

Garant Gruppe, Rheda-Wiedenbrück | ABK-Verband, Gütersloh

# „Die Kooperation ist die richtige Zukunftsplattform“

Vor einem Jahr gaben die Garant Gruppe und der ABK Einkaufsverband ihre Kooperationspläne bekannt, am 1. Januar 2022 trat ein entsprechender Vertrag in Kraft. Im Haustex-Interview erklären ABK-Geschäftsführer Thomas Fehr und Stefan Wieselhuber, Verbandsleiter Garant Gutes Schlafen, wie nah die beiden Verbände bereits zusammengedrückt sind und wie die weiteren Schritte der Partnerschaft aussehen sollen.

**Haustex:** Der Kooperationsvertrag ist seit einem halben Jahr unterschrieben: Wie entwickelt sich die Zusammenarbeit der Garant Gruppe und des ABK Einkaufsverbands – läuft alles nach Plan?

**Thomas Fehr:** Wir nehmen uns ganz bewusst drei Jahre Zeit für die Kooperation, um in Ruhe einen Punkt nach dem anderen abzarbeiten. Wichtig ist uns dabei vor allem, dass wir unsere Händler, sowohl auf Seiten des ABK als auch der Garant Gruppe in den Prozess integrieren. Einen wichtigen Schritt sind wir auf der ABK Tagung im Herbst 2021 gegangen, auf der sich 90 Prozent der Gesellschafter für die Kooperation ausgesprochen haben. Zu den Dingen, die nun anstehen, gehört beispielsweise der Bereich Sortimentsgestaltung. Auch die Abgrenzung der Marken oder das Vertragsmanagement mit den Lieferanten sind wichtige Themen.

**Haustex:** Ab dem 1. Juli 2022 sollte die Zentralregulierung komplett in Garant-Hände übergehen. Wie sieht es damit aus?

**Stefan Wieselhuber:** Wir haben den Start noch einmal um ein halbes Jahr nach hinten verlegt. Dahinter stehen allein praktische Gründe. Wir haben festgestellt, dass es in beiden Verbänden doch sehr unterschiedliche Konditionsmodelle und Abrechnungsmethoden gibt. Diese unterjährig umzustellen, wäre deutlich komplizierter gewesen als zum Jahreswechsel einen klaren Cut zu machen. Ab dem 1. Januar 2023 wird dann



**Thomas Fehr (l.)** leitet seit 2008 den ABK Einkaufsverband als Geschäftsführer, **Stefan Wieselhuber** ist seit 2015 bei der Garant Gruppe und hat im Mai 2022 die Leitung des Spezialverbandes Garant Gutes Schlafen übernommen.

die Zentralregulierung auch für die ABK-Händler über die Garant Gruppe laufen.

**Haustex:** In welcher Weise nehmen Sie Ihre Gesellschafter in dem Entwicklungsprozess mit ins Boot?

**Fehr:** Vor allem durch intensive Kommunikation und Transparenz. Zudem wa-

ren wir sowohl auf der ABK Open Home im Januar als auch auf der ABK Open im Juni in Bad Salzuflen mit einem gemeinsamen Dienstleistungsstand präsent.

**Wieselhuber:** Zukünftig werden wir von der Garant Gruppe auch bei den Händlern vor Ort präsent sein und ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen.

**Haustex:** Gibt es auch ABK-Händler, bei denen Sie noch Überzeugungsarbeit leisten müssen?

**Fehr:** Ja, aber wir sind guter Dinge, dass wir die sehr wenigen Händler, die noch unsicher sind, in den nächsten Wochen davon überzeugen können, dass eine Bündelung der Vorteile beider Verbände auch für sie die richtige Zukunftsplattform ist.

**Wieselhuber:** Auf der ABK Open konnten wir viele offene Fragen klären. Die gemeinsame Fläche haben wir genutzt, um die jeweiligen Stärken der Verbände zu demonstrieren. Auf Seiten des ABK zählt dazu ganz klar die besondere Detailliebe in der Produktentwicklung. Bei der Garant Gruppe sind der Dienstleistungs- und Marketingbereich besonders ausgeprägt. Hier sehe ich bereits jetzt ein enormes Interesse der ABK-Händler. Ich bin mir daher sicher, dass wir gemeinsam die verbliebenen, noch unentschlossenen Händler, von unserem gemeinsamen Leistungsportfolio und der Perspektive bei Garant überzeugen und letzte Restzweifel beseitigen können.

