

## Vom Fass

1994 eröffnete der schwäbische Unternehmer Johannes Kiderlen in Regensburg das erste VOM FASS-Geschäft. Seine Idee: Der offene Verkauf hochwertiger Weine, Öle, Essige und Spirituosen – frisch abgefüllt, direkt „vom Fass“. Das Konzept ging auf. Noch im gleichen Jahr wurden Ladenlokale in Aalen, Landshut und Nürnberg eröffnet.

Heute, knapp 20 Jahre nach der Gründung, zählt das familiengeführte Franchise-Unternehmen in 28 Ländern weltweit rund 280 Partner. Allein in Deutschland hat die VOM FASS AG 150 Franchise-Partner – und ist weiter auf Wachstumskurs. „Aktuell bieten wir bundesweit 25 Existenzgründern die Möglichkeit einer Partnerschaft“, erklärt Gunther Veit, Leiter der Personalbetreuung. Das Hauptkriterium für die Standortwahl ist dabei die Einwohnerzahl: 40.000 Einwohner sind nach Einschätzung von Veit in der Regel für den wirtschaftlichen Erfolg ausreichend. Zusätzlich sollte das Ladenlokal auch mit dem Pkw gut erreichbar sein: „Die erste Straße neben einer Fußgängerzone ist ideal“, so Veit.

### „IM NICHT-DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM ERWARTEN WIR ZWEISTELLIGE WACHSTUMSRATEN“

Das größte Potenzial sieht die VOM FASS AG allerdings im Ausland: „Im nicht-deutschsprachigen Raum erwarten wir in den kommenden Jahren zweistellige Wachstumsraten“, erklärt Veit. Im Jahr 2000 wurde mit der Eröffnung eines VOM FASS-Geschäftes in Tokio der Grundstein für die internationale Expansion gelegt. Die Herausforderungen bei der Erschließung ausländischer Märkte sind vielfältig: „Oftmals müssen wir bei der Einfuhr unserer Produkte Hürden überwinden und auch der Verkauf von alkoholischen Getränken ist nicht überall möglich“, berichtet Veit. Aus diesem Grund kooperiert VOM FASS in jedem Land mit sogenannten Stützpunktpartnern, die als Schnittstelle zu den Partnern vor Ort und den Besonderheiten des jeweiligen Marktes dienen. In der Systemzentrale im schwäbischen Waldburg kümmern sich vier der 69 Mitarbeiter ausschließlich um den reibungslosen Ablauf des internationalen Geschäftes. Darüber hinaus arbeiten auch die Mitarbeiter in der Auftragsannahme und der Buchhaltung mehrsprachig.

### „DIE ANSPRÜCHE DER VERBRAUCHER WACHSEN STÄNDIG.“

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gibt der deutsche Durchschnittshaushalt jeden Monat ca. 310 Euro für Lebens- und Genussmittel aus – Tendenz steigend. Zahlreiche Lebensmittelskandale haben die Verbraucher sensibilisiert und so einen Anstieg der Zahlungsbereitschaft bewirkt. Eine Entwicklung, von der VOM FASS profitiert: „Die Ansprüche der Verbraucher an die Qualität der Lebensmittel wach-



Sehen · Probieren · Genießen

sen ständig. Unsere Kunden wünschen sich hochwertige Produkte und möchten wissen, wie und wo ihre Nahrungsmittel hergestellt werden“, beobachtet Veit. Nicht zuletzt deshalb wurde 2007 in Waldburg-Hannover der Grundstein für eine eigene Manufaktur gelegt, die zwei Jahre später fertiggestellt wurde und seitdem nahezu täglich besichtigt werden kann. „Fast alle unserer Essige stammen aus der eigenen Produktion“, freut sich Veit.

### SEHEN - PROBIEREN - GENIESSEN

Die hauseigene Ladenbauabteilung sorgt dafür, dass die Produkte in jedem VOM FASS-Geschäft ansprechend präsentiert werden. „Die einzelnen Ladenmodule sind speziell für unser Verkaufskonzept entwickelt und stellen wesentliche Elemente der Corporate Identity dar“, beschreibt Veit das Konzept, welches dem Kunden standortunabhängig ein tolles Einkaufserlebnis bietet – ganz nach dem Motto „Sehen – Probieren – Genießen“. Seit 2010 betreibt die VOM FASS AG zusätzlich einen Online-Shop. „Bei der Einführung des Shops war bei unseren Partnern eine gewisse Skepsis und Angst vorhanden“, erinnert sich Veit, „aber mittlerweile wird dieses Zusatzangebot von den Partnern absolut akzeptiert.“ Dafür gibt es Gründe: Zum einen wurde der Shop gemeinsam mit dem Franchise-Nehmer-Beirat entwickelt, zum anderen profitieren die Partner auf zwei Wegen vom Online-Angebot. „Viele Kunden lernen VOM FASS erst über unser Internetangebot kennen und werden so auf unsere Ladenlokale aufmerksam. Zudem haben unsere Partner die Möglichkeit, den Shop in ihrem Webauftritt einzubinden. Für jeden auf diese Weise getätigten Einkauf erhalten sie dann eine Provision“, erläutert Veit.

