

# Unternehmerische Weitsicht zahlt sich aus

Während der Schmierstoffabsatz in Deutschland im Jahr 2020 insgesamt rückläufig war, gibt es trotzdem Beispiele für eine positive Geschäftsentwicklung. Das hat vor allem mit der Positionierung im Markt zu tun und damit, wie die Unternehmen mit der aktuellen Situation umgehen.

**D**ie Einschätzung zum Schmierstoffgeschäft der vergangenen Monate ist durchaus unterschiedlich. Teilweise verlief die Entwicklung deutlich besser als es der allgemeine Trend vermuten lässt. Die Ursachen dafür liegen beispielsweise in der Kundenstruktur, aber auch im

und Baubranche mit individuellen Anforderungen und großen Spezialmaschinen. „Diese Unternehmen haben durchgängig gearbeitet und Schmierstoffe benötigt. Auch Werkstätten, von denen wir etliche betreuen, mussten weiterhin versorgt werden“, berichtet Appel. Das Kundenklientel von Schus-

fluss bei uns weniger stark zu spüren war.“

Dennoch blieb Corona auch für die Rheinland-Pfälzer nicht ohne Auswirkungen. 2020 stand ganz unter dem Motto „Umdenken und neue Wege gehen“. Bereits 2017 konnte Schuster & Sohn mit seinem digitalisierten Geschäftsmodell den bundesweiten „WE DO DIGITAL-Award“ gewinnen. Dass die Digitalisierung schon vor einigen Jahren in Gang gebracht wurde, machte dem Unternehmen vieles einfach. So konnte während des ersten Lockdowns im Frühjahr ein Großteil der Belegschaft schnell im Homeoffice arbeiten. Die Abstimmung untereinander und mit Kunden lief reibungslos weiter, z. B. über Online-Meetings. Zusätzlich wurden frühzeitig Desinfektionsmittel, FFP2-Masken, spezielle Trennwände und, sobald verfügbar, Selbsttests bereitgestellt. Damit gelang es, die Kunden trotz Corona lückenlos in gewohnter Qualität zu betreuen und gleichzeitig die Gesundheit aller zu schützen.



Silka Fritzing (Vorsitzende der Geschäftsleitung) und Christian Appel (Vertriebsleiter Schmierstoffe) in der neuen Lagerhalle in Kaiserslautern

Sortiment und der Dienstleistungspalette der einzelnen Unternehmen.

So blickt Christian Appel, Vertriebsleiter für Schmierstoffe bei Schuster & Sohn in Kaiserslautern positiv auf das vergangene Jahr zurück. Der gute Absatz im Bereich Schmierstoffe liegt seiner Einschätzung nach vor allem an der breiten Aufstellung von Produkten und Dienstleistungen. Schuster & Sohn hat viele Kunden in der Entsorgungs-

ter & Sohn ist ein gesunder Mix aus großen und kleinen Firmen aller Branchen. Das erwies sich im vergangenen Jahr als vorteilhaft.

Silka Fritzing, die Vorsitzende der Geschäftsleitung, bestätigt das: „Dank unserer gemischten Kundenstruktur sind wir nicht so stark von der Geschäftslage eines einzelnen Abnehmers oder einer bestimmten Branche abhängig, weswegen der Corona-Ein-

## Außendienst verstärkt

Um weiter erfolgreich am Markt agieren zu können, wurde die Außendienstmannschaft um einen Mitarbeiter erweitert. Außendienst und Innendienst agieren bei Schuster & Sohn gemeinsam als starkes Team. Der auf die Standorte Kaiserslautern und Trier verteilte Innendienst hat viel Erfahrung und nutzt diese, um neue Mitarbeiter auszubilden und mit den praktischen Anforderungen im Schmierstoffbereich vertraut zu machen. Um den Nachwuchs zu sichern

und qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, stellt das Unternehmen regelmäßig Azubis ein. „Wir sehen das als beste Investition in die Zukunft“ erklärt Christian Appel.