**Haustex:** Über welche Dienstleistungen sprechen wir da im Einzelnen?

**Wieselhuber:** Das Dienstleistungsangebot der Garant Gruppe setzt sich aus mehreren Bausteinen zusammen. Einer davon ist die Unterstützung der Händler im Bereich Marketing, von der klassischen Printwerbung über Content für sämtliche Social Media Kanäle, Online-Prospektverteilung bis hin zu Themen wie Ladenbau und Fassadengestaltung. Der zweite Bereich ist das Thema Finanzdienstleistungen. Die Händler haben die Möglichkeit, über die Garant Gruppe Finanzierungen abzuwickeln, Betriebsvergleiche anzustellen, oder auch einen neutralen Versicherungs- und Altersvorsorge-Check zu machen. Weitere Punkte sind die Personalentwicklung und Nachwuchsförderung. Wir haben mittlerweile drei Junioren-Gruppen, eine vierte ist aktuell in Arbeit. Das heißt, wir steigen auch stark in das Thema Nachwuchsförderung ein – das ist unsere Zukunft. Zudem bieten wir über die Garant Akademie zahlreiche →



Den Liegesimulator der Garant-Eigenmarke Notturmo gibt es seitens des Verbandes mit einem interessanten Finanzierungs- und Subventionsmodell.



Die Verbandseigenmarken Aamu, Royal Dream, Notturmo, Aventura und Morgana stehen nun nahezu allen Partnern zur Verfügung.



Auf der ABK Open informierten Garant-Mitglieder und ABK-Gesellschafter sich gemeinsam über Neuheiten der Eigenmarken und Dienstleistungen beider Verbände.

Erfarungsgruppen und Schulungsmaßnahmen an.

**Haustex:** *Wie intensiv wird das Angebot von den ABK-Händlern genutzt?*

**Fehr:** Die Zahl nimmt kontinuierlich zu. Aktuell ist vor allem im Bereich Digitalmarketing schon ein großer Teil unserer Händler dabei. Das Schulungsangebot wird ebenfalls schon angenommen. Aber das Prozedere gilt natürlich auch umgekehrt. Wir haben als ABK ja auch einen Dienstleistungsbereich, der für die Garant-Händler offensteht. Zu den Angeboten gehören etwa der Digitale POS, ABK TV oder die Unterstützung bei der Erstellung eines Online-Shops. Unter dem Strich werfen beide Verbände ihre Stärken in eine Waagschale. Das gilt übrigens nicht nur für die Dienstleistungen, sondern auch für die jeweiligen Verbandsmarken.

**Haustex:** *Die Eigenmarken Royal Dream und Aventura auf Seiten des ABK sowie Aamu, Morgana und Notturmo von Garant Gutes Schlafen werden aktuell aber noch getrennt voneinander vermarktet. Wie geht es hier weiter?*

**Fehr:** Natürlich müssen wir uns überlegen, wie wir in Zukunft mit unseren fünf

Marken umgehen. Wir werden diese einer intensiven inhaltlichen Revision unterziehen, um dann gemeinsam mit unseren Händlern eine Entscheidung zu fällen. Denn generell gilt: In unsere Kernsortimente wird nur aufgenommen, was die Händler ausgesucht haben. Diese Aufgabe steht jetzt an und wir sind zuversichtlich, dass wir bereits im November auf der ABK Open Home neue, auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtete Markenauftritte haben werden.

**Haustex:** *Auf der ABK Open im Juni hatten Sie sich auf einer optisch noch getrennten Fläche präsentiert...*

**Wieselhuber:** Richtig. Es war uns wichtig, den Händlern in beiden Verbänden zu zeigen, dass wir nichts übers Knie brechen. Darüber hinaus sollten sie aber auch die Gelegenheit bekommen, die Produkte des jeweils anderen Verbands kennenzulernen und das jeweilige Potenzial zu entdecken.

