

## FACHHÄNDLER: WILH. BREUER IN DÜSSELDORF



# Alles aus einer Hand

Authentisch mit umfassender fast 125-jähriger Erfahrung und großem Wissenspool – so lässt sich der Düsseldorfer Fachhändler Wilh. Breuer kurz charakterisieren. Wir trafen Stephan Jansen, geschäftsführender Gesellschafter, und führende Mitarbeiter des Unternehmens. *Von Yvonne Ludwig-Alfers*

Man fühlt sich im ersten Moment ein wenig erschlagen vom breiten Sortiment, wenn man den Fachhändler Wilh. Breuer im Düsseldorfer Stadtteil Flingern-Süd betritt. Bis fast an die Decke der riesigen Halle mit Fabrikcharme reichen die Regale, welche das gesamte Portfolio von 12.000 Artikeln für die Gastronomie und das Fleischerhandwerk beherbergen. Doch sofort hat man den Eindruck: Hier sitzt jeder Handgriff. Kein Wunder also, dass das Unternehmen im kommenden Jahr sein 125. Jubiläum feiert und sich seit seiner Gründung 1892 durch Wilhelm Breuer einen festen Namen in der von Klein- und Großbetrieben sowie international geprägten Gastronomielandschaft Düsseldorfs und weit über dessen Grenzen hinaus gemacht hat. Heute ist Wilh. Breuer ein dynamisches und erfolgreiches Unternehmen mit 38 Mit-

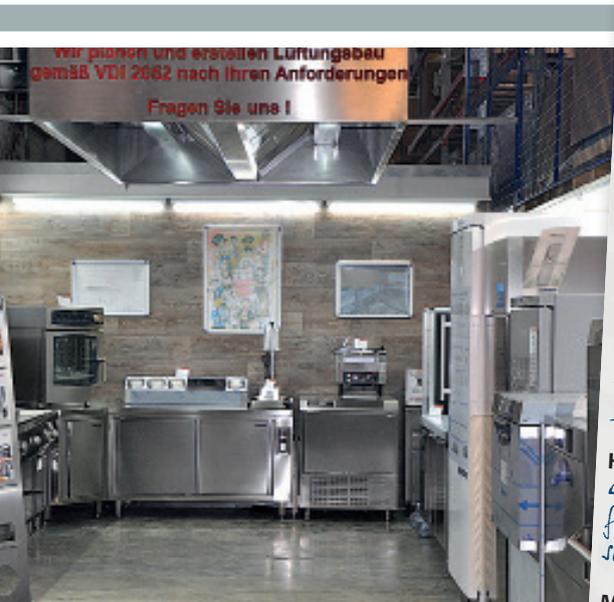
arbeitern in den Bereichen Lager, Service und Verwaltung – darunter befinden sich zwei Auszubildende zum Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel. Neben dem riesigen Produktangebot auf 4.000 Quadratmetern – darunter neben technischem Equipment, Tabletop-Elementen und Einweg-Produkten sogar auch Lebensmittel, Frischfleisch und etwa Schälldarm für die Fleischerindustrie – bietet Wilh. Breuer eine umfassende Servicepalette inklusive schneller Lieferung, Wartung und Reparatur für seine Kunden. Die technischen Geräte werden, bevor sie ins Sortiment aufgenommen werden, genau begutachtet.

Anfassen und erleben von Technik auf Sonderflächen und in Showrooms (siehe auch Bild oben rechts), darauf legt Wilh. Breuer viel Wert

## Bartscher überzeugte

Zuvor nur auf den Bedarf für das Fleischerhandwerk konzentriert, begann man in den 1990-er Jahren, als die Metzgereien ihr Angebot in den Segmenten Mittagstisch und Partyservice zunehmend erweiterten, auch Gerätschaften und Artikel für die Gastronomie ins Sortiment aufzunehmen. Die damalige deutsche Wiedervereinigung brachte zudem neue Kunden aus den neuen Bundesländern sowie Osteuropa und Russland. Fast zeitgleich startete auch die Zusammenarbeit mit Bartscher als Lieferant für die Gastro-Technik. Das Salzkottener Unternehmen wurde – wie generell jeder Hersteller und Partner – genau unter die Lupe genommen. Lieferfähigkeiten, Zuverlässigkeit, Sortimentsgestaltung, Preis- und Rabattgefüge sowie die Außendienstbetreuung überzeug-





