

### Inventurdifferenzen und Warensicherung

Baumarktartikel sind bei  
Dieben sehr beliebt

### OBI

In Brunthal (Oberbayern)  
steht jetzt der modernste  
bayerische OBI

### Maxeda Group

Ein erfolgreiches Format aus  
Belgien wurde in die Nieder-  
lande transferiert

**bauXpert**

# ALLIANZ MIT ANSPRUCH

**STEFAN FREIS,**  
Geschäftsführer bauXpert



Verlag Rudolf Müller & Co. KG · Postfach 410949 · 50869 Köln  
P 10612 PVSt Deutsche Post  
\*G10612#MA2268535-ZBH#0111\* 85  
bauXpert GmbH  
Frau Dipl.-Oec. Esra Hogeback  
Marktleiter  
Achern Dieck 9  
24576 Bad Bramstedt





Individuell geht auch: Am Standort von KremerGlismann wurde die alte Baustoffhalle zum romantisch-edlen Laden für hochwertige Saisonwaren (Weihnachtszubehör, Gartenmöbel etc.) umgemünzt.

## Allianz mit Anspruch

Gemeinsam geht es besser: Was wie eine Binsenweisheit klingt, ist für die 24 Gesellschafter der bauXpert-Gruppe längst eine Art Lebenselixier. Sie haben in ihrer Gruppe nicht nur einen eigenen Marktauftritt, nein, sogar eigenes Marketing, ein eigenes Hochleistungs-Rechenzentrum, eigenen Regionaleinkauf und – sogar Eigenmarken. Und einen Profimanager, der ihre Interessen vehement vertritt. Dabei sind alle auch Mitglieder der Eurobaustoff. Geht das zusammen? Ja, sogar gut, sagt Stefan Freis.

Seit 2007 ist der 44-jährige Manager Geschäftsführer der BZN, Bauzentren Nord, (die wiederum 1995 aus 10 ehemaligen EGN-Gesellschaftern entstanden ist, die gemeinsam in die damalige i&M wechselten). Damals sahen die Gesellschafter der jetzigen bauXpert deutlichen

Handlungsbedarf für ihre Allianz. Denn der sich verschärfende Wettbewerb, auch innerhalb der wachsenden Mutterkooperation Eurobaustoff (der man seit 2007 angehört) bescherte, so beschreibt es Stefan Freis, „auf einmal viele neue Freunde“.

Zu viele, wie mancher bauXperte

schnell feststellte. Denn auf einmal fanden sich Wettbewerber von gestern in der eigenen Gemeinschaft wieder. Mit weitreichenden Folgen: Denn auch für sie gelten die gleichen Einkaufskonditionen, Marketingtools, Vertriebslinien – zu wenig Differenzierungsmöglichkeiten, wenn man sich



Forcieren den eigenen Gruppenauftritt für die bauXperten: Stefan Freis und Marketing-Manager Esra Hogeback.



Saubere CI: Hier der Außenauftritt der bauXpert am Standort von KremerGlismann.

nur darauf verlässt. Das gilt für den Baustoff-Fachhandel ebenso wie für die immer mehr entstehenden Baumarktfächen.

Doch die Konkurrenz erwächst natürlich nicht nur aus den eigenen Reihen. Auch Großeinheiten wie Bauking, Baywa und Team AG begannen im norddeutschen Umfeld immer stärker zu akquirieren. Und auch die Marktlage beginnt sich gegen die erklärten Mittelständler zu entwickeln: Ein wachsender Umsatzanteil von Großvertriebsformen geht sicherlich damit einher, dass auch die Baumärkte die Zeichen der Zeit erkannt haben.

### Gegen die „großen Räder“

Auch die großen DIY-Namen professionalisieren ihre Baustoffhandels- und Projektgeschäfte – und bewegen sich damit im klassischen Feld der Baustoff-Mittelständler. Zumal sie über ihre Bekanntheit, die riesigen Marketingmaschinerien und natürlich ihre Einkaufsmacht über Mechanismen verfügen, die die Mittelständler langfristig auf die Verliererschiene setzen. Zumal ihre meist durchgetrimmte Organisation zusätzliche Kostenvorteile abwirft.

In diesem Wettbewerbsumfeld muss man auch als organisierter Baustoffhändler eine klare Entscheidung treffen, wie

christmasworld

28. 1. – 1. 2. 2011  
The World of Event Decoration

Festliche Vielfalt,  
die verzaubert.