**Fehr:** Tatsächlich gibt es ja auch einige Unterschiede zwischen den beiden Verbänden. Fakt ist: Unsere Gesellschafter müssen sich in dem Bereich Schlafraumgestaltung weiterentwickeln. Denn in einer ganzheitlichen Schlafraumberatung liegt enormes Zukunftspotenzial. Auf der anderen Seite können die Garant Händler über unsere modische Kompetenz dazugewinnen. Bis zum November werden wir, wie bereits gesagt, versuchen, daraus ein stimmiges Gesamtbild zu entwickeln.

**Haustex:** *Somit ist die ABK Open Home im Herbst der nächste wichtige Termin auf dem Weg zu Ihrer Kooperation?*

**Fehr:** Genau. Wir werden das Forum nutzen, um die nächsten Schritte der Zusam-

menarbeit zu dokumentieren und den Händlern ihre Fragen nicht nur zum Markenportfolio, sondern auch zur Preisgestaltung zu beantworten.

**Wieselhuber:** Für uns bietet sich das Datum zusätzlich an, da im November ja traditionell das Garant Partnerforum stattfindet.

**Haustex:** *Und auch da stehen in diesem Jahr einige Veränderungen an.*

**Wieselhuber:** Das ist korrekt. Aufgrund der Größe, die wir als Garant Gruppe im Bettenbereich erreicht haben, haben wir entschieden, 2022 eine Spezialmesse anzubieten. Das heißt, es wird kein klassisches Partnerforum in Rheda-Wiedenbrück mit allen Sortimentsbereichen geben. Stattdessen gliedern wir den Bereich Schlafen aus und präsentieren ihn unter dem Titel „Garant Partnerforum meets ABK Open Home“ in Bad Salzuflen. Dort wird die Garant Gruppe den Bereich Schlafraum Möbel und Schlafsysteme abdecken und der ABK den kompletten modischen Bereich und die Weißware. Zudem werden wir die neuen gemeinsamen Marketingaktivitäten in Print und Digital, bzw. auch unsere Produktneuheiten vorstellen.

**Haustex:** *Außerdem planen Sie ein Zusatzprogramm?*

**Wieselhuber:** Es wird am Vortag der ABK Open Home mit einem Pre-Opening für die ABK-Gesellschafter und die Garant-Mitglieder in Bad Salzuflen beginnen. Anschließend geht es mit Shuttle-Bussen nach Bielefeld ins „Glück und Seligkeit“, zur gemeinsamen Messeparty.

**Haustex:** *Neues gibt es in der Garant Gruppe auch in anderen Bereichen. Kürzlich ist*



Der ABK Future Store setzte auf der ABK Open das Thema Nachhaltigkeit eindrucksvoll in Szene.

**„ABK und Garant haben die Verpflichtung, die Entwicklung nachhaltiger Konzepte voranzutreiben.“**

(Stefan Wieselhuber und Thomas Fehr)



In gemeinsamer Gremiumsarbeit werden für die Gesellschafter und Mitglieder ausgezeichnete Produkte entwickelt.

der Verband mit einer digitalen Plattform an den Start gegangen. Was verbirgt sich dahinter?

**Wieselhuber:** Das Format nennt sich Partnerportal und wird seit Ende Februar von allen Händlern genutzt. Die Grundlage bildet das Garant Extranet, das wir weiterentwickelt und deutlich modernisiert haben. Über das Portal können permanent aktuelle Preislisten abgerufen und die Zentralregulierung bearbeitet werden. Darüber hinaus stellt es eine umfangreiche Bilddatenbank zur Verfügung, aus der die Nutzer sich frei bedienen können, sowie einen integrierten Webshop, über den Dienstleistungen gebucht werden können. Natürlich stellen wir hierin auch laufend aktuelle News zur Verfügung. Über den integrierten Bonusrechner haben die Händler ihre Boni-Situation stets im Blick und können zur Erreichung der nächsten Bonusstufe bei Bedarf ihre Einkaufsaktivitäten anpassen. Somit haben die Partner alles transparent im Blick und können alle Inhalte einfach nachvollziehen.

