

ZMT-Mitglied Fuhrmann GmbH

Erfolgreiche Kooperation von Hersteller und Fachhandel: So geht's!

Die Fuhrmann GmbH im bergischen Much produziert und vertreibt OP- und Pflege-Sets, sterile Einmalinstrumente sowie Verbandstoffe. Mit mehr als 180 Mitarbeitern an drei Standorten in Deutschland und Tschechien erzielte Fuhrmann 2022 einen Umsatz von etwa 25 Mio. Euro. Seit ca. 10 Jahren vertreibt das Unternehmen seine Produkte auch im niedergelassenen Bereich. Dabei hat Fuhrmann immer auf die enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel gesetzt. Und das mit Erfolg: Inzwischen sind die Fuhrmann-Produkte ein fester Sortimentsbestandteil bei ZMT-Fachhändlern. Diese Erfolgsgeschichte macht neugierig. Die ZMT-Vorsitzende Tibbeke Neumann führte dazu ein Gespräch mit Daniel Seiberl, Vertriebsleiter ambulanter Markt der Fuhrmann GmbH.

Bereits 2016 und 2019 berichtete das Fachmagazin MTD Medizintechnischer Dialog über die Fuhrmann GmbH. Damals war der niedergelassene Bereich noch relatives „Neuland“ für Ihr Unternehmen, da sie vorher überwiegend in der Kliniklandschaft verwurzelt waren. Wie hat sich das Geschäft in den vergangenen Jahren für Sie entwickelt?

Der niedergelassene Bereich rückte damals bei Fuhrmann verstärkt in den Fokus. Aufgrund von verschärften Hygiene- und Arbeitsschutzvorschriften verzeichneten wir von dort eine höhere Nachfrage für Sets und Einmalinstrumente. Da wir strukturell auf den Klinikvertrieb ausgerichtet waren, kam für uns in diesem neuen Geschäftsfeld nur die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel in Frage. Das hat sich ausgezahlt. Wir wachsen aktuell sehr stark in diesem Bereich.

Das heißt, Sie bewerten auch die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel als positiv?

Auf jeden Fall! Wichtig für uns ist eine partnerschaftliche Zusammenarbeit, die auf Vertrauen beruht. Richtig Spaß macht es doch erst, wenn beide Partner gemeinsam erfolgreich sind.

Natürlich muss man anfangs hartnäckig und überzeugend sein, um als neuer Lieferant beim Fachhandel punkten zu können. Deshalb ist es für uns sehr wichtig, die Bedürfnisse und Herausforderungen zu verstehen, um Mehrwert schaffen zu können. Nicht zuletzt deshalb sind wir nun der ZMT beigetreten. Wir sehen uns als Partner des Fachhandels und möchten uns gemeinsam mit ihm weiterentwickeln.

Wichtig ist die Vertrauensbasis. Haben Sie ein Learning über den Fachhandel, das Sie teilen können?

Wir haben in den vergangenen Jahren extrem viel gelernt. Vor allem eins: Der Fachhandel wünscht sich vom Hersteller nicht nur Produkte – sondern partnerschaftliche Verlässlichkeit. Wir sind fachhandelstreu, das heißt, wir machen keinen Direktvertrieb und streben das auch nicht an. Im Gegenteil: Wenn sich Arztpraxen an uns wenden, um direkt bei uns als Hersteller zu kaufen, dann führen wir diese dem Fachhandel zu.

In den vergangenen turbulenten Krisenjahren konnten wir außerdem eine weit überdurchschnittliche Lieferfähigkeit gewährleisten, wie uns von Kunden immer wieder bestätigt wird. Auch dadurch konnten wir viel Vertrauen gewinnen.



Daniel Seiberl, Vertriebsleiter ambulanter Markt, Industrie-kunden, Handel und Export. Die marktstrategische Zusammenarbeit mit der ZMT hat für ihn einen hohen Stellenwert.

nen. Da wir ausschließlich im DACH-Bereich vertreiben, sind auch Reimporte bei uns und unseren Produkten kein Thema.

Was könnte oder sollte der Fachhandel besser machen?

Wir stellen große Unterschiede in der Fachhandelslandschaft fest. In Sachen Digitalisierung zum Beispiel hat die Medizintechnik – wie ja auch die Praxislandschaft generell – einigen Nachholbedarf. In diesem Punkt schließen wir uns im Übrigen mit ein.