Bringen Sie neuen Glanz und noch mehr Fantasie in Ihr Sortiment. Auf der Christmasworld – der Weltleitmesse für festliche Dekoration – finden Sie ein einzigartiges Angebot an Produkten, Neuheiten und Trends für alle stimmungsvollen Anlässe des Jahres.

Telefon +49 69 75 75 - 199 30 • [christmasworld@messefrankfurt.com](mailto:christmasworld@messefrankfurt.com)  
Jetzt Karten bestellen unter [www.christmasworld.messefrankfurt.com](http://www.christmasworld.messefrankfurt.com)



messe frankfurt



DAS INTERVIEW mit Stefan Freis, Geschäftsführer bauXpert

„Wir sind integraler Bestandteil, aber auch kritischer Begleiter“

**bmm** Herr Freis, die bauXpert schneidet fast alle Leistungen individuell für ihre Gesellschafter zu. Brauchen Sie da noch eine Dachkooperation, sprich Eurobaustoff?

**Stefan Freis:** Ja, wir sehen uns als integralen Bestandteil der Eurobaustoff und nutzen die große Gemeinschaft. Es gibt Kernleistungen der Kooperation, die für uns unverzichtbar sind. Aber wir sind auch kritische Begleiter der Kooperation.

**bmm** Nennen Sie doch für Letzteres mal ein Beispiel ...?

**Stefan Freis:** Nehmen wir doch mal die aktuelle Kampagne „Wir sind Modernisierer“. Die ist wirklich gut, aber eben nicht individuell. Das Problem ist, dass wir in der wachsenden Kooperation zunehmend unsere Hauptwettbewerber als Kooperationspartner wiederfinden. Das bedeutet oft, dass wir mit den gleichen Produkten zu gleichen Einkaufskonditionen mit den gleichen Marketingtools um dieselben Kunden kämpfen. Dann bleibt uns nur noch der Preis zu Lasten der Marge als Wettbewerbsparameter. Da brauchten wir mehr Abgrenzungsmöglichkeiten innerhalb der Kooperation, und ich sage dabei deutlich innerhalb der Kooperation und abgestimmt mit der Kooperation.

**bmm** Was schätzen Sie am „Mutterschiff“?

**Stefan Freis:** Natürlich kann die Eurobaustoff sehr vieles sehr gut – das unverzichtbare Basispaket wie den Einkauf im Großen, Zentralfakturierung, Bürgschaftsabsicherung, die Bau-



Stefan Freis

stein- und Sortimentsentwicklung. Nochmals: Hier sind wir solidarisch und erfüllen alle notwendigen Anforderungen. Aber wir geben auch viel zurück: Man darf nicht unterschätzen, dass wir durch unsere Einkaufskooperation aktiv an der Steigerung der Konzentrationsrate innerhalb der Kooperation arbeiten, letztlich sind 90% der bauXpert-Listungen Eurobaustoff-Lieferanten. Auch werden wir durch unsere straffe Organisation für die Eurobaustoff „führbarer“ und im offenen Dialog berechenbarer.

**bmm** Was wünschen Sie sich von Bad Nauheim?

**Stefan Freis:** Ein großer Wunsch ist schon in Erfüllung gegangen: Seit letztem Jahr führen wir regelmäßige, vertrauensvolle und konstruktive Gespräche auf allen Ebenen, das freut mich wirklich. Ich kann mir gut vorstellen, dass sich die Eurobaustoff zukünftig auch mehr als Vermittlungsplattform für Gesellschaftergruppen betätigt, nehmen Sie z.B. Marketingdienstleistungen; ich kann mir ohne Probleme vorstellen, mit den gleichen zentral entwickelten Maßnahmen und Werkzeugen zu arbeiten wie z.B. Gruppen aus dem Rheinland – gleichzeitig könnte sich vielleicht unser regionaler Kooperationskollege gut vorstellen, zentral entwickelte Konzepte z.B. mit einer Gruppe aus Bayern zu teilen. Hauptsache, wir haben klare Differenzierung im regionalen Markt. Da sähe ich echtes Potential...

