

Centramed/Medizintechnik-Markt

Mit Kontinuität und Verlässlichkeit punkten

Von den Anfängen als reiner Einkaufsverbund hat sich die Centramed hin zu einem modernen Einkaufs- und Dienstleistungsunternehmen entwickelt. Gepunktet wird mit einer aktiven und an den aktuellen Bedürfnissen des Fachhandels ausgerichteten Sortimentspolitik. Dazu gesellt sich ein permanent gelebter „Rundum-Service-Gedanke“, wie es Geschäftsführerin Andrea Puderbach im Gespräch mit MTD ausdrückt. Die Pandemie hat auch die Centramed gefordert. Doch in der Krise liegt auch immer eine Chance ...

Frau Puderbach, seit April 2002 steuern Sie als Geschäftsführerin den Kurs der Centramed entscheidend mit. Wo sehen Sie rückblickend auf die vergangenen 20 Jahre die größten Erfolge für den Verbund?

Die letzten 20 Jahre waren sehr geprägt von Marktschwankungen, die immer wieder neue Strategien erforderten. Einen großen Erfolg sehe ich darin, dass es trotz der Änderungen im Marktumfeld gelungen ist, eine gewisse Kontinuität im Ver-

bund zu halten. Das stärkt die Gemeinschaft und fördert den Zusammenhalt.

Ein wichtiger Baustein unseres Erfolges ist sicher auch die Sortimentserweiterung aufgrund der Neuausrichtung des Handels und des Ausbaus des Produktportfolios vieler weiterer Kernlieferanten. Das hat die Centramed zum Vollsortimenter gemacht.

Für mich spiegelt sich der wichtigste Erfolgsfaktor aber im kontinuierlichen Aufbau des Dienstleistungsangebots

wider. Die Centramed startete als klassischer Großhandel ohne weitere Dienstleistungen. Seit Anbeginn verfolge ich die Strategie, das Fachhandelsgeschäft stetig auszubauen; dabei leitet mich als Vision der „Rundum-Service-Gedanke“. Das führte schon früh zu einem vielfältigen Angebot an verschiedenen Dienstleistungen für die Gesellschafter und Fachhandelspartner, welches immer weiter optimiert und entwickelt wird.

Die Centramed wurde 1968 von Medizintechnik-Fachhandelsunternehmen gegründet. Wo lag der Impetus für diesen Schritt, wie haben sich Ausrichtung und Selbstverständnis der Centramed bis heute gewandelt?

1968 wurde die Centramed von einigen wenigen Fachhändlern als Verein gegründet. Ziel war es, durch Mengenbündelungen bessere Einkaufskonditionen zu erzielen.

Seit der Vereinsgründung hat sich viel bei der Centramed getan. Der Grundgedanke ist aber geblieben – den Gesellschaftern und Fachhandelspartnern durch Einkaufsoptimierung auch bei Kleinstmengen günstige Großhandelskonditionen anzubieten. Zusätzlich zum Großhandelseinkauf bieten wir heute den Gesellschaftern und unseren Fachhändlern diverse Service- und Dienstleistungskonzepte zur individuellen Nutzung an.

Centramed-Gesellschafter

- Agesa Sanitätshaus GmbH, Saarbrücken
- Auxilium GmbH, Essen
- Burchardt & Zimmermann Medizin-Technik OHG, Mainz
- Drescher + Lung GmbH & Co. KG, Augsburg
- Ing. Karl Frank Nachf. GmbH Würzburg, Waldbüttelbrunn
- GAK GmbH Gesellsch. f. Arzt- u. KH-Bedarf, Frechen
- Healthcare24 Handels GmbH, Österreich, Untertullnerbach
- hestomed + helbig Medizintechnik GmbH & Co. KG, Neuenstadt
- Intermedica GmbH, Klein-Winternheim
- Medco Vertriebsgesellschaft für medizintechnische Produkte, Dülmen
- Medi-Center Mittelrhein GmbH, Koblenz
- Medigroba GmbH, Balingen-Frommern
- Memax Medizinprodukte GmbH, Freiburg
- MTL Medizintechnik Handels GmbH, Hochdorf-Assenheim
- OPM Omnia Pro Medico Stuhr GmbH, Stuhr
- Richard Schilder Sani-med GmbH & Co. KG, Gießen
- Weber Medical GmbH, Winsen
- Medizintechnik Witt, Blankenfelde
- Zuther & Hautmann GmbH & Co. KG, Waren

Wie viele Gesellschafter zählt die Centramed aktuell? Gab es hinsichtlich der Gesellschafter-Struktur in jüngster Zeit Veränderungen?