**Haustex:** Der Handel muss für die Zukunft deutlich nachhaltiger agieren. Gibt

**„Wir werden die ABK Open Home im November nutzen, um die nächsten Schritte der Zusammenarbeit zu dokumentieren.“**

(Thomas Fehr)

es Pläne, das Thema gemeinsam zu spielen?

**Fehr:** Ein gutes Stichwort ist hier die Green Corner, eine zusätzliche Standfläche auf der diesjährigen ABK Open, die inhaltlich vom Beirat des ABK Future Stores konzipiert wurde. Wir sehen beim Thema Nachhaltigkeit großen Nachholbedarf im Handel. Wir haben uns deshalb entschieden, den Begriff Nachhaltigkeit in der Green Corner grundlegend zu erklären, unterstützt von zahlreichen Best-Practise Beispielen aus der Industrie. Die Messebesucher hatten die Möglichkeit, Fragen oder Denksätze auf kleinen Kärtchen am Stand zu hinterlassen. Diese dienen nun als Basis für die Entwicklung von Lösungsvorschlägen für den POS, die wir inhaltlich

aufbereiten und auf der November-Messe vorstellen wollen.

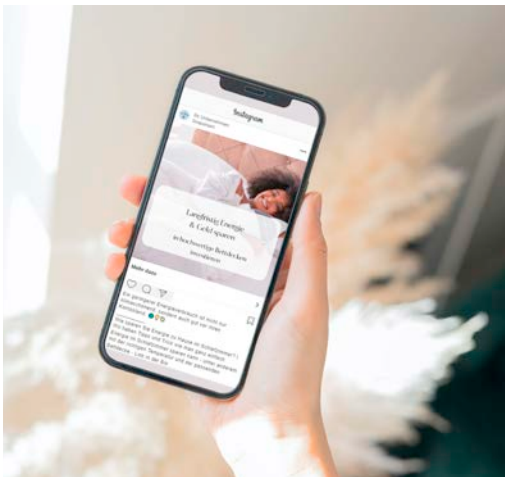
**Haustex:** Sie wollen also das Konzept Green Corner auch in Zukunft fortführen?

**Fehr:** Unbedingt. Es ist unerlässlich, dass der Handel versteht, dass das Thema Nachhaltigkeit sich nicht auf einzelne Produkte beschränkt und allein Sache der Industrie ist. Nachhaltig zu wirtschaften und zu agieren, muss zur Kernkompetenz des Facheinzelhandels werden.

**Wieselhuber:** Die Industrie ist da tatsächlich schon deutlich weiter. Dort werden tolle nachhaltige Konzepte umgesetzt und auch im Bereich der Verpackung passiert viel. Wir dürfen von →



**Auf der ABK Open nutzten die Fachhändler die Gelegenheit zum persönlichen Austausch – auch über die Kooperation.**



**Die kooperierenden Verbände unterstützen ihre Mitglieder umfangreich beim Thema Digitalisierung.**

Seiten der Verbände nicht erwarten, dass sich die Industrie auch darum kümmert, das Thema auch im Handel zu forcieren. Als Verbände haben auch wir die Aufgabe, die Entwicklung voranzutreiben.

**Fehr:** Wir müssen in diesem Bereich unsere Vorgaben klar definieren. Eine Vorgabe könnte beispielsweise sein, zukünftig nur noch mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die ein gewisses Nachhaltigkeitslevel erreicht haben.

**Haustex:** Die gute Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist auch vor dem Hinter-

grund der Kooperation wichtig. Gibt es hier Veränderungen oder Synergieeffekte?

**Fehr:** Wir haben schnell festgestellt, dass zumindest die Kernlieferanten beider Verbände weitgehend deckungsgleich waren. Wenn wir jetzt über Markengestaltung reden, gehört es dazu, dass wir entscheiden, welche Lieferanten künftig welche Marke bedienen. Veränderungen sind da natürlich nicht ausgeschlossen.