Das Interview führte Jörn Brüningholt

man sich positioniert. Stefan Freis: „Da gibt's eigentlich nur wenige Handlungsoptionen.“

Man kann in eine Nische schrumpfen, hoffen, irgendwann übernommen zu werden oder den Laden einfach dicht machen. Oder aber man nimmt die Herausforderung an und beginnt, sich auch in den geänderten Marktbedingungen so zu positionieren, dass Umsatz wie Ertrag auf Dauer gesichert sind und gleichzeitig der Unternehmenswert steigt.“

Hätten sich die „bauXperten“ an diesem wichtigen Wendepunkt für erstere Varianten entschieden, wäre die Geschichte an dieser Stelle zu Ende und bauXpert wäre längst irgendwo im Portfolio einer CRH o.Ä. gelandet. Doch man nahm den

Kampf auf – und setzte seinerseits auf Gemeinschaft(en).

Zum 1.1.2007 wurde die Bauzentren Nord GmbH zunächst einmal Gesellschafter der Eurobaustoff. Doch die Beteiligten wünschen sich – siehe oben – ein Engagement, was über die reine Einkaufsallianz hinausgeht – und das auf regionaler Ebene.

Die Idee einer gemeinsamen Dachmarke und der Betrieb einer echten Systemzentrale – nur für die überschaubare Gemeinschaft der bauXperten – wird geboren.

**Profi benötigt**

Schnell wurde allerdings klar, dass die Führung eines solchen Brückenkop-

fes nicht mehr aus den Reihen der Gesellschafter bewältigt werden kann – hier musste ein Organisationsprofi mit Visionen her.

Und den haben die Gesellschafter in Stefan Freis gefunden. Denn der bringt aus seiner Vita schon reichlich Führungserfahrung in einer heiß umkämpften (sprich: Büroartikel-)Branche mit. Und noch wichtiger: Der Mann hat Ideen und den Drive, diese zügig umzusetzen.

Was seitdem passiert ist, liest sich dann auch in der Tat wie ein mustergültiger Business-Plan. Ging es ursprünglich nur um die mehr oder weniger verbindliche Mengenbündelung im Einkauf, hat die kleine schlagkräftige Truppe um Stefan Freis heute über die Handlungsfelder Ver-

**Zur Person**

**Stefan Freis**, geb. 25.12.1966

Nach dem Studium der Betriebswirtschaft an der Universität Hamburg als Werkstudent der Reemtsma Cigarettenfabriken begann Freis als Marketing- und Vertriebsleiter eines namhaften Herstellers von Büroartikeln in Hamburg. 1997 wechselte er als Bereichsleiter und Geschäftsführender Prokurist zu einem der größten Bürofachhändler Deutschlands. Nach 6 Monaten übernahm er dort die Alleingeschäftsführung und wurde in die Geschäftsführung des Mutterkonzerns, der deutschen Landesgesellschaft des amerikanischen Bürobedarfs-Globals Corporate Express berufen.

Nach Übernahme der amerikanischen Muttergesellschaft durch einen niederländischen Wettbewerber wechselte Freis im Jahr 2000 in den Vorstand von Spicers Ltd., eines europäisch agierenden Grossisten für Büroartikel. Hier war er verantwortlich für den erfolgreichen Aufbau des ersten Systemgroßhandels im deutschsprachigen Raum. 2004 übernahm er die Geschäftsführung einer mittelständischen Unternehmensgruppe im Bereich der Personaldienstleistung, bevor er als Geschäftsführer Unternehmensgruppe Nord zu einem der führenden deutschen Möbelfilialisten wechselte. Seit April 2007 steuert er als Geschäftsführer der Zentrale den Aufbau der bauXpert-Gruppe.

Familienstand: verheiratet

Hobbys: Reiten (Spring und Jagd), Alpinski

triebsstärkung und geschlossenes Auftreten hinaus einen ganzen Strauß weiterer Service- und Dienstleistungen etabliert, deren Erfolg sich deutlich in den Zahlen sehen lässt.

**Beeindruckende Zahlen**

Die 24 Gesellschafter mit derzeit 33 Standorten haben 2010 einen Außenumsatz von rund 263,4 Mio. Euro generiert – ein organisches Plus gegenüber dem Vorjahr von immerhin 5,3%, trotz eines massiven „Durchhängers“ im Frühjahr. Mit einem Einkaufsvolumen von rd. 145 Mio. € über Eurobaustoff und knapp 80 Mio. Euro über eigene Listungen erreicht man eine gesamte Konzentrationsrate von 70% (VJ 67%).

Beeindruckende Zahlen, die auch die Industrie sympathisierend zur Kenntnis nimmt. „Unsere Partner arbeiten gern mit uns zusammen und wir arbeiten gern mit unseren Partnern“, so Freis.

Vier Säulen macht der zielstrebige Manager heute für die rasante Entwicklung der bauXpert-Gruppe verantwortlich – und

Thermovlies – Das energetische Innenwandsystem zum Energiesparen und Wohlfühlen.

Besuchen Sie uns auf der Messe

heimtextil

12. - 15. Januar 2011  
in Frankfurt am Main  
Halle 3.1 / Stand D71

messe frankfurt



- Bis zu 65 % schnelleres Wohlfühlklima, dadurch maximal 36 % Heizenergieeinsparung
- Schimmelpräventiv
- Rissüberbrückend
- Atmungsaktiv und feuchtigkeitsregulierend
- Allergiker geeignet

Heizkosten senken ist das aktuelle Thema. Mit dem neuen Energiespar-Innenwandsystem „ERFURT-KlimaTec Thermovlies“ können Sie jetzt Ihren Kunden die energetische Lösung bieten, in den eigenen vier Wänden kostenbewusst aktiv zu werden.

Das Wirkprinzip ist einfach: KlimaTec Thermovlies entkoppelt den trägen Kältespeicher „Wand“ vom Raum. Dadurch steht die maximale Wärme dem Aufheizen der Raumluft zur Verfügung und die persönliche Wohlfühltemperatur stellt sich sehr schnell ein. So werden Räume bis zu 65 % schneller erwärmt – und das mit geringerem Energieeinsatz.

Im Markt sorgen die hochwertig gestalteten Displays sowie die umfangreichen Vkf- und Werbemaßnahmen für Ihren schnellen Verkaufserfolg.

ERFURT – das Beste für Ihre Kunden und Ihren Umsatz.



INTERNET [www.erfurt-klimatec.com](http://www.erfurt-klimatec.com)

...mit Energiesparrechner!

Erfurt & Sohn KG  
Hugo-Erfurt-Straße 1  
42399 Wuppertal  
Tel.: +49 202 61 10-0  
Fax: +49 202 61 10-89451

E-Mail: [info@erfurt.com](mailto:info@erfurt.com)  
Internet: [www.erfurt.com](http://www.erfurt.com)  
Serviceline:  
+49 202 61 10-375







Gut sortierte Baumarktplächen gehören natürlich zum Konzept – hier hilft natürlich die Kooperation in Bad Nauheim mit.



Neueste Serviceleistungen sind implementiert.



Bei HZF auf der Insel Fehmarn sieht man, wie hochwertig die Präsentation sein kann und soll.



Auch der Baustoffhandel wird nicht vernachlässigt.

man sieht schnell, dass dies über die ursprüngliche Konzeption hinausgeht:

1. Einkaufsoptimierung
2. Vertriebsstärkung
3. Prozess(kosten)-Optimierung
4. Management/Strategieentwicklung

„Wichtig ist bei allen Maßnahmen, dass wir so lokal wie nötig, aber gleichzeitig so zentral wie möglich agieren“, zeigt Freis die wichtigste Maxime auf. „Hier entsteht quasi eine Art Franchise-System – mit dem Unterschied, dass hier die Systemzentrale den Franchisenehmern gehört.“

In Sachen Einkaufsoptimierung geht man in der Zentrale in Bad Bramstedt nördlich von Hamburg zwar eigene Wege, bleibt aber gleichzeitig dem Mutterschiff Eurobaustoff treu – zwei Drittel des Einkaufsumsatzes werden über die Eurobaustoff abgewickelt, mit rd. 145 Mio. Euro ist man dabei unter den TOP 5 der Kooperation, gleichzeitig größter Zentrallagerkunde im Norden. Darauf legt man Wert – denn es soll klar sein, dass man hier mit und nicht gegeneinander arbeitet.

Doch während Bad Nauheim dem Außenprofil seiner Gesellschafter traditionell

viel Freiheit lässt bzw. eine gemeinsame Dachmarke nur eher zögerlich entwickelt (und auch nicht als echte Vertriebslinie), betreibt die bauXpert, die sich traditionell im Norden/Nordosten der Republik angesiedelt hat und dies auch bleiben will, zügigen Imageaufbau.

Und da kann der auswärtige Betrachter oft nur staunen, was hier in nicht einmal drei Jahren entstanden ist. Zunächst einmal eine komplette, zeitgemäße und griffige CI. Und da ziehen die Gesellschafter mit: 24 Standorte wurden innerhalb von 18 Monaten voll umgestellt, vier weitere sind derzeit im Umbauprozess, die weiteren werden – bis auf eine ständige und vereinbarte Ausnahme – im Laufe des Jahres 2011 folgen.

Doch bloßer Außenauftritt ist nicht mehr als reine Hülle – deshalb wird die Marke bauXpert zügig aufgeladen und mit Inhalt gefüllt. „Die Klammer für gemeinsame Werte“, heißt das offiziell.

Und die Inhalte können sich ebenfalls – für einen Regionalisten – mehr als sehen lassen. Allein die Marketingmaßnahmen sorgen für hohen Bekanntheitsgrad.

Das geht von eigenen Kundenzeitschriften über Beilagen bis hin zu viralem Marketing mit Videopodcast, einem eigenen Erkennungssong und sogar einem eigenen Bier in trendiger Bügelflasche, das bei Veranstaltungen „eingesetzt“ werden kann. Auftritte auf Messen wie der Nordbau sind ebenso gesetzt wie attraktive Veranstaltungen an den Standorten.

#### Schulung auf allen Ebenen

Mittelständler können sich im Kampf um den Markt nur mit Dienstleistung und hundertprozentiger, partnerschaftlicher, Kundenorientierung behaupten, und da geht es natürlich um bestens ausgebildetes Personal. Freis betont: „Hier liegt einer der wesentlichen Schwerpunkte im Konzept der bauXpert: Mitarbeiterschulung auf allen Ebenen. Die bauXpert betreibt hierfür seit Ende 2008 die XpertAkademie. Allein für den Winterblock 2010/2011 gab es 380 Anmeldungen zu den 2-tägigen Seminaren. „Wir legen Wert darauf, dass Mitarbeiter unterschiedlicher Gesellschafterhäuser in den Seminaren zusammenkommen. Die XpertWerkstatt dockt daran an:

In diesen moderierten Führungsworkshops für die Unternehmer werden nicht nur Unternehmensleitlinien entwickelt, auch Vertriebsstrategien oder Key-Account-Konzepte werden gemeinsam erarbeitet.

Letzteres ist wichtig – denn ein zentrales Key-Account-Management befindet sich ebenfalls derzeit in der Planung – mit klar definierten Zielgruppen von Bauunternehmern über Kommunen bis zu Projektentwicklern.

Nicht zu vergessen das Thema Prozesskosten: Hier hat die bauXpert am Zentralstandort Bad Bramstedt innerhalb von neun Monaten ein eigenes Hochleistungs-Rechenzentrum aufgebaut und ans Netz genommen, in das allein für die Hardware bislang rund ein halbe Mio. Euro investiert wurde. Doch das Einsparpotential ist enorm: Neben einheitlicher Warenwirtschaft und Fibu laufen hier Datensicherung, Archivierung, die gesamte Kommunikationspalette und sogar ein zentrales Stammdatenmanagement. Bereits im Laufe dieses Jahres werden über das Rechenzentrum auch mandantenübergreifende Logistikprozesse möglich sein.

Fazit: Diese Allianz hat weit mehr in Petto als noch ein paar zusätzliche Konditionsprozentpunkte herauszukitzeln.

Sie nutzt die Vorteile gemeinsamen Handels ganz klar gegen eine ganze Reihe von Widrigkeiten, die der Markt, aber auch die spezielle Wettbewerbssituation bringt. Und das zügig und stringent.

Von ihr, für diese Voraussage benötigt man wohl kaum große seherische Fähigkeiten, wird man künftig noch einiges hören ...

# coming home ambiente

11. – 15. 2. 2011

## Seien Sie dabei.

Denn hier finden Sie das weltweit größte und internationalste Konsumgüterangebot. Und alles, was Ihr Sortiment das ganze Jahr umsatzstark macht. Entdecken Sie Produkte, Trends und Innovationen. Ordern Sie in den Weltleitmessens Dining, Giving und Living, was Ihre Kunden begeistern wird. Willkommen zur Ambiente.

Schauen Sie jetzt rein.  
Alle Infos und Eintrittskarten unter  
[www.ambiente.messefrankfurt.com](http://www.ambiente.messefrankfurt.com)

