



Markus Graf (Jahrgang 1971) und Markus Bieletzki (Jahrgang 1967) führen die Colons GmbH & Co. KG seit ihrer Gründung im April 2018 (v. r.). Am 20. Februar 2020 wurde www.Colons.de im Netz freigeschaltet.

Kunden: Chat, Telefon und natürlich auch E-Mail.

Si: Fachhandwerker, die privat B2C im Internet unterwegs sind, könnten etwas verwöhnt sein bezüglich des Komforts, der Services und der Lieferschnelligkeit. Kann Colons da mithalten?

Bieletzki: Wir sind sogar deutlich einen Schritt weiter gegangen, indem wir uns an Aufbau und Struktur eines klassischen B2C-Shops orientiert haben, aber die daraus in unseren B2B-Shop übertragenen Elemente dann mit wichtigen B2B-Funktionalitäten angereichert haben. Im Kontobereich bietet Colons vielfältige Funktionen: Rollen- und Rechtemanagement, Bestellvorlagen, individuelle Budgetgrenzen, Umsatz- und Bestellübersichten, Kreditlinie und vieles mehr. Man kann diese Funktionalitäten nutzen, muss aber nicht. Wie im B2C haben wir am Ende des Bestellprozesses den sogenannten Check-out, also den Kassensbereich, auch da bieten wir verschiedene Zahlarten an. Ob Rechnungsbkauf, PayPal, Kreditkarte oder auch Sofortüberweisung. Unser Kunde ist König und entscheidet über seine gewünschte Zahlart. Im Übrigen zeichnet sich unser Check-out durch seinen schlanken Prozess aus. Mit nur einem Klick kann die Bestellung abgeschlossen werden.

Si: Und wie sieht es mit der Lieferschnelligkeit aus?

Bieletzki: Wir bieten im Paketbereich Express-Versandlieferungen mit verschiedenen Zeitfenstern an.

Si: Colons als GmbH & Co. KG ist ein Tochterunternehmen von Pietsch, wie eigenständig ist diese Tochter?

Graf: Wir haben & bewusst den Weg gewählt, eine eigene Gesellschaft aufzubauen und uns nicht als IT/Marketing-Projekt zu sehen und einfach einen Shop auf der „Basis Pietsch“ zu erstellen. Wir haben extra neue Mitarbeiter für Colons eingestellt, die quasi nicht mit der Gruppe verknüpft sind. Ich bin der Einzige, der über lange Jahre die Verbindung mit der Gruppe hat. Eigenständig sind wir beispielsweise im Marketing, aber auch an den vertriebsorientierten Stellen.

Si: Wie sehen Ihre Aktivitäten bezüglich der Neukundengewinnung aus?

Bieletzki: Wir bedienen uns der kompletten „Marketing-Klaviatur“ und werden da sehr kreativ herangehen. Ob klassisch über Post-Mailings, Printwerbung, Telefonmarketing bis hin zu umfangreichen Aktivitäten im digitalen Bereich. Auch die SHK-Messen werden Bestandteil unseres Marketing-Mix sein.

Si: Sie gehen mit Colons kurz vor den Frühjahrsmessen an den Markt. An welchen Messen werden Sie 2020 teilnehmen?

Graf: Das ist eines der Standbeine unserer Marketingvertriebsaktivitäten, wir werden auf allen drei Regionalmesen präsent sein, auf der SHK Essen, der IFH/Intherm in Nürnberg und der GET Nord in Hamburg. Dort ist natürlich auch unsere 100-prozentige Kernzielgruppe unterwegs und dort können wir mit unserem Angebot entsprechend unseren Online-Shop operieren und uns präsentieren.

Si: Mit einem eigenen Stand oder unter dem Dach von Pietsch?

Graf: Mit einem eigenen, separaten Stand der Firma Colons. ■

Fotos: Colons

NEU: DER ONLINE-GROSSHANDEL FÜR DAS SHK-HANDWERK

EINER FÜR ALLE.
ALLES BEI EINEM.



COLONS.de

www.si-shk.de



Si

Das Fachmagazin für SHK-Unternehmer

Si INTERVIEW

Die Si-Redaktion befragte die beiden Geschäftsführer von Colons, Markus Bieletzki und Markus Graf, nach den Hintergründen, Absichten und Aussichten ihres Unternehmens.

NEU: DER ONLINE-GROSSHANDEL FÜR DAS SHK-HANDWERK

ENDLICH EINER,
DER ES KANN!