Die Gesellschafterstruktur ist seit einigen Jahren stabil, aktuell gehören der Centramed 19 Gesellschafterfirmen an (s. Info-Box).

Wer kann Gesellschafter werden?

Bei der Centramed kann sich ausschließlich der medizinische Fachhandel als Gesellschafter bewerben. Über die Aufnahme entscheiden die Gesellschafter.

Eine Zäsur in jeder Hinsicht war bzw. ist die Corona-Pandemie. Welche Herausforderungen und Probleme waren damit verbunden – mit Blick auf Lieferanten, Kunden, aber auch das Centramed-Innenleben?

Mit eines der größten Probleme während der Pandemie war die Lieferfähigkeit unserer Vorlieferanten. Alternativen mussten hier gesucht werden und das Sortiment wurde um neue Produkte erweitert.

Probleme machten uns aber auch die Preiserhöhungen auf Industrieseite – auch auf bereits bestellte Ware und teilweise ohne Vorankündigung. In dieser Ausnahmesituation hat sich aber auch gezeigt, welche Lieferanten hier wirklich im engen Dialog mit den Kunden stehen. Genau das habe ich aber bei einigen sehr vermisst.

Die Centramed-Gesellschafter und die Fachhandelskunden wurden von uns regelmäßig über aktuelle Themen zur Pandemie sowie zum Liefersortiment sowie zu Rückständen und Alternativen informiert. Hier standen wir immer in gutem Austausch.

Großartig haben während der Pandemie das Team in Koblenz und auch die Logistik in Dülmen gearbeitet. Darauf kann man wirklich stolz sein!

Welche Lehren hat die Centramed aus der Pandemie gezogen? Und welche Schwächen bzw. Stärken haben sich

– nebenbei – innerhalb der Centramed offenbart?

Während der Pandemie und bis heute ist die Lieferfähigkeit der Produkte ein wichtiges Thema. Wir haben daraufhin noch einmal das Kernsortiment optimiert und die Lagerbestände erhöht, um unseren Kunden eine noch bessere Lieferfähigkeit zu bieten.

Entscheidend ist aber vor allem die enge Kommunikation zum Kunden, das haben wir in dieser Zeit ebenfalls festgestellt. Wir haben daraus gelernt, wie wichtig der direkte Kontakt immer noch ist – trotz aller Digitalisierungs-Modelle. Auch das wollen wir weiter optimieren.

Zusätzlich verschärfen explodierende Fracht- und Rohstoffkosten sowie Lieferkettenprobleme die Marktsituation. Wie und wo bekommt die Centramed das zu spüren?

In allen Bereichen kommt es zu Liefer Schwierigkeiten. Das betrifft sowohl Verbrauchsartikel als auch die Medizintechnik. Im Moment gilt: Wer liefern kann, ist einen Schritt voraus. Wir versuchen so gut wie möglich für betroffene Artikelgruppen Alternativen zu finden und unsere Kunden entsprechend zu informieren. Erschwerend kommt hier allerdings dazu, dass viele Lieferanten in puncto aktueller Lieferprobleme zu spät informieren.

Die Rohstoff- und Frachtkosten steigen, täglich kommen Preisänderungen von Lieferantenseite. Wir müssen diese Preissteigerungen direkt an unsere Kunden weitergeben. Das ist leider unabdingbar, zum Glück gibt es hier viel Verständnis auf Kundenseite.

Welche Schwerpunkte setzt die Centramed aktuell beim Produkt-Portfolio? Hat sich das Angebotsspektrum über die Jahre verändert?

