

# Auf Veränderungen eingestellt

Die Großhändler-Kooperation *InterES* hat sich neu positioniert. Mit Geschäftsführer Wolfgang Möbus sprachen wir über Schwerpunktthemen wie die Öffnung für neue Gesellschafter, die Neuausrichtung der Eigenmarke Milan und die verstärkte Zusammenarbeit mit dem Büroring.

*Herr Möbus, Sie sind seit Anfang Dezember 2014 als Geschäftsführer bei der InterES aktiv. Wie fällt Ihre persönliche Zwischenbilanz aus?*

Ich konnte hier ein sehr gut aufgestelltes Unternehmen vorfinden. Äußerst schlank und effizient aufgestellt – und daher enorm kostengünstig mit einem sehr breiten Leistungsspektrum und beachtlichen finanziellen Vorteilen für die Gesellschafter. Im Bereich Vertrieb und Marketing gab es für mich einige gute Ansatzpunkte, um die InterES mit ihren Anschlusshäusern wieder mehr in den Fokus unserer Industriepartner zu rücken. In den etwas mehr als zwölf Monaten haben wir aber bereits einiges auf den Weg gebracht, weitere Aktivitäten und die Umsetzung der initiierten Projekte werden folgen.

*Was sind die wesentlichen Themen und Projekte, die Sie in puncto Neuausrichtung angeschoben haben?*

Ganz entscheidend war die vorgenommene Satzungsänderung. Damit haben wir die Möglichkeit geschaffen, dass wir als InterES zukünftig auch Großhändler anderer Branchen, ebenso Streckenhändler, Büromärkte und Versender, als Gesellschafter aufnehmen können, wenn diese unsere PBS-Sortimente im Angebot haben und zu uns passen.



Frisch, modern, zielgruppenorientiert: der neue Milan-Auftritt nach dem Relaunch



Steht für das neue Milan-Logo und den Claim „Ehrlich.Gut.Gelungen“: InterES-Geschäftsführer Wolfgang Möbus

Unser bisheriges Aufnahmekriterium, ausschließlich den reinen PBS-Funktionsgroßhändler bei uns zu organisieren, war aufgrund der bekannten Marktveränderungen heute nicht mehr zeitgemäß. Zudem war mit dieser Einschränkung absehbar, dass wir als InterES zukünftig an Marktbedeutung verlieren und uns nicht nach vorne entwickeln können. Weitere ganz wichtige Themen sind die Neupositionierung und Neugestaltung der Eigenmarke Milan sowie die Anfang Oktober 2015 gestartete Zusammenarbeit mit der Händlerkooperation Büroring.

*Welchen Stellenwert hat für Sie die Eigenmarke?*

Für die InterES ist die Eigenmarke Milan eindeutig eines der wichtigen und zentralen Zukunftsprojekte. Die Positionierung geht klar in Richtung Qualitätsartikel in den beiden Kernsegmenten „Büro“ und „Schule“. Wegweisend war der Relaunch, der bei der Präsentation auf der Messe pbsKompakt in Fulda viel Zuspruch bekommen hat. Das neue Logo und der Claim „Ehrlich.Gut.Gelungen“ bringen es auf den Punkt und zeigen die Zielrichtung. Unsere Mitglieder haben damit die Möglichkeit, als Impulsgeber bei ihren Fachhandelskunden aufzutreten. Nach dem Relaunch geht es jetzt vor allem um die aktive Vermarktung der Milan-Produkte. Hier wird noch viel Überzeugungsarbeit, auch bei unseren

Gesellschaftern, zu leisten sein, aber es ist eine Riesenchance für die InterES sowie die angeschlossenen Großhändler. Ziel ist es, den aktuellen Milan-Umsatz mindestens zu verdoppeln – und das ist machbar, wenn die Gesellschafter engagiert mitziehen. Bereits heute haben wir recht aktive Milan-Großhändler, die mehr als zehn Prozent ihres ZR-Umsatzes mit den Eigenmarken-Produkten tätigen. Knapp unter fünf Prozent sind es bei der InterES insgesamt. Diese Zahlen beweisen, dass noch sehr viel Potenzial schlummert. Jetzt sind unsere Gesellschafter gefordert, ihre InterES-Zentrale aktiv zu unterstützen und mit noch mehr Verbindlichkeit ihren Beitrag zum Erfolg ihrer Eigenmarke beizutragen.

#### *Was erwarten Sie von der Kooperation mit dem Büroring?*

Die Entscheidung, mit dem Büroring eine Zusammenarbeit anzustreben, hat sich recht spontan ergeben. Im Nachhinein betrachtet war diese Entscheidung aber eine logische Konsequenz der bisherigen Marktentwicklung im Großhandel und bei vielen unserer Gesellschafter. Der Schulterchluss ist heute als ein wesentlicher Baustein für die zukünftige Entwicklung der InterES zusehen. Mit dem Zugriff