* Gilt nur für pakettfähige Artikel mit optimaalem Expressversand
** Bonität vorausgesetzt

SHK KAUFT JETZT ONLINE

- In wenigen Klicks registrieren und sofort loslegen
- Über 200.000 Artikel
- Heute bestellt - morgen geliefert**
- Alles auf Rechnung*
- Über 70 Jahre SHK-Erfahrung



WIR SIND SHK!



Die Colons-Geschäftsführer Markus Graf und Markus Bieletzki (v. l.).

Si | INTERVIEW | Gewohnten B2C-Komfort in den B2B-Bereich bringen

» NEUER ONLINE-SHOP FÜR DAS SHK-HANDWERK «

Pünktlich zur SHK Essen gibt es einen neuen B2B-Online-Shop, in dem Fachhandwerker bundesweit SHK-Produkte ordern können – von der Muffe bis zur Badkeramik vom Markenhersteller.

Colons ist ein neu gegründeter Online-Großhandel mit Zugriff auf ein Vollsortiment von über 44.000 Lagerartikeln sowie über 200.000 gelisteten Artikeln. Hinter dem Unternehmen aus Ahaus im westlichen Münsterland stehen über 70 Jahre Branchenerfahrung im klassischen Fachgroßhandelsgeschäft. Der neue Online-Shop soll den SHK-Fachhandwerkern einen maximalen Komfort und jede Menge Zeitersparnis beim Einkaufen bieten.

alternativen Vertriebswegmodelle richten sich unter anderem auch an den Endverbraucher, wodurch die Produkte Wege am Handwerker und Großhandel vorbei finden. Durch den stetig wachsenden Anteil an Onlinekäufen im privaten Umfeld, nimmt die Bedeutung des Online-Kaufenerlebnisses immer weiter zu. So erwarten auch Kunden im B2B-Bereich und damit in der Geschäftsbeziehung zwischen Unternehmen umfassende Funktionen und einen schnellen und unkomplizierten Beschaffungsprozess. Genau das will das neue Start-up Colons bieten. Die Si-Redaktion befragte die beiden Geschäftsführer von Colons, Markus Bieletzki und Markus Graf, nach den Hintergründen, Absichten und Ausichten ihres Unternehmens.

Si: Was hat Sie zu dem Schritt bewogen, mit Colons.de an den Markt zu gehen?
Markus Bieletzki: Unser Mutterhaus, die Unternehmensgruppe Pietsch, ist seit über 15 Jahren mit einer Online-Plattform am Markt und wir mussten feststellen, dass sich vieles im B2B-Bereich

verändert. Mit unserem Engagement in einem neuen Start-up wollen wir mit diesen Veränderungen Schritt halten und nicht auf der Stelle treten. Wir wollen die Digitalisierung entsprechend forcieren und insbesondere eine weitere Alternative zu dem setzen, was wir heute unseren Kunden an Service bieten. Auch wollen wir über die regionalen Grenzen hinauskommen und das mit einem anderen Geschäftsmodell verknüpfen.
Markus Graf: Zu der Entscheidung, in den Vertriebsweg E-Commerce einzusteuern, hat uns auch die Erkenntnis bewogen, dass sich der Einkaufs- und Beschaffungsprozess von SHK-Artikeln zu einem immer größer werdenden Anteil in den Bereich E-Commerce verlagert. Für die Unternehmensgruppe Pietsch sehe ich eine große Chance, das Kerngebiet von regional auf national zu erweitern und damit auch langfristig eine tragende Rolle im bundesweiten Markt zu spielen.

Si: Und Ihre Zielgruppe ist ausschließlich das SHK-Handwerk?

Bieletzki: Ja, völlig eindeutig das SHK-Handwerk, also die Partner, die die Unternehmensgruppe Pietsch auch heute schon im regionalen Umfeld bedient, zukünftig dann aber deutschlandweit. Wir werden mit Colons genau das tun, was Pietsch schon seit Jahrzehnten macht, die SHK-Produkte an das Handwerk liefern, jetzt nur über einen Online-shop mit klarem Fokus auf transaktionalem Beschaffungsweg.

Si: Sie erwähnten Pietsch, den Fachgroßhandel, der hinter Colons steht, der aber bisher nur regional tätig ist. Haben Sie überhaupt die Kapazitäten, um Gesamtdeutschland abzudecken?
Graf: Allemaal. Über unsere Regionallagerstandorte in Ahaus, Mülheim an der Ruhr, aber auch in Ostrau und Bremen, haben wir die entsprechenden Kapazitäten und haben dort zusätzlich erweitert. Gerade, was die Versandkapazitäten betrifft, sind wir für die nächsten Jahre optimal aufgestellt.

