

Die VFG ist ein Verbund mittelständischer Grosshändler aus den Bereichen Farben und Lacke, Tapeten, Bodenbeläge und Werkzeuge. Sie wurde 1967 in Köln unter dem Namen Vereinigter Farbengrosshandel eGmbH gegründet und domizilierte zunächst in Krefeld (bei Prinzenberg), dann in Düsseldorf, dann in Hilden und seit September 2009 an ihrem Gründungsort Köln.



Back to the roots: VFG-Geschäftsstelle jetzt in Köln. Neu: ein Fachmarktkonzept

Heute stehen die Buchstaben VFG für Verbund Farbe und Gestaltung GmbH. Sie hat sich als unabhängiger Verbund meist freier Farbengrosshändler erfolgreich am Markt etabliert. Mit 45 Mitgliedern und rund 180 Distributionspunkten, über 160 Lieferanten und einem Aussenumsatz von ca. 400 Mio. Euro sieht sich die VFG als die führende Kooperation des Farbengrosshandels in Europa. In 2008 konnte ein Umsatzzuwachs von 26 Prozent erzielt werden. Der Leistungsumfang umfasst längst mehr als Farbe:

- Dispersions- und Lacksysteme mit der dazugehörigen Mischtechnologie
- Bodenprodukte (inkl. Laminatbeläge)
- Wandbeläge
- Werkzeuge, Pinselsortimente und Farbwalzen
- Malerbekleidung
- Holzschutzprogramm
- Kreative Techniken

Die Redaktion OBJEKT hat sich die neuen Räumlichkeiten in Köln angesehen und mit VFG-Geschäftsführer Uwe Bergmann gesprochen (Auszug aus dem Gespräch):

Redaktion: Mussten Sie aufgrund der



Gespräch in der neuen Geschäftsstelle der VFG in Köln (von links): OBJEKT-Redakteur Thomas Ottaviano und VFG-Geschäftsführer Uwe Bergmann.

Wirtschaftskrise Einsparungen vornehmen?

Uwe Bergmann: Ja und Nein. Jedes Unternehmen, das betriebswirtschaftlich geführt wird, muss jedes Jahr alle Kosten auf den Prüfstand stellen. Wir haben damit nicht erst jetzt, sondern schon viel früher angefangen. Das betrifft die Personalkosten, die Budgetkosten, den Marketingetat für die Marke »setta«, bis hin zu Leasingverträgen. Wir haben alle Kosten durchgeprüft und optimiert.

Redaktion: Wie würden Sie Ihr Selbstverständnis definieren?

Bergmann: Wir sehen uns als Interessen-

vertreter unserer Gesellschafter, aber auch als Makler der Interessen zwischen Lieferanten und Grosshändlern.

Redaktion: Als Bonus-Sammelverein würden Sie sich also nicht bezeichnen?

Bergmann: Nein. Das mag bei der Gründung vor 43 Jahren durchaus eine Rolle gespielt haben, aber die Zeiten haben sich geändert.

Anmerkung der Redaktion: Auf der Homepage der VFG liest sich das so: »Gemeinsam sind wir stark: Die VFG verbessert die finanzielle Position aller Mitglieder. Wir bündeln die Nachfrage, um durch gesteigerte Abnahme bessere

In diesem Gebäudekomplex ist seit September 2009 auch die Geschäftsstelle der VFG untergebracht.

Preise zu erzielen: mit Rahmenvereinbarungen, Rabatten und Boni. Die Vorteile dieser starken Partnerschaft: projektbezogene Sammeleinkäufe und die VFG-Rahmenverträge mit fast allen relevanten, namhaften Marken-Herstellern. Das Ergebnis: Unsere Mitglieder verbessern ihre Erträge und sind wettbewerbsfähiger, indem sie kostengünstiger anbieten können.«

Eigenmarke »setta«

Die VFG hat tatsächlich mit »setta« eine Eigenmarke, die von 37 Gesellschaftern geführt wird. Bemühen wir noch einmal das Internet für das VFG-Selbstverständnis dieser Marke:

»Die Maler-Marke »setta« ist unsere hochwertige Verbandsmarke für höchste Ansprüche und einem herausragenden Preis/Qualitäts-Verhältnis. Mit dem »setta«-Vollsortiment stösst die Kreativität an keine Grenzen. Das liegt zum einen an der Breite und Tiefe im Sortiment: Ein aussergewöhnliches Mixprogramm mit vielen produkttechnischen Besonderheiten hält nahezu 200 000 Farbvarianten bereit. Das liegt aber auch am Systemgedanken: Die einzelnen Produkte sind präzise aufeinander abgestimmt und ergänzen sich optimal.