**Wieselhuber:** Einige Unterschiede gibt es natürlich, da die ABK ja sehr textil und modisch unterwegs ist, während die Garant Gruppe sich eher im Bereich der Schlafraum Möbel bewegt. Daraus ergeben sich aber auch wertvolle Synergieeffekte. So haben die ABK-Gesellschafter jetzt Zugriff auf Schlafraum Möbellieferanten, die sie bislang sicher nicht auf dem Schirm hatten. Im Gegenzug profitieren die Garant-Mitglieder von der ABK-Kompetenz im Heimtextil-Bereich.

**Haustex:** Können Sie bereits etwas zur langfristigen Zeitplanung der Kooperation sagen? Gibt es etwa einen Tag X, ab dem der ABK-Verband nicht mehr existiert?

**Fehr:** Die Gesellschafter werden im Sommer 2024 entscheiden, ob wir den ABK-Verband zum Ende des Jahres 2024 auflösen oder die Frist noch einmal verlängern.

Unsere gemeinsame Zielsetzung ist aber ganz klar, ihnen bis dahin so viele Vorteile zu bieten, dass sie gar nicht mehr erkennen können, ob es den einen oder den anderen Verband gibt, sondern von ihrem gemeinsamen Verband und von ihrem gemeinsamen Portfolio reden.

**Haustex:** Über die Zusammenarbeit mit dem ABK-Verband hinaus – welche Zukunftspläne hat die Garant Gruppe?

**Wieselhuber:** Wir haben in den vergangenen Jahren stark an Mitgliedern zugelegt. Garant Gutes Schlafen ist der größte Verband im Bereich Betten und auch weiterhin klar auf Wachstumskurs. Wir investieren viel in die Digitalisierung und die Weiterentwicklung unseres Dienstleistungsportfolios. Unser Primärziel ist es, mit all unserem Tun dem mittelständischen Bettenfachhandel auch weiterhin ein starker Partner zu sein und ihm die bestmögliche Zukunftsperspektive zu bieten. Nur so ist die Existenz eines Verbandes gerechtfertigt.

**Haustex:** Die Bettenbranche hat es angesichts der aktuellen Krisen derzeit nicht leicht. Wie beurteilen Sie die Situation?

**Fehr:** Wir leben momentan in einer fragilen Welt, keiner weiß, was in einem halben Jahr sein wird. In der Branche spüren wir eine

Kaufzurückhaltung, vor allem bei „Luxus-Artikeln“ wie Bettwäsche oder modischen Produkten. Viele Händler sind zudem beim Thema Order eher zurückhaltend, weil sie noch viel Ware aus den letzten Kollektionen im Lager haben, aber auch weil sie fürchten, dass die Konsumenten ihr Geld in der nächsten Zeit für etwas anderes brauchen. Wenn ich mir allerdings aktuell die Händlerumsätze ansehe und diese mit dem gleichen Zeitraum 2019 vergleiche, haben wir ein Umsatzplus. Berücksichtigt man die aktuell massiven Preiserhöhungen, dürfte das Umsatzniveau im Vergleich zu Vor-Corona in etwa gleich sein. Es wird also schon noch verkauft, die Frequenz ist aber deutlich geringer.

**Wieselhuber:** Das ist bei unseren Händlern sehr ähnlich. Die Branche hat zwei umsatzstarke Jahre hinter sich. 2020/2021 waren für einen Großteil der Händler außerordentlich gut. Dass das im Folgejahr nicht so weitergehen kann, ist fast klar. Ich sehe die Situation der Branche verhalten optimistisch. Die Einkäufe haben sich verschoben. Wir sehen, dass gerade im Hochwertbereich und bei nachhaltigen Produkten nach wie vor tolle Umsätze gemacht werden. Die preisliche Mitte tut sich allerdings sehr schwer. Und was tatsächlich wegbriecht, sind kostspielige Spontankäufe wie Bettwäsche oder Bettwaren.

**Haustex:** *Themen wie Gesundheit und Nachhaltigkeit erweisen sich also in der Bettenbranche als relativ krisenfest?*

**Wieselhuber:** Ganz genau. Die Bevölkerungsgruppe, die das Bewusstsein dafür hat und über das nötige Geld verfügt, kauft in der Krise teilweise sogar verstärkt. Das eigene Wohl und die Gesundheit werden den Kunden derzeit vielfach bewusster.