Auch in Sachen Offenheit, damit meine ich zum Beispiel den Austausch von Markt-Insights und -Trends, Kundenbedürfnissen etc., würde ich mir oft mehr Vertrauen wünschen. Diese Informationen benötigen wir als Hersteller, um für den Fachhandel passende Konzepte zu erstellen.

Hier merken wir bereits, dass sich die Mitgliedschaft in der ZMT für uns auszahlt. Wir konnten über den Verband weitere interessierte ZMT-Fachhandelspartner zur Zusammenarbeit und damit gemeinsamen Bearbeitung des ambulanten Marktes gewinnen. Diese Zusammenarbeit ist ziel- und zukunftsgerichtet und schafft einfach eine gute Vertrauensbasis.

Sets – der neue Standard in Praxen und MVZ

Wo sehen Sie aktuell Chancen der Zusammenarbeit und des Wachstums?

Die Themen Einmalinstrumente und vor allem eingriffsspezifische Sets aus Instrumenten und Verbandstoffen sowie Zubehör sind aktuell sehr gefragt.

Der regulatorische Druck auf die Praxen in Bezug auf die Aufbereitung von Medizinprodukten ist nach wie vor sehr groß. Immer mehr Praxen möchten die rechtlichen Risiken nicht mehr eingehen und stellen komplett auf Einwegmaterialien um. Im Rahmen der Ambulantisierung sind OP-Sets nicht mehr nur in Kliniken ein Thema, sondern werden auch zum Standard bei niedergelassenen Ärzten und in MVZ.

Unsere Lösungen hier: Zum einen standardisierte Sets für alle gängigen Anwendungsgebiete wie Anästhesie, Chirurgie, Dermatologie, zum anderen individuelle OP-Set-Zusammenstellungen, um auf wirklich alle Bedürfnisse einzugehen. Unser Produktportfolio umfasst kleine Sets mit zwei bis drei Produkten



Produktionsstandort in Tschechien.

ebenso wie große Sets mit etwa 30 unterschiedliche Komponenten. Aus den mehr als 4.500 potenziellen Bestandteilen können wir nahezu unendlich viele Sets kombinieren.

Und genau hier bietet sich eine Chance für den Fachhandel: Die Beratung rund um das optimale Set kann ein Alleinstellungsmerkmal sein. Durch Service, Beratung und Dienstleistung bietet der Fachhandel einen echten Mehrwert und stärkt seine Bindung zu den Arztpraxen.

Wie sieht Ihre Unterstützung für den Fachhandel aus, um diese Produkte zu vermarkten?

Wir bieten unseren Fachhandelspartnern zahlreiche Tools zur Unterstützung in Sachen Marketing an. Dazu gehören ein Schulungskonzept für den Fachhandelsaußendienst, aber auch Informationsmaterialien und Produktmuster. Als besonderen Service bieten wir die Beglei-

tung zum Kunden an – beispielsweise bei individuellen Set-Zusammenstellungen.

Außerdem haben wir im vergangenen Jahr für die Produktgruppe Einmalinstrumente ein Marketingkonzept entwickelt und dieses bereits mit einigen Fachhändlern erfolgreich durchgeführt. Die Kampagne setzt sich aus verschiedenen individualisierbaren Werbematerialien zusammen, die online und offline zum Einsatz kommen. Hierzu gehören u. a. eine Musterverpackung und ein Image-Video. Diese Werbeaktion bieten wir, falls gewünscht, im Übrigen jedem ZMT-Fachhändler an.

Wie sehen die Zukunftspläne der Fuhrmann GmbH im niedergelassenen Bereich aus?

Unser Wachstum im Niedergelassenen Markt sehen wir noch lange nicht als ausgeschöpft an. Das zeigt sich auch darin, dass wir unser Team stetig erweitern. Wir haben inzwischen mehrere sehr erfahrene Gebietsleiterinnen, die den Fachhandel deutschlandweit betreuen. (...)

Parallel entwickeln wir uns im Geschäft mit Industriepartnern weiter. Wir haben festgestellt, dass viele Unternehmen der Medtech-Branche nach Wegen suchen, ihre Lieferketten abzusichern und zum Teil die Fertigung aus Fernost zurück nach Europa holen. Hierfür bieten wir mit unserer Expertise in puncto Produktion, Verpackung und Qualitätswesen Lösungen an, wie zum Beispiel Lohnfertigung, Co-Branding und Set-Packing.



Die Set-Produktion ist ein zentrales Geschäftsfeld bei Fuhrmann.

Fotos: Fuhrmann GmbH

Herr Seiberl, vielen Dank für das Gespräch.

MTD