Bieletzki: Ergänzend hierzu werden wir im Bereich der Logistik, also der Belieferung des Kunden, ausschließlich mit externen Versandpartnern zusammenarbeiten, d. h. mit Paketdienstleistern und Speditionen. Colons nutzt also nicht die Fuhrparklogistik der Pietsch Unternehmensgruppe, so dass auch hier keine Engpässe entstehen können. Auch im Personalbereich sind wir gut aufgestellt und haben innerhalb der Colons GmbH bereits ein Team mit Expertenwissen für

alle Fachbereiche aufgebaut und werden dieses auch weiter organisch ausbauen.

Si: Pietsch hat seit rund 15 Jahren die Online-Plattform SHK-4You, warum jetzt ein neues selbstständiges Unternehmen mit eigener Plattform, worin unterscheiden sich die beiden?
Graf: SHK-4You ist sehr gut geeignet, um Geschäftsprozesse abzubilden, es ist aber nicht dazu geeignet, Marketing mit einem System zu betreiben, mit dem man ohne Präsenzbetrieb Geschäfte abwickeln kann. SHK-4You ist, ich nenne es mal so, eine optimierte Bestellabwicklungsplattform.
Bieletzki: Mit Colons haben wir eine ganz andere Aufgabenstellung als SHK-4You, denn wir müssen über verschiedene Marketing-Vertriebskanäle Neukunden akquirieren. Das aber heißt, ...

» ... dass wir bei Colons ein modernes, intuitives Shop-Konzept nach neuesten Usability-Gesichtspunkten entwickelt haben, ... «

... um den heutigen und zukünftigen Anforderungen dieser Neukundenakquisition gerecht zu werden.
Graf: Wir erfahren ja immer mehr, dass man alle Gewohnheiten aus dem privaten Bereich, die man so an Benutzerfreundlichkeit im Onlineshop wiederfindet, auch

gerne im betrieblichen Umfeld wiedersehen würde. Und dafür ist SHK-4You als Plattform nur bedingt geeignet und hat auch einen anderen Schwerpunkt. Daher haben wir uns entschlossen, eine separate neue Plattform daneben zu setzen und beide parallel zu betreiben. Eine wichtige Differenzierung ist noch, dass bei SHK-4You alle Services inkludiert sind, d. h. wir sprechen hier von Angebotserstellungsleistung, es gibt eine Verknüpfung mit den Ausstellungen, eine Verknüpfung mit den Fachcentern und den Abholmärkten. Im Gegensatz dazu setzt Colons.de auf den klaren Fokus der Produktbeschaffung unter Berücksichtigung online-affiner Kundenbedürfnisse.

Si: Die Bestandskunden können aber zu Colons wechseln?
Graf: Selbstverständlich, dem wollen wir uns auch gar nicht verwehren. Der Bestandskunde hat die Möglichkeit zu wählen, zwischen SHK-4You mit all seinem Service drumherum oder aber die reine Produktbeschaffung über Colons abzuwickeln.

Si: Hat der Endkunde die Möglichkeit, bei Colons Produkte zu bestellen?
Bieletzki: Nein, keinesfalls. Wir haben ein ganz klares Registrierungskonzept entwickelt, mit dem ausgeschlossen wird, dass ein Endkunde im Colons-Shop einkaufen kann. Allerdings haben wir einen halboffenen B2B-Shop, das heißt, dass jeder potenzielle Interessent



Wir wollen mit den Veränderungen Schritt halten und nicht auf der Stelle treten, so Markus Bieletzki.



Wir sehen im Bereich E-Commerce die Chance, unser Kerngebiet von regional auf national zu erweitern, begründet Markus Graf die Entscheidung für die neue Online-Plattform Colons.



Auf 44.000 Artikel kann Colons jederzeit zugreifen, insgesamt sind über 200.000 Artikel gelistet. Und mit vier Regionalagern verfügt Colons über ausreichende Versandkapazitäten, um die gesamte Republik zu beliefern.

sich auf unserer Plattform alle Produkt- und Contentseiten ansehen kann. Die Preise werden aber erst nach erfolgreicher Registrierung als SHK-Fachhandwerker sichtbar sein – gleiches gilt für den Bestellprozess.