Das Bewusstsein und die Wertschätzung für das eigene Wohlbefinden spiegeln sich dann im Konsumverhalten wider.

**Fehr:** Ich glaube, gerade vor dem Hintergrund der aktuell hohen Inflation sind die Verbraucher derzeit stark verunsichert. Trotzdem haben sie aber auch den Wunsch, es sich zu Hause schön zu machen. Im Prinzip sind das die gleichen Argumente wie bei Corona. Aber jetzt einen Ausblick in die Zukunft zu geben, finde ich schwerer denn je. Ich bin verhalten optimistisch, sehe aber zugleich große Unsicherheiten.

**Haustex:** *Was raten Sie Ihren Händlern in dieser unsicheren Zeit?*

**Fehr:** Sich nicht entmutigen zu lassen und das tun, was sie am besten können: Verkaufen. Um alles andere kümmern sich die kooperierenden Verbände. Sie sollten in ihren Laden investieren, zum Beispiel in die Digitalisierung, und wie bereits ausgeführt das Thema Nachhaltigkeit zu ihrer Kernkompetenz machen. Viele der Händler wissen um diese Themen und sind bereits dabei, die Weichen für die Zukunft zu stellen.

**Wieselhuber:** Während der Corona-Krise wurde bereits kräftig investiert. Und auch jetzt nutzen viele Händler die Zeit für Veränderungen, etwa für Modernisierungen der Geschäfte oder der Geschäftsabläufe. Durchhalten, kreativ werden und keine Scheu zeigen, Dinge anzupacken, lautet daher mein Rat.

**Haustex:** *Mit dem aktuellen Wissen: Würden Sie die Entscheidung über die Kooperation Ihrer beiden Verbände heute genauso treffen wie vor einem Jahr?*

**Fehr:** Das beantworte ich mit einem klaren Ja. Ich bin überzeugt, dass wir den richtigen Ansatz gewählt haben. Und ich bin positiv überrascht über die Art und Weise der Zusammenarbeit. Die DNA der Verbände ist nicht zu 100 Prozent identisch, aber am Ende des Tages gelingt es uns, im Sinne unserer Händler und der Branche, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

**Wieselhuber:** Auch von mir gibt es ein klares Ja. Die ABK-Gesellschafter sind sehr offen und die Zusammenarbeit mit dem Team funktioniert außerordentlich gut. Mit der Kooperation ist ein für die Branche hoch interessanter und für die Zukunft sehr gut aufgestellter Zusammenschluss entstanden. □

## Garant Gruppe und ABK Einkaufsverband in Kürze

### Garant Holding GmbH

Hauptstraße 143  
33378 Rheda-Wiedenbrück  
Tel.: 05242/409-0  
E-Mail: info@garant-gruppe.de  
Internet: www.garant-gruppe.de

**Geschäftsführer:** Torsten Goldbecker, Jens Hölper

**Spezialverbände:** Garant Gutes Wohnen, Garant Gutes Schlafen, Garant Pro Öko, Garant Wohndesign, Garant Küchen Areal, Garant Bad und Haus

**Ansprechpartner Garant Gutes Schlafen:**  
Stefan Wieselhuber

**Eigenmarken Garant Gutes Schlafen:**  
Aamu, Morgana, Notturmo

**Anschluss-Häuser:** mehr als 1800 Handelspartner mit mehr als 2000 Verkaufspunkten, darunter rund 300 Standorte bei Garant Gutes Schlafen

### ABK Einkaufsverband GmbH & Co. KG

Pfälzer Straße 10  
33332 Gütersloh  
Tel.: 05241/9246-0  
E-Mail: info@abk-verband.de  
Internet: www.abk-einkaufsverband.de

**Geschäftsführer:** Thomas Fehr

**Eigenmarken:** Aventura, Royal Dream

**Anschluss-Häuser:** 55 Gesellschafter mit insgesamt 90 Verkaufsstellen

**„Mit der Kooperation ist ein für die Branche hoch interessanter und für die Zukunft sehr gut aufgestellter Zusammenschluss entstanden.“**

(Stefan Wieselhuber)