



Bereits einen Tag vor dem Anstich des weltberühmten Oktoberfestes in München zelebrierte Kaut-Bullinger seinen eigenen Fassanstich „O zapft is“ für die Gäste des traditionellen Kundentages.

## Unternehmen richtet Blick auf künftige Vorhaben

Über 900 Personen zählte der Kaut-Bullinger Kundentag 2023 in Taufkirchen, die dabei nicht nur mit bayrischen Schmankerln, sondern auch mit den neuesten Produkten, Anwendungsbeispielen und innovativen Bürolösungen aus der PBS-Branche verwöhnt wurden.

Zuletzt 2021 unter Corona-Bedingungen ausgerichtet, fand am 15. September 2023 wieder ein Kundentag bei Kaut-Bullinger im gewohnten zweijährigen Rhythmus statt. Das Kernziel ist geblieben: Die Interaktion zwischen Kunden\*innen, Lieferanten und der Vertriebsmannschaft von Kaut-Bullinger zu intensivieren. Renommierte Industriepartner präsentierten ihre Produkte und Lösungen, wobei die Zahl der Teilnehmenden mit knapp 900 Personen (480 Teilnehmende in 2021) den Erfolg des Events unterstreichen. Rund 50 Lieferanten stellten wieder persönlich vor Ort ihre Lösungen fürs Büro vor. Darüber hinaus präsentierte Kaut-Bullinger eine beeindruckende Artikelauswahl seiner Eigenmarke sowie neue Zusatzsortimente wie Grillzubehör, Reisegepäck und praktische Haushaltsartikel.

Neben dem Networking standen Live-Demonstrationen eines vollständigen Workflows einer 3-D-Produktionskette, ein neuer Webshop und ein Blick hinter die Kulissen der Logistik auf der Agenda in Taufkirchen. Zusätzlich zu den

nachhaltigen PBS-Produkten zeigte Kaut-Bullinger E-Autos und E-Tankstelle-Konzepte. Das Thema New Work fehlte ebenso wenig wie aktuelle Lösungen zu Homeoffice, Gesundheit sowie Hygiene. Das Event wurde abgerundet durch ein stimmungsvolles bayerisches Ambiente - mit Blasmusik, Ochsenbraten und dem traditionellen Fassanstich.

Die jüngste Zeit stellte Kaut-Bullinger vor beträchtliche Herausforderungen wie die COVID-19-Pandemie oder die Auswirkungen des Ukrainekrieges. „Die daraus resultierenden Lieferkettenprobleme und Preiserhöhungen haben uns stark belastet“, sagte Robert Brech, CEO von Kaut-Bullinger. Dennoch betonte er, dass das Unternehmen trotz aller Widrigkeiten seinen Kurs



Kaut-Bullinger Kundentag 2023 (v.l.): Daniela Bauer (Bereichsleiterin der Finanzbuchhaltung), Robert Brech, Geschäftsführer von Kaut-Bullinger und Rudolf Egerer (Mehrheitsgesellschafter)



Kaut-Bullinger präsentiert eine Auswahl an neuen Zusatzsortimenten wie u. a. Grillzubehör, Reisegepäck oder Haushaltsartikel.



Große Aufmerksamkeit schenken die Besucher\*innen den Vorführungen in der 3-D-Abteilung.

halte und weiterhin strategisch investiere. „Wir haben unser Sortiment erheblich erweitert und setzen dabei verstärkt auf unsere Eigenmarke. Unser Ziel ist es, damit zehn Prozent des Gesamtumsatzes zu generieren“, betonte Robert Brech im Zuge einer Pressekonferenz.

Das Concession-Geschäftsmodell hebt Robert Brech dabei als besonderen Wachstumstreiber hervor. Schon im Frühjahr dieses Jahres ging Kaut-Bullinger eine Partnerschaft mit der Modekette Adler in Haibach ein. Inzwischen sind die Taufkirchner in allen 133 Adler-Fillialen präsent - wobei drei davon in Luxemburg liegen. Das Sortiment werde spezifisch an die Zielgruppe angepasst. Besonders das Angebot rund um Reiseutensilien finde bei dem überwiegend weiblichen Kundenkreis großen Anklang.

Kaut-Bullinger habe eine weitere Kooperationsvereinbarung in Form eines Concession-Geschäfts mit der Mode-

kette Aachener getroffen. Diese sieht vor, dass Kaut-Bullinger einige der ehemaligen Filialen von Galeria (Kaufhof/Karstadt), die nun unter der Flagge der Aachener Modekette laufen, mit einem breiten PBS-Sortiment bestücken wird. In naher Zukunft werden daher an folgenden Standorten vollwertige Schreibwaren-Abteilungen eingerichtet: Saarbrücken (vormals Kaufhof), Nürnberg (Karstadt), Coburg (Kaufhof), Frankfurt am Main (Karstadt) und Cottbus (Kaufhof).

„Der Einzelhandelskanal von Kaut-Bullinger erfährt somit ein Revival, allerdings in einer Konstellation, die die PBS-Branche bisher nicht kennt. Während das Personal von der Aachener Modekette gestellt wird, liegt alles andere in unserer Hand. Diesen Ansatz werden wir weiter vertiefen, um den allgemeinen Kostenerhöhungen entgegenzuwirken (wie beispielsweise Branchenumsatzrückgang von sechs Prozent, Preiserhöhungen von ungefähr 1,55 Prozent und einer Inflationsrate von rund neun Prozent, zuzüglich bereits festgelegter Tarifsteigerungen). Es ist unser Ziel, diese Entwicklungen nachhaltig zu kompensieren“, erklärte Robert Brech. Geplant sei weiterhin eine eigene Businessunit für das Concession-Geschäft aufzubauen, die rund 15 Prozent des Gesamtumsatzes generieren soll.

Mit einer Investition von über einer Million Euro in die IT-Modernisierung, ein-

schließlich einem neuen Webshop und einem ERP-System, will sich Kaut-Bullinger zukunftsfähig positionieren. Eine Umstrukturierung innerhalb des Unternehmens kündigte Robert Brech ebenfalls an. So werden die Bereiche Office, Solution und Immobilien künftig unter einem Dach verschmelzen: die „Kaut-Bullinger GmbH und Co., GmbH und Co. KG.“ wird dann einfach nur noch „Kaut-Bullinger GmbH & Co. KG“ heißen.

Rudolf Egerer, Inhaber von Kaut-Bullinger, unterstrich die Bedeutung der Unternehmenswerte. Er betonte, wie entscheidend es gewesen sei, das Unternehmen in Familienhand zu halten: „Ein Verkauf hätte die Zerschlagung von Kaut-Bullinger bedeutet“, sagt er. Heute stehe das Unternehmen, das in 2024 übrigens sein 230-jähriges Bestehen feiere, schuldenfrei da.

Kaut-Bullinger bleibe seinem sozialen Engagement trotz aller Herausforderungen in den vergangenen Jahren treu. Eine kürzliche Sachspendenaktion für Kinder in der Ukraine wurde vom Kiewer Bürgermeister Vitaliy Klitschko in einem Schreiben persönlich gewürdigt.

Zum Abschluss der Pressekonferenz äußerte Robert Brech seinen optimistischen Blick in die Zukunft und betonte das Ziel des Unternehmens, sich weiterhin in den Bereichen Logistik und IT zu entwickeln.

[www.kautbullinger.de](http://www.kautbullinger.de)