Auch die Weiterqualifizierung ist ein bedeutender Baustein für den Unternehmenserfolg. Mehrere der Kollegen haben bereits Lehrgänge der UNITI-Akademie besucht und Appel will diese Möglichkeit auch weiterhin nutzen. „UNITI hat sich als wichtiger Partner für die betriebliche Qualifikation im Schmierstoffbereich entwickelt“, sagt er. Auch die Schulungsangebote der Shell, im Rahmen der Vertragspartnerschaft, werden regelmäßig genutzt.

## Breites Spektrum – starke Partner

Kunden erhalten bei Schuster & Sohn nicht nur die verschiedensten Schmierstoffe, sondern gleichzeitig Komplettlösungen, die dabei helfen, das Tagesgeschäft zu erleichtern und die Gesamtbetriebskosten zu senken. Das Unternehmen übernimmt die Lagerung, Logistik und Entsorgung und berät seine Kunden, wie sie durch Sortenreduzierung Kosten und Arbeitsprozesse optimieren können. So zählen neben der Anwendungsberatung zu den Serviceangeboten das Erstellen von Schmierplänen, der Fluid-Ma-



Schmierstoff-Fahrzeug von Schuster & Sohn

nagement- und Ölanalyseservice, die Rücknahme von Leergebinden, die Altölsorgung, die Mitarbeiterschulung, aktuelle Sicherheitsdatenblätter und vieles mehr.

Ein Beispiel dafür sind die Kunden im Bereich Kühlschmierstoffe. Hier werden regelmäßig Messungen der Flüssigkeiten durchgeführt und Handlungsempfehlungen ausgesprochen. „Das hat einen sehr wichtigen Stellenwert innerhalb unseres Geschäftes. Das garantiert uns eine sehr enge Kundenbindung. Wir haben den Schmierstoffverbrauch im Blick und können Kunden frühzeitig über drohende Probleme oder Schwierigkeiten informieren“, berichtet Appel.

Ein großer Teil der bei Schuster & Sohn gehandelten Schmierstoffe stammt aus dem Hause Shell. Im lebensmitteltechnischen Bereich, bei Kühlschmierstoffen oder Kühlerfrostschutz arbeitet das Unternehmen aber auch mit anderen Anbietern zusammen. „Wichtig ist, dass wir für jede Anwendung das passende Produkt und den passenden Hersteller zur Hand haben“, erklärt Appel.

## Chancen genutzt

Überdies hat Schuster & Sohn sehr frühzeitig begonnen, Desinfektionsmittel in sein Angebot aufzunehmen. Hier wurden anfangs hohe Stückzahlen verkauft, ganze Paletten. Das konnte kurzzeitig aufgetretene Rückgänge im Schmierstoffgeschäft kompensieren.

Allerdings ging die Nachfrage nach Desinfektionsmitteln nach wenigen Monaten wieder deutlich zurück. Statt komplette Paletten werden jetzt eher einzelne Kanister geordert. Eine Ursache dafür ist, dass der gesamte Einzelhandel, das Dienstleistungsgewerbe und die Gastronomie über Monate geschlossen wurden.

## Onlineshop aufgebaut

Als Teil der Digitalisierung setzte Schuster & Sohn den schon lange geplanten Aufbau des Onlineshops in die Realität um. Seit Juli 2020 ist die Plattform freigeschaltet und für jedermann – sowohl private als auch gewerbliche Kunden – zugänglich.

„Ziel war es, unsere Sichtbarkeit als Schmierstoffanbieter zu erhöhen und



Neue Halle – neue Dimensionen. Das Schmierstoffteam Kaiserslautern (v.l.): Kevin Escherle, Luc Maier, Matthias Hunsinger, Loris Prattes und Christian Appel. Vor dem Shooting haben alle Teilnehmer einen Selbsttest gemacht, damit das Foto ohne Maske möglich war.





Der Onlineshop für den Schmierstoffbereich funktioniert immer besser.

auf der Produktebene in den Suchmaschinen präsenter zu werden“, erläutert Silka Fritzingler die Motivation, das Projekt umzusetzen.

