

# Auf der gleichen Wellenlänge

Die Nachfrage nach Produkten rund um die visuelle Kommunikation wächst – zumindest beim Großhändler **soft-carrier** in der Zusammenarbeit mit dem Hersteller **Bi-silque**. Beide Unternehmen setzen auf gleiche Grundtugenden und Werte – und profitieren dabei von einer gezielten Marktbearbeitung.

Ein **Selbstläufer** ist der Sortimentsbereich Konferenz- und Präsentationslösungen auch bei soft-carrier nicht. Nachdem der Distributor schon vor Jahren das Potenzial in diesem Marktsegment für die Fachhandelskunden erkannt und entsprechend viel in die Aufbauarbeit und die Listung der wichtigen Marken investiert hatte, war im vergangenen Jahr erstmals eine Stagnation zu verzeichnen, so die klaren Ergebnisse der Zahlenauswertung von soft-carrier-Marketingleiterin Monika Veit. Dabei war und ist man auch weiterhin von den Wachstumschancen überzeugt. „Digitale und klassische Anwendungen ergänzen sich gera-

de bei Konferenz-, Moderations- und Präsentationsanforderungen perfekt und zudem kommen fortlaufend neue Einsatzmöglichkeiten und neuer Bedarf bei neuen Kundenzielgruppen hinzu“, bestätigt Monika Veit. Eine Chance für den Handel, sich zu profilieren und neue Kunden zu gewinnen.

## Markenkompetenz und -vielfalt bieten

Den Händlern innerhalb einer Produktkategorie ein in Tiefe und Breite umfangreiches Programm und damit Alternativen bie-

ten, dies gehört zu den Kernpunkten der strategischen Ausrichtung von soft-carrier. Dies sieht auch Benjamin Albrecht so, der beim Hersteller Bi-silque von Düsseldorf aus das Deutschland-Geschäft verantwortet: „Wir wollen generell und vor allem mit neuen Produkten etwas für die Weiterentwicklung der Kategorie tun und wir profitieren davon, wenn andere Marken im Programm sind.“ Mit dieser Vertriebsausrichtung konnte Bi-silque in den vergangenen Jahren auch in Deutschland regelmäßig mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten aufwarten. Das vor inzwischen 40 Jahren gegründete Unternehmen mit Sitz in Esmoriz in der Nähe von Porto in Portugal sieht sich mit einem Programm von mehr als tausend Artikeln von Kork- und Whiteboard-Tabellen bis zu Flipcharts als der führende Hersteller von Lösungen rund um die visuelle Kommunikation in Europa. Ein ganz wichtiger Punkt ist, dass der Großteil der Produkte, die inzwischen in mehr als 86 Ländern weltweit vermarktet werden, selbst entwickelt und in den eigenen Fabriken in Portugal gefertigt werden. Bi-silque sei dabei besonders breit aufgestellt, wie Benjamin Albrecht betont. Neben der Kernmarke Bi-Office und der bereits 2011 eingeführten Marke Bi-bright für digitale Produkte wie interaktive Whiteboards oder Displays gibt es seit neuestem mit Archyi eine eigene Marke für Kunden mit gehobenen Design-Ansprüchen. Einen besonderen Stellenwert hat im Familienunternehmen das Thema Nachhaltigkeit – und dies ganzheitlich angefangen von der Rohmaterialbeschaffung über die Fertigungsprozesse



Wollen gemeinsam noch einiges bewegen (von links): Benjamin Albrecht, Ines Ben Saad, Thomas und Monika Veit.



**Abrundung „nach oben“: die neue, designbetonte Archyi-Serie**



**Beeindruckende Produktbreite: der Bereich Boards im Bi-silque-Showroom.**

bis zum Produkt selbst. Bereits 2008 hat Bi-silque als einer der ersten Anbieter im Bereich der visuellen Kommunikation mit „Earth“ eine eigene Umweltlinie, die von Whiteboards über Flipcharts bis zu einem umfangreichen Zubehör-Programm reicht, im Markt eingeführt. „Und dies mit beachtlichem Erfolg“, so Albrecht. Seit 2018 belegt das international verbreitete Cradle-to-Cradle-Zertifikat den hohen Standard des Engagements in Sachen Nachhaltigkeit. Die „Earth“-Serie sei dabei weltweit die einzige Produktreihe im Bereich Präsentationsartikel, die für ihre Umweltfreundlichkeit zertifiziert sei, wie Benjamin Albrecht betont.

## Langfristige Partnerschaft als erklärtes Ziel

Nicht nur bei den Themen Nachhaltigkeit sowie Kunden- und Serviceausrichtung sehen sich soft-carrier und Bi-silque „auf der gleichen Wellenlänge“. Der Großhändler, der bereits seit Jahren Newsletter mit umweltfreundlichen Produkten an die Kunden verschickt und auch von der grundsätzlichen Ausrichtung her „eigentlich schon immer“ eine nachhaltig orientierte Unternehmensstrategie verfolgt, schätzt an Bi-silque insbesondere die auf Langfristigkeit ausgerichtete strategische Partnerschaft. Dies entspreche der klaren Orientierung von soft-carrier, sich immer mehr auf leis-

tungsstarke, mittelständische Hersteller mit Fertigung in Europa zu fokussieren, wie Monika Veit und Ines Ben Saad, die im Marketing-Team als Produktmanagerin die Betreuung von Bi-silque übernommen hat, beim Besuchstermin erläutern. Perfekt sei in der Zusammenarbeit mit Bi-silque und Benjamin Albrecht auf jeden Fall der Austausch über die Weiterentwicklung des Sortiments, bestätigt Ines Ben Saad. Bewusst ist man bei der Listung Ende 2018 und dem Rausverkauf ab April 2019 zunächst mit einem überschaubaren Programm von knapp 140 Artikeln mit Fokus im unteren Preissegment gestartet, das sukzessive weiter ausgebaut wurde und weiter ausgebaut wird. Aktuell erfolgt die Erweiterung um ausgewählte Artikel aus der Archyi-Serie und damit die Abrundung „nach oben“. Für beide Partner sei dies genau die richtige Stra-

tegie einer langfristig ausgerichteten Zusammenarbeit. „Eine Stärke von Bi-silque ist eindeutig das auf den Kunden ausgerichtete Category Management, wobei das Sortiment gezielt mit den Kunden wächst“, unterstreicht Benjamin Albrecht. Potenzial für weiteres Wachstum sei auf jeden Fall „mehr als genug“ vorhanden, nachdem zuletzt mit dem gemeinsam nach Themen und Zielgruppen konzipierten Marketingplan inklusive Bemusterungsaktion für Zubehör bereits Monat für Monat deutlich zweistellige Umsatzzuwächse realisiert werden konnten. Das Ziel sei, die Marke sukzessive weiterzuentwickeln und bei der Feinjustierung Chancen zu erkennen, darin sind sich Monika Veit, Ines Ben Saad und Benjamin Albrecht absolut einig.

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

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



**Abstimmungstermin in Trierweiler: Die Marke soll gemeinsam weiterentwickelt werden.**