Die Centramed tritt den niedergelassenen Ärzten gegenüber als Vollsortimenter auf – Verbrauchsartikel, Praxis- und Sprechstundenbedarf, Medizintechnik und Praxisausstattung. Schwerpunkt ist hier – nicht erst seit Corona – der Bereich



Führt die Centramed seit 20 Jahren: Geschäftsführerin Andrea Puderbach.

Hygiene, aber auch die Segmente Praxismöbel und Medizintechnik sind in den letzten Jahren stark gewachsen. Die Bereiche Krankenhausbedarf, Notfall- und Rettungsdienst sowie Altenheim, Pflege und Homecare runden unser Produkt-Portfolio ab. Auch im Bereich Pflege sind wir gewachsen und haben uns so der Neuausrichtung vieler Gesellschafter und Fachhändler angepasst

Wie ist die Zusammenarbeit mit der Lieferantenseite geregelt? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt werden, um bei der Centramed gelistet zu werden?

Das Portfolio muss in erster Linie zu unseren Sortimenten passen. Hier setzen wir ganz auf Qualität. Oberstes Gebot sind jetzt MDR-konforme Produkte. Vor Neuaufnahme eines Lieferanten und dessen Artikeln wird dieser Punkt zuerst geprüft und ist ein klares Entscheidungskriterium für die Listung.

Dennoch versuchen wir den Bedarf zuerst möglichst über unsere Kernlieferanten abzudecken. Mit den meisten verbindet uns eine jahrzehntelange vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ein weiteres Kriterium ist auch die Fachhandelstreue. Diese wird von uns ganz großgeschrieben, gleiches erwarte ich auch von unseren Vorlieferanten.

Welche Rolle spielen Eigenmarken bei der Centramed?

Wir bieten diverse Artikel unter der Marke Centramed® an – als preislich günstige

Alternative zu Markenprodukten. Die Eigenmarke ist bei unseren Fachhändlern sehr beliebt, da sie neben dem attraktiven Preis auch zur Kundenbindung beiträgt.

Wie viele Kunden aus welchen Sparten bedient die Centramed?

Die Centramed ist Partner für ca. 720 Fachhändler. Es handelt sich dabei ausschließlich um medizinische Fachhandelsunternehmen, primär mit den Angebotsschwerpunkten Arzt- und Krankenhausbedarf, Sanitätshaus, Homecare und Rettungsdienstbedarf.

Inwieweit haben sich Erwartungshaltung und Kaufverhalten der Kunden verändert?

Unsere Kunden, also gerade auch die Ärzte, bestellen vermehrt über unseren Online-Shop. Die Pandemie hat diesem Trend noch einmal einen Schub gegeben. Gleichzeitig sind unserer Kunden infolge der Digitalisierung viel besser informiert als noch vor wenigen Jahren.

Durch die Just-in-time Belieferung sind die Auftragsgrößen kleiner geworden. Zu beobachten ist das bei den Ärzten unserer Händler. Kein Arzt legt sich mehr größere Mengen Verbrauchsartikel an Lager, wenn er innerhalb von 24 Stunden Ware geliefert bekommen kann.

Durch private Einkäufe gerade in Online-Shops hat sich die Erwartungshaltung verbunden mit dem Retourenverhalten geändert. Oft erwarten die Kunden im B2B-Geschäft die gleichen Regelungen wie im B2C-Geschäft. Dies ist aber nicht umsetzbar. Somit ist und bleibt der Fachhändler vor Ort trotz Online-Medien weiterhin noch ein wichtiger Ansprechpartner für Fragen und Dienstleistungen.

Stichwort Digitalisierung. Wie stellt sich die Centramed dieser Herausforderung?

Durch die Umstellung auf ein neues Warenwirtschaftssystem verbunden mit Prozessveränderungen haben wir einen entscheidenden Schritt auf der Wegstrecke unserer Digitalisierungsstrategie gemacht. Die Auftragsüberstellung mittels verschiedener Datenschnittstellen direkt in unser System erleichtert den Fachhändlern auf Wunsch die Bestellung. Unser neuer Online-Shop mit seinen vielen Features ist ein weiterer Meilenstein.