Si: Können Sie wirklich ausschließen, dass nicht jemand mit gefälschten Daten bei Colons als Endkunde einkauft?
Graf: Wir haben zwei Registrierungsvarianten. Einerseits nutzen wir die Creditreformdatenbank, die uns während des Registrierungsvorgangs relevante Informationen zu dem Unternehmen in Echtzeit dazuspielt. So erfahren wir, in welcher Branche das Unternehmen tätig ist, ob es sich wirklich um ein B2B-Unternehmen handelt etc. Andererseits koppeln wir die Registrierung mit einer persönlichen Identifizierung, indem eine Handy- oder Festnetznummer angegeben werden muss. Dorthin wird ein Registrierungscode geschickt, der wiederum eingegeben werden muss, um den nächsten Registrierungsschritt vollziehen zu können. Über die Telefonnummer können wir im Bedarfsfall auch Kontakt aufnehmen, um zu erfahren, ob die Person hinter der Nummer sich wirklich im Namen der angegebenen Firma angemeldet hat. Keine Ware verlässt bei uns das Lager, solange der Registrierungsprozess nicht positiv abgeschlossen ist.
Bieletzki: Aufgrund der technischen Liveanbindung an die Creditreform können wir jede Registrierung in Echtzeit freischalten. Der Kunde hat dadurch ein unmittelbares Erfolgserlebnis und muss

nicht wie bei den meisten anderen B2B-Onlineshops mit einem großen zeitlichen Verzögerung auf die Shop-Freischaltung warten. Dieses langatmige Prozedere ersparen wir dem Kunden und bieten damit einen sehr hohen Komfort.

Si: Von der Registrierung mal abgesehen, welchen Vorteil hat der Fachhandwerker sonst noch anderen Anbietern gegenüber, wenn er zu Colons kommt?
Bieletzki: Wir bieten einen modernen Online-Shop und setzen damit auf jeden Fall ein deutliches Ausrufezeichen und eine neue Benchmark im Markt. Im Rahmen einer qualifizierten Kundenbefragung haben wir das Handwerk befragt und andererseits sind unsere langjährigen Erfahrungen mit dem SHK-4You-Shop in das Colons-Projekt eingeflossen. Alle wichtigen relevanten Funktionen, die ein heutiges SHK-Handwerksunternehmen für das Onlineshopping benötigt, haben wir entsprechend modern abgebildet und umgesetzt. Ein ganz großes Thema bei den Kunden sind beispielsweise Komplementärartikel: passendes Zubehör, sinnvolle Ergänzungsartikel bis hin zu den passenden Ersatzteilen. Diese „Stammdatenintelligenz“ bieten wir bereits für viele tausende Artikel an und bauen dies kontinuierlich aus. Ein weiteres Stammdaten-Thema sind die Variantenartikel: hier haben wir bereits über 90.000 Artikel mit Variantenfilter direkt am Hauptartikel ausgestattet. Dies erleichtert den Suchprozess ungemein und bringt dem Kunden eine deutliche Zeitersparnis.

Graf: Zudem glaube ich, dass wir uns in der Verfügbarkeit der Produkte und der Sortimentsbreite von anderen Online-Anbietern deutlich unterscheiden. So kann Colons über die vier Regionallager jederzeit über 44.000 Artikel verfügen und über ein Spektrum von 200.000 gelisteten Artikeln.
Bieletzki: Und was das Sortiment betrifft, werden wir mit Colons-basic eine neue Eigenmarke launchen, ausschließlich auf der Online-Plattform. Colons-basic bedient den Preiseinstiegsbereich, sodass besonders preissensible Kunden mit diesem über alle Warengruppen verfügbaren Eigenmarkensortiment bedient werden können.

Si: Unterscheidet sich Colons-basic von den Eigenmarken ihres Mutterhauses?
Bieletzki: Sie meinen jetzt Sanibel und comfort by Sanibel? Colons-basic bedient das Niedrigpreissegment, insbesondere bei „Schnelldreherartikeln“ bestimmter Warengruppen. Aber als Vollsortimenter werden wir auch die Marken Sanibel und comfort by Sanibel mit vermarkten.

Si: Wie sieht es mit der Preisgestaltung aus, gibt es Verhandlungsspielraum?
Graf: Colons bietet eine sehr attraktive Preisgestaltung. Darüber hinaus gibt es keinen individuellen, nachverhandelbaren Spielraum.

» Wir haben ein festes Preismodell, es gibt keine Angebotsphase und keine Nachverhandlung. «

Der angezeigte Preis ist der, der auch so berechnet wird. Wir können nicht zuletzt auch wegen unserer schlanken Prozesse und Strukturen ein mehr als wettbewerbsfähiges Preismodell anbieten.

Si: Gibt es einen Kundensupport bei Colons?
Bieletzki: Selbstverständlich! Der Support genießt bei Colons einen besonders hohen Stellenwert. Wir bieten unterschiedliche „Eingangstore“ für unsere