Dazu kommt eine Beratungs- und Vertriebskonzeption, die ganz auf den professionellen Verarbeiter zugeschnitten ist. Unsere Produktmanager entwickeln in enger Zusammenarbeit mit den VFG-Mitgliedern gezielt Problemlösungen, die



einzigartig im gesamten Markt sind: ein echtes Alleinstellungsmerkmal.

»setta« wird mit einer professionellen Markenstrategie und umfangreichen bundesweiten Marketing-Aktivitäten im Markt unterstützt. Diese Positionierung und der hohe Bekanntheitsgrad sorgen für einen leichteren Abverkauf der »setta«-Produkte.«

Kennzeichen einer Marke ist unter anderem, dass sie in vielen Verkaufsstellen flächendeckend anzutreffen ist. Und da die VFG-Gesellschafter das Bundesgebiet nicht total abdecken, hat man für die weissen Flecken auf der Landkarte Partner gesucht und gefunden, die »setta« vertreiben, obwohl sie nicht VFG-Gesellschafter sind. Das ist eine sehr vernünftige Regelung.

Neu ist ein Fachmarktkonzept

Die VFG hat ein Fachmarktkonzept entwickelt. Uwe Bergmann erklärt, warum: »Es gibt Leute, die wollen etwas Hoch-

wertiges haben. Und wo bekommen die das? Früher gab es einen Farbeinzelhandel. Heute gibt es Baumärkte, die das Hochwertige nicht so im Fokus haben, und Beratung haben die auch nicht im Fokus. Viele haben schon Probleme, die Mischmaschine zu bedienen. Und da ist eine Kundenschicht, die nicht die Rolle Tapeten für 9,90 Euro kaufen will, die was Exklusives haben will. Und wo bekommt die heute das?

Und da haben wir gesagt, wir müssen ein Fachmarktkonzept machen. Fachmarkt nicht im Sinne von billig, also nicht wie »Wohnen und Sparen«. Wir stellen uns eine Ausstellungsfläche vor, wo die Produkte auch in der Anwendung zu sehen sind, also Kojen, wo man zum Beispiel sehen kann »So könnte mein Wohnzimmer aussehen« oder »So könnte mein Schlafzimmer aussehen«. Da kann man sich Anregungen holen. Da redet keiner mehr von neun Euro neunzig.

Und dieses Fachmarktkonzept haben wir bereits entwickelt, und damit werden wir, wenn es gut geht, noch in diesem Jahr starten. Und dann glauben wir, dass wir mit diesem Konzept innerhalb unseres Gesellschafterkreises weitere Interessenten finden, die das dann bundesweit aufziehen.«

Sobald der erste Fachmarkt eröffnet ist, werden wir darüber in OBJEKT berichten. ■

Schlau-Handwerkermarkt

Neueröffnung in Hannover

Der neue Anlaufpunkt für Fussboden-Verleger und Malerbetriebe: Ende September fand die Eröffnung des neuen Schlau-Handwerkermarktes in Hannover, ZeiBstrasse 9, statt. Im Vorfeld wurde die Immobilie des ehemaligen Grosshändlers M & D innen und aussen aufwendig modernisiert. Die Gesamtinvestitionssumme betrug über 3 Mio. Euro.

Insgesamt betreuen fünf Aussendienstmitarbeiter die Region Hannover und bieten

folgende Sortimente vorrätig: Laminat, Teppichböden, PVC-Beläge, grosses Angebot an Leisten und Schienen, Farben, Mischsysteme, Werkzeuge sowie diverses Zubehör.

Der neue Schlau-Handwerkermarkt in Hannover bietet alle Voraussetzungen, um »dem Handwerker aus der Region« beste Voraussetzungen für seinen Erfolg zu schaffen. Das gelingt zum einen durch eine riesige Auswahl an Qualitäts-Profimarken, sofortige Verfügbarkeit durch sehr gute Logi-

stik, und zum anderen durch überzeugenden Service und das professionelle Know-how der Mitarbeiter vor Ort. Das kompetente Profi-Team informiert und berät in angenehmer Atmosphäre über Produktneuheiten, Anwendungsgebiete und Qualitäten.

Über Schlau:

Schlau ist einer der führenden Grosshandelspartner für Malerbetriebe und Fach-Einzelhändler aus ganz Deutschland. Als innovatives Grosshandelsunternehmen präsentiert man dabei ein äusserst breitgefächertes Sortiment an Farben, Tapeten und Boden-

belägen. Weitere erfolgreich tätige Handwerkermärkte betreibt Schlau ausserdem in Porta Westfalica, Minden, Bielefeld, Brandenburg, Magdeburg, Braunschweig, Leipzig, Dresden, Hamburg, Ostrau, Rosengarten und Sulingen. ■

