kunden an einen Fachhändler verweisen, können wir nicht sicher sein, dass er am Ende auch tatsächlich seinen Bedarf aus dem Fackelmann-Sortiment decken kann oder ob der Fachhändler vor Ort auch das gefragte Produkt in seinem Sortiment hat“, führt Vroomen aus.

Kleinkunden optimal versorgen

Bei jeder Anfrage durch Kleinkunden müssen sich die Mitarbeiter von Fackelmann deshalb immer wieder neu entscheiden, ob sie deren Anliegen direkt bedienen und

den direkten Kontakt pflegen oder aber ob sie auf das Netz aus Groß- und Fachhändlern verweisen. Wenn Anfragen und anschließende Bestellungen direkt bearbeitet werden, ist das für das Fackelmann-Team aufwändig. „Weil die Prozesskosten nicht durch den bestellten Warenwert gedeckt sind, steht der Service nicht immer in einem sinnvollen Kosten-Nutzen-Verhältnis“, erklärt Vroomen. Um diesen Konflikt zu lösen und gerade um dem schnell wachsenden Kleinkundensegment besseren Service bieten zu können, setzt das Unternehmen Fackelmann auf einen Business-Shop für Kleinkunden auf der Vernetzungsplattform Mercateo Unite.

BusinessShop im Kommissionsmodell

Statt einen eigenen Online-Shop für die spezielle Gruppe der Kleinkunden aufzusetzen, entschieden sich die Verantwortlichen bei Fackelmann für einen Business-Shop auf der Vernetzungsplattform Mercateo Unite. Mit dieser Lösung werden bisherige Vertriebsstrukturen ergänzt und das Unternehmen kann den Anforderungen der Kleinkunden besser gerecht werden. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war auch der Kostenfaktor für das Unternehmen: „Der Betrieb eines BusinessShops



Grillzangen, Servierbesteck und mehr können die Kunden der Fackelmann GmbH + Co. KG direkt über Mercateo Unite einkaufen.

Fackelmann GmbH + Co. KG

Das in Hersbruck bei Nürnberg ansässige Unternehmen Fackelmann ist Weltmarktführer für Küchenhelfer und Backformen. Gegründet im Jahr 1919, befindet es sich heute in der dritten Generation im Familienbesitz. Weltweit arbeiten rund 3.500 Menschen für das Unternehmen, davon 750 in Deutschland. Allein in Deutschland kann die Marke Fackelmann mehr als 80% Markenbekanntheit aufweisen. Zwei Drittel des erwirtschafteten Umsatzes werden im Ausland erzielt, der größte Teil des Umsatzes entfällt dabei auf Produkte der eigenen Marken. Mit 38 Produktions- und Vertriebsstandorten ist das Unternehmen weltweit tätig.

Ansprechpartner

Maximilian Ilg
T +49 9151 811269
maximilian.ilg@fackelmann.de

auf Unite ist wesentlich günstiger, als einen eigenen Online-Shop für diese spezielle Kundengruppe aufzusetzen“, erklärt Mitarbeiter Maximilian Ilg.

Außerdem erreicht das Unternehmen so seine Kleinkunden besser: „42 Prozent der Gastronomiebetriebe sind bereits online unterwegs, deshalb wollen wir auch online vertreten sein und unsere Kunden dort treffen, wo sie schon jetzt ihre Bedarfe decken“, erläutert Ilg. Mit einem BusinessShop auf Mercateo Unite erweitert das Unternehmen seinen Service um eine wichtige Komponente: „Mit Mercateo Unite können wir unser gesamtes Sortiment der Marke FMprofessional einfach digital abbilden und den Kunden zur Verfügung stellen“, sagt er.

Bestellungen lösen die Kunden auf Mercateo Unite aus. Auf der Vernetzungsplattform ist das gesamte Sortiment verfügbar. Die Präsentation der Produktdaten und die Preisgestaltung bleibt in der Hand von Fackelmann. Anpassungen im Sortiment können so schnell und unkompliziert vorgenommen werden. Die Bestellungen selbst werden durch den Kommissionär Mercateo ausgeführt, der die Rechnung an den Kunden in eigenem Namen, aber



„42 % der Gastronomiebetriebe sind bereits online unterwegs, deshalb wollen wir auch online vertreten sein und unsere Kunden dort treffen, wo sie schon jetzt ihre Bedarfe decken.“

Maximilian Ilg,
Category Management and
Business Development HoReCa
bei Fackelmann

auf Rechnung von Fackelmann stellt. Fackelmann zahlt bei diesem Modell nur eine geringe Kommissionsgebühr, die pro Bestellung anfällt. Dieses Konstrukt zahlt sich auch für die Kunden von Fackelmann aus, die den direkten Kontakt zum Markenhändler behalten können und gleichzeitig unkompliziert ihre Bedarfe decken können.

Ein Kanal viele Vorteile

Die Möglichkeit, mit dem BusinessShop auf Mercateo Unite das eigene Sortiment markengerecht und direkt aufbereiten zu können, bietet für Fackelmann und die Kleinkunden erhebliche Vorteile. Kunden, die über Fach- und Großhändler nicht optimal versorgt werden konnten, eröffnet sich so ein Kanal, auf dem das gesamte Sortiment der Marke FMprofessional online erreichbar ist und einfach bestellt werden kann.

Für das Unternehmen entsteht damit ein weiterer Teil für den Vertriebsmix, mit dem nicht nur die zahlreichen Kundenanfragen wirtschaftlich und schnell bearbeitet werden können, sondern auch die direkte Beziehung zu den Kunden gepflegt werden kann. Für Dirk Vroomen ein wichtiger Bestandteil, der ideal zu den Werten passt, die bei Fackelmann gelebt werden. „Partnerschaftlichkeit und Kooperation sind uns wichtig, Mercateo Unite hilft uns dabei, diese Werte mit unseren kleineren Kunden besser umsetzen zu können.“

Mercateo Unite
Sie haben Fragen?



Christian Möller
T +49 341 35 58 69 99
verkaufen@unite.eu

www.unite.eu

Unite.eu ist Europas anbieterneutrale B2B-Vernetzungsplattform aus dem Haus Mercateo.

Einkäufer, Händler, Hersteller und Dienstleister nutzen diese Infrastruktur für gemeinsame Kooperationen und digitale Transaktionen, unabhängig von ihrem bisherigen Digitalisierungsgrad. Hersteller und Händler lösen den Kanalkonflikt im mehrstufigen B2B-Vertrieb durch neue digitale Kooperationsmodelle und entsprechen so den Erwartungen der Kunden an moderne Einkaufsprozesse und Service. Neben der Vernetzungsplattform Unite.eu, die sich neutral zwischen Anbietern und Einkäufern im B2B-Bereich positioniert, betreibt Mercateo seit dem Jahr 2000 den größten B2B-Marktplatz Europas.