Die Grundlagen des Onlineshops wurden in enger Zusammenarbeit mit Vertrieb, internem Marketing und einer Agentur in wenigen Wochen gelegt. Dann kam die eigentliche Arbeit für den Innendienst, der sämtliche Produkte ins System einpflegen musste. „Das hat sich gelohnt“, freut sich Christian Appel. „Egal ob im Büro oder von zu Hause aus. Wer sich zu einem Produkt informieren will, geht in der Regel ins Internet. Doch als mittelständischer, regionaler Anbieter tauchten wir hier bisher zu wenig auf.“ Das werde nun besser, sei aber natürlich ein Prozess, der kontinuierlich optimiert und angepasst werden müsse.

Es zeigt sich jedoch bereits, dass sich die Investition gelohnt hat. „Gerade viele kleinere Kunden schätzen das Internetangebot“, freut sich Appel. „Das Bestellaufkommen erhöht sich kontinuierlich. Es ist also ein wichtiges Puzzle-teil im Kleinkunden-Management und wir konnten bereits erste Neukundenanfragen auf diesem Weg generieren.“

Im Internet-Shop ist das gesamte Kernsegment abgebildet – von Motoren-, Getriebe- und Hydraulikölen über Produkte für die Land- und Forstwirtschaft bis zu Fetten, Industrieölen und lebensmitteltechnischen Schmierstoffen. Das passende technische Zubehör kann direkt mitgeordert werden.

Die Belieferung der Kunden übernimmt Schuster & Sohn im regionalen Umfeld mit dem eigenen Fuhrpark. Das trifft vor allem auf Rheinland-Pfalz,

das Saarland und Teile Baden-Württembergs zu. Je nach Liefergebiet und Produkt werden auch Speditionen oder Paketdienstleister eingesetzt.

Als nächste Ausbaustufe des Shops ist dessen direkte Anbindung an das Warenwirtschaftssystem geplant, um die Automatisierung der Abläufe weiter voranzutreiben.

## Kräftig investiert

Aber nicht nur durch die Onlinepräsenz hat Schuster & Sohn sein Schmierstoffgeschäft verstärkt. Im vergangenen Jahr wurde in Kaiserslautern ein neues Lager gebaut. Die Lagerhalle bietet Platz für 600 Industriepaletten, bzw. 900 Europaletten. Das entspricht einer Menge von etwa 600.000 Liter Schmierstoffen in Kanistern oder Fässern. Zusätzlich verfügt das Unternehmen nun über ein Lagervolumen

von rund 250.000 Litern lose Ware in IBC-Containern.

Die Halle wurde auf einer flüssigkeitsdichten Fläche errichtet. „Selbstredend ist die Halle mit den neuesten Brandschutzeinrichtungen ausgestattet, die über selbstschließende Löschwasserklappen verfügen“, sagt Christian Appel mit ein wenig Stolz in der Stimme.

Das neue Lager bedeutet eine wesentliche Optimierung der Prozesse und der Servicequalität. Alle Produkte an einem Platz schafft kurze Wege, spart Zeit und Ressourcen und bringt eine deutliche Effizienzsteigerung.

Appel bedauert allerdings, dass aufgrund der Corona-Beschränkungen noch keine Einweihung gefeiert werden konnte: „Aber aufgeschoben ist nicht aufgehoben und Vorfreude ist ja bekanntlich die schönste Freude.“

Schuster & Sohn verfügt nun über zwei leistungsfähige Logistikzentren in Kaiserslautern und Trier mit mehr als 1.000.000 Litern Lagerkapazität. Der eigene Fuhrpark garantiert eine kurzfristige Belieferung. „Wir stehen dafür ein, dass die Ware dann an Ort und Stelle ist, wenn sie benötigt wird. Das nennen wir Versorgungssicherheit“, sagt Appel.

Silka Fritzingler zieht insgesamt ein positives Fazit für das Jahr 2020. Auch in Corona-Zeiten konnte das Unternehmen sein Geschäft weiterentwickeln. Geplante Investitionen wurden nicht gestoppt. Stattdessen wurden sogar neue Vertriebswege aufgebaut und die Vertriebsmannschaft gestärkt. Alles gute Voraussetzungen für die kommenden Jahre. ◀ **HHManz**

Fotos: Schuster & Sohn, Zeller+Gmein



Die neue Schmierstoffhalle bietet Platz für 600 Industriepaletten, bzw. 900 Europaletten.