

# „Nur in einer Einkaufsgemeinschaft überlebt der PC-Fachhändler“

**MÜNCHEN:** Um die „Einzelkämpfer im PC-Handel“ wirbt die Bielefelder PC-Handelskette pc.spezialist mit einem gestaffelten Einkaufsprogramm „Welcom“. Die Ziele sind hoch gesteckt: Innerhalb der nächsten zwei Jahre sollen 130 Händler im „Welcom“-Boot Platz nehmen.

Daß es gerade jetzt an der Zeit ist, mit dem Welcom-Programm Fachhändler in die umsatzstarke PC-Handelskette zu holen, ist für die Bielefelder ausgemacht. Mit einer Marktuntersuchung, wonach drei von fünf PC-Einzelhändler innerhalb von drei Jahren wieder aufgeben mußten, untermauern sie ihr Konzept. „Gerade jetzt, da der PC-Massenmarkt den Einzelhändler auszubooten droht, da Kunden fast ausschließlich über den Preis kaufen, ist unser Programm interessant“, wirbt Dirk Niederhaus, frisch gekürter Key Account Manager bei pc.spezialist, für das dreistufige Einkaufskonzept für PC-Fachhändler.

- Zielgruppe sind:
- EK-Partner, also reine PC-Händler,
  - EK-Sys-Partner, also Systemhäuser und
  - sogenannte Stützpunkthändler, die größere PC-Läden in Städten ab zirka 70.000 Einwohner betreiben.

Das nahgesteckte große Ziel des bisher als Franchise-Anbieter agierenden Unternehmens: Innerhalb des nächsten Jahres sollen 120 Händler in die Absatz- und Marketinggemeinschaft eintreten; und langfristig „wollen wir wie im Franchise-Bereich den gesamten Markt abdecken“, so kündigt Niederhaus an.



Andre Flottmann, Geschäftsführer von pc.spezialist, möchte bonitätsstarke Händler gewinnen. Die Crux dabei: Diese sind oft bereits an andere Einkaufsgemeinschaften gebunden.

Den Hintergrund der gerade in Angriff genommenen Aquisitionsbemühungen bildet für die Bielefelder die Logistik, die sie in den letzten drei Jahren für die mittlerweile 49 Franchisenehmer entwickelt haben. Mit diesen machte das Unternehmen 1994 292 Millionen Mark Umsatz und verkaufte nach eigenen Angaben etwa 70.000 PCs.

So faßt Andre Flottmann, Geschäftsführer bei pc.spezialist, auch beide Aspekte des Fachhändler-Programms ins Auge, wenn er erklärt: „Wir bieten den Fachhändlern die Vorteile des Gruppeneinkaufs und gemeinsamen Marketings; für Distributoren und Hersteller vergeben wir einen komplett strukturierten Vertriebskanal.“

Was die Bielefelder PC-Händlern anbieten, sieht im Detail so aus: Das erste Welcom-Paket, quasi als Einstieg gedacht, zielt auf den PC-Einzelhändler ab. Dieser soll gegen

eine monatliche Zahlung von 480 Mark „in gesicherte Handelsspannen von zirka 25 Prozent vordringen können, um nicht weiterhin als Einzelkämpfer für seinen mageren Gewinn bis zum Umfallen arbeiten zu müssen“, erklärt Niederhaus.

Vor dem Einstieg wartet allerdings ein Prüfung auf den Händler: pc.spezialist checkt ihn hinsichtlich Bonität, Standort und Marktchancen durch. In nackten Zahlen heißt das, der Händler muß in absehbarer Zeit etwa zwei Millionen Umsatz jährlich machen können beziehungsweise in einer Nische Erfolg haben. Hat der Händler den Check erfolgreich bestanden, kann er ab sofort seine Bestellungen bei den etwa 70 Lieferanten tätigen, mit denen die Bielefelder Einkaufskonditionen zu Gruppenbedingungen ausgehandelt haben. „Er wird bei diesen Lieferanten freigeschaltet und kann seine Ware ohne langwierige Preisverhandlungen ordern“, zeigt

Manager Niederhaus das Procedere auf.

Dafür, daß der EK-Partner die Waren zu Einkaufspreisen erhält, mit denen er auch gegen Retailer konkurrieren kann, bürgen die Bielefelder. Als Hauptgründe werden das Fehlen einer zentralen Logistik und die ausgehandelten Konditionen genannt. „Wir liegen bei EK-Preisen um acht bis zehn Prozent unter denen von Vobis-Händlern“, versichert Flottmann.