**Wilh. Breuer, Düsseldorf**

**Inhaber**  
Geschäftsführende Gesellschafter  
Stephan und Ernst-Willi Jansen

**Historie, Gründung**  
Gegründet 1892, zunächst als Geschäft  
für den kompletten Bedarf des Flei-  
scherhandwerks

**Mitarbeiter, Auszubildende**  
38, darunter 2 Auszubildende

**Einzugsgebiet**  
Nordrhein-Westfalen, aber auch  
deutschland- und europaweit

**Kundenstruktur**  
Gastronomie, Hotellerie, 4V, Cate-  
ring, Metzgereien, Bäckereien, Fleisch-  
warenindustrie, LEH

**Sortiment**  
Volles Sortiment für jede Bran-  
che, Technik, Bedarf und Zubehör,  
Hygiene, Food

**Autorisierter Händler u.a. für**  
Bartschen, Meiko, Smeg, Rational,  
Coldline, Panasonic, Vama n.v.a.

**Mit welchem Segment größter Umsatz?**  
Keine Unterscheidungen

**Verschiebungen im Sortiment wegen Wan-  
del in der Profiküche?**  
Moderne Gartechnik, Prozesssteuerung  
sowie Überwachung, HACCP-konforme  
Werkzeuge und Geräte

**Objektgeschäft, Planung**  
Durchschnittlich 50 Projekte pro Jahr

**Hausmessen, Seminare, Schulungen, Work-  
shops**  
Regelmäßige Workshops mit Partnern

**Service, Außendienst, After-Sales-Geschäft**  
Wartung, Reparatur - 2 Techniker,  
2 Monteur und 4 Außendienstmitar-  
beiter

**Zugehörigkeit zu Verbänden / Händlerzu-  
sammenschlüsse**  
Tagema (Händlerzusammenschluss)

**Werbung über**  
Unternehmenswebseite, Fachzeitschrif-  
ten, eigenes Direktmarketing

Bild oben rechts: Stephan Jansen (2. von links) mit Tochter Julia, Verkaufsleiter Uwe Gros (2. von rechts) und Vertriebsleiter Jörn Mertens

ten den Düsseldorfer Fachhändler – auch dass, wenn der Schuh zwick, der kleine Dienstweg gegangen werden kann. Das seien wichtige Pluspunkte für den stationären Händler im Gegensatz zum Online-Anbieter, der sofortige Verfügbarkeit beziehungsweise Mitnahme und den Service nicht in diesem Umfang bieten kann – so erläutert es Stephan Jansen, der mit seinem Vater Ernst-Willi Jansen Geschäftsführender Gesellschafter bei Wilh. Breuer ist. Aus diesem Grund und weil sich das Einkaufsverhalten der Gesellschaft (siehe Einzelhandel) geändert hat, will man dieses Thema mit der umfangreichen Expertise des Unternehmens koppeln. „Die Kundenstruktur ändert sich: Jüngere Kunden wollen anonym vergleichen und müssen anders erreicht werden“, erläutert Uwe Gros, der die Positionen Verkaufsleitung und Objektplanung im Betrieb bekleidet. Den ersten Schritt will man mit der neuen Website gehen, die in der nächsten Zeit online gehen soll.

**Dritte Generation**

Bereits vor der Sortimentserweiterung um Gastronomie-Artikel gab es in dem Unternehmen einen strukturellen Wandel: 1965, als Ernst-Willi Jansen bei Wilh. Breuer als Geschäftsführer einstieg, großes Potenzial im Industriesegment sah und darauf schließlich den Fokus bei den folgenden Expansionen legte. In den 1980-ern stieg sein Sohn Stephan in das Unternehmen ein. Heute ist mit dessen Tochter Julia Jansen die dritte Generation in dem Düsseldorfer Betrieb tätig. Die 21-Jährige absolviert derzeit eine Ausbildung zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel im Unternehmen.



1/4  
Cool  
Compact