Welche sonstigen Dienstleistungen bietet die Centramed dem Fachhandelsmarkt an?

Unsere Fachhändler profitieren von unseren guten Großhandelskonditionen und einem Vollsortiment. Auf Wunsch liefern wir direkt zu den Fachhandelskunden mit einem individualisierten Lieferschein.

Wir bieten ein vielfältiges Marketing- und Vertriebs-Portfolio mit individuellen Werbemitteln für den Marktauftritt unserer Fachhändler an. Unser neuer Online-Shop mit dem Centramed-Basisortiment und der Möglichkeit, dieses um eigene Artikel zu ergänzen, bietet unseren Fachhändlern die Möglichkeit,

schnell und ohne großen Personalaufwand einen eigenen Shop zu betreiben. Das Ganze verantwortet bei uns Marketingleiterin Maïke Fisch.

Ein weiteres wichtiges Werbemittel – auch im Zeitalter des Internets – ist unser Medizinprodukte-Katalog. Nach wie vor wird dieser als „Nachschlagewerk“ oder „Bilderkatalog“ von den Arztpraxen aktiv nachgefragt. Auch unsere Sortimentskataloge und wechselnden Aktionsflyer nutzen unsere Fachhandelspartner immer stärker.

Unser neuer Vertriebsberater Alexander Rost ist im Rahmen seiner Außendiensttätigkeit bundesweit Ansprechpartner für unsere Fachhandelskunden, wenn es um Sortiments- und Servicefragen oder Informationen zu Neuheiten geht.

Eine breite Palette an Schulungs- und Informationsveranstaltungen sowie unser Netzwerk an Dienstleistern wie z. B. Leasing-Unternehmen rundet das Centramed-Angebot für den Fachhandel ab.

Die MDR wirkt sich auf vielfältige Weise auf den Fachhandelsalltag aus – mehr Verantwortung, mehr Kontrollen etc. Welche Erfahrungen macht die Centramed im Geschäftsalltag?



Eingespieltes Team (v. l.): Vertriebsberater Alexander Rost, Geschäftsführerin Andrea Puderbach und Marketingleiterin Maïke Fisch.



Lagerlifter im Logistikzentrum der Medco Vertriebsgesellschaft für medizinische Produkte in Dülmen.

Fotos: Centramed

Durch die Einführung der MDR hat sich das Produktportfolio verändert. Bei einzelnen Herstellern ist eine Reduzierung von Produkten zu beobachten, was sich natürlich dann auch auf das Centramed-Sortiment auswirkt.

Als Händler ist die Centramed von den Anforderungen des Artikels 14 der MDR (erweiterte Aufgaben und Verantwortlichkeiten) betroffen: Angefangen von

der Prüfung der Produkte über die Einhaltung der Lager- und Transportbedingungen bis hin zur Dokumentation der Warenrückverfolgung, zur Marktbeobachtung sowie zur Dokumentation von Beschwerden und deren Weitergabe an die Hersteller.

Als Großhändler haben wir hier eine besondere Funktion. In unserem Lager in Dülmen wird geprüft, ob der Artikel rich-

tig gekennzeichnet ist und ob alle nötigen Dokumente wie Gebrauchsanweisung, Konformitätserklärung usw. vorliegen.

Die Serien- und Lot-Nummern werden in unserem Warenwirtschaftssystem dokumentiert und archiviert, dies ermöglicht uns auf Knopfdruck eine Rückverfolgung der Produkte. Somit übernehmen wir einen Teil der Händlerverpflichtungen für unsere Gesellschafter und Fachhandelskunden.

Die Produktinformationen archivieren wir in einem Dokumentenportal und stellen sie unseren Kunden bei Bedarf zur Verfügung. Ein weiterer Servicepunkt, den wir als Dienstleistung anbieten.

Frau Puderbach, danke für das interessante und offene Gespräch.

wds