Realisiert wird dies durch tägliche Faxlisten mit sogenannten „Bottom-Preisen“. Die gehen an die Händler, und die ordern ihre Ware bei den Lieferanten über Key-Account Manager. „Das erspart dem Händler viel Zeit und Geld bei Auswahl und Verhandlung. Er kann sich auf sein Geschäft konzentrieren“, erklärt Niederhaus. Gezahlt wird die geordnete Ware mittels der in Einkaufsgemeinschaften üblichen Zentralregulierung, wobei gegenüber den Lieferanten eine Bank das Delcrederisiko übernimmt. Das Zahlungsziel wird mit 30 Tagen angegeben. So sollen für den Händler zwei wesentliche Aspekte der Wertschöpfungskette gesichert werden: Relativ geringe finanzielle Vorverpflichtung und die Möglichkeit eines

schnellen Abverkaufs und beschleunigter Lagerumdrehung.

Mit dem zweiten Welcom-Programmpunkt zielt pc.spezialist auf Systemhäuser ab, also „Profis im

Einzelhandel und Systemgeschäft“, so Niederhaus. Diese erhalten zusätzlich zu den EK-Leistungen eine Lotus-Notes-Datenbank, in die täglich online „die aktuellen Angebote der Anbieter eingepflegt werden“, erläutert Niederhaus. Damit sollen Händler ihre Reaktion auf aktuelle Angebote erhöhen können und nach den Vorstellungen der Bielefelder außerdem im Lösungsbereich „eine ausgewogene

Mehrpreispolitik betreiben. Denn gerade hier wird bekanntlich nicht über Hard- und Software das Geld verdient, sondern über die Dienstleistungen“, erklärt Geschäftsführer Flottmann.

Daß man in diesem Zusammenhang auch über das derzeit hochgehandelte Firmen-Leasing nachgedacht hat, verschweigt Flottmann nicht: „Das Konzept ist bereits verabschiedet und wir gehen im Sommer damit auf den Markt“, kündigt er an.

Zusätzlich enthält das EK-Sys-Pro-

gramm die Möglichkeit, branchenspezifische Schulungen, Seminare und Workshops zu vergünstigten Tarifen zu besuchen. „In diesem Bereich wird häufig gespart, obwohl man beispielsweise mit guten Kenntnissen bei Vertrieb oder Beratung den Erfolg augenscheinlich steigern kann“, preist Niederhaus die Offerte an. Für das Gesamtpaket werden dem Händler monatlich 980 Mark plus 100 Mark für die Notes-Pflege berechnet.

Für Stützpunkthändler hält das Bielefelder Unternehmen die dritte Paketparat. Dieses umfaßt neben den Paketen 1 und 2 vor allem Marketing und Präsentation. Die Konditionen für den Händler, der diese wahrnehmen will, besteht unter anderem darin, daß „seine räumliche Nähe greift und er erfolgreich ist“, so Flottmann. Dann erhält er das ganze Bündel, „das seinen regionalen Auftritt und Erfolg umfassend sichern soll“, umreißt Manager Niederhaus das Ziel



Laut Manager Dirk Niederhaus sollen mit dem Welcom-Programm im ersten Jahr zirka 120 Händler gewonnen werden.

dieses Pakets. So kann der Stützpunkthändler, dem Gebietsschutz zugesichert wird, mit dem Logo und den CI-Farben von pc.spezialist auftreten und lokal werben. Entsprechende Utensilien wie Reklameschild und Präsentationsmittel erhält er. Außerdem wird er in die überregionalen Werbemaßnahmen von pc.spezialist namentlich eingebunden. Er wird als Händler in den monatlichen Flyern genannt, mit denen pc.spezialist nach eigenen Angaben monatlich zirka eine Million Kunden erreicht. „Für professionel-

les Marketing haben diese Händler keine Zeit./Es ist aber wichtig, gegenüber großen Retailern mit professioneller Anmutung aufzutreten, da Kunden darüber entscheiden, zu welchem Händler sie gehen“, begründet Flottmann die Maßnahme.

Schließlich sieht das Maßnahmenbündel spezifische Beratung bei der Ladeneinrichtung vor, damit der Händler „auch diese Investitionen gezielt vornehmen kann, ohne selbst Spezialist sein zu müssen“, berichtet Flottmann. Das Programm kostet monatlich 1.520 Mark; dazu kommt eine jährliche Marketingpauschale von 1.200 Mark.

Auf der CeBIT will pc.spezialist sein Welcom-Programm der Öffentlichkeit vorstellen und ab dann aktiv akquirieren. Bis dahin kann Flottmann vielleicht auch die einzige Tatsache zum Besseren gewendet haben, die ihm jetzt noch Sorgen bereitet. Nämlich die, daß gerade viele bonitätsstarke Händler bereits vertraglich an andere Einkaufsgemeinschaften gebunden sind. Für Flottmann ist das gewiß kein Zufall, „denn deren Bonität beruht ja nicht zuletzt auf der Einkaufsgemeinschaft“, gibt er zu bedenken.

Allerdings sorgen besagte Einkaufsgemeinschaften nicht zuletzt durch Wettbewerbsausschluß und langfristige Kündigungsklauseln dafür, daß ein Händler nicht von einem Tag auf den anderen die Einkaufsgemeinschaft verlassen und sich der am günstigsten erscheinenden Gemeinschaft anschließen kann. Dennoch zeigt sich Flottmann davon überzeugt, daß sich das Konzept seines Unternehmens durchsetzen wird. „Wir bieten ein Programm an, das Händlern realistische Möglichkeiten gibt, gutes Geld im hart umkämpften PC-Markt zu machen. Wenn einer sich einmal in das System eingeklinkt hat, zieht es ihn hoch“, ist er sich sicher. (wl) ■

Artikel	techn. Daten	CE ?	EK (+/-)
* HDD 1 GB Seagate ST51080A AT 10.5	inkl. AT-Kabel f. 2HDD-75cm,Y-Kabel	ja	-10,00
HDD 1 GB Seagate ST51080A AT 10.5	inkl. AT-Kabel f. 2HDD-75cm,Y-Kabel	ja	-3,00
HDD 1 GB Seagate ST51080A AT 10.5	inkl. AT-Kabel f. 2HDD-75cm,Y-Kabel	ja	-3,00
* HDD 1 GB Seagate ST51080N SCSI 12	SCSI 2, 12ms	ja	-2,00
HDD 1 GB WD AC21000 AT-BUS 10ms	enh. IDE, 10ms, 64 KB	ja	-10,00
HDD 1 GB WD AC21000 AT-BUS 10ms	enh. IDE, 10ms, 64 KB	ja	-15,00
HDD 1,08 GB AT IDE	enh. IDE, 10ms, 64 KB	ja	-19,00
* HDD 1.3 GB Conner CFS 1275A	enh. IDE, 15ms, 64 KB	ja	-10,00
HDD 1.3 GB Conner CFS 1275A	enh. IDE, 15ms, 64 KB	ja	-6,00
HDD 1.3 GB IBM DJAA 31270 12ms	enh. IDE, 12ms	ja	-11,00
HDD 1.3 GB Quantum Fireball 1280AT	Ware knapp - enh. IDE, 12ms	ja	-6,00
HDD 1.3 GB Samsung PLS 31274A 11ms	enh. IDE, 11ms,1274 MB, 256KB Cache,	ja	-16,00
* HDD 1.3 GB Seagate ST51270A "Media	enh. IDE, 12ms, 5400 U/min.	ja	-4,00
HDD 1.6 GB Conner CFS 1621A 12ms	enh. IDE, 12ms	ja	-11,00
HDD 1.6 GB Conner CFS 1621A 12ms	enh. IDE, 12ms	ja	-0,00
HDD 1.6 GB Maxtor 71626 11 ms	enh. IDE, 11ms	ja	-3,00
HDD 1.6 GB Maxtor 71626 11 ms	enh. IDE, 11ms	ja	-6,00
HDD 1.6 GB Maxtor 71626 11 ms	enh. IDE, 11ms	ja	-4,00
HDD 1.6 GB NEC D3747 11ms	enh. IDE, 11ms	ja	-16,00
* HDD 1.6 GB NEC D3847 11ms SCSI	SCSI 2, 11ms	ja	-5,00
HDD 1.6 GB WD AC 31600 enh. 9ms	enh. IDE, 9ms 128KB Cache	ja	-14,00

Über Lotus Notes können Händler online aktuelle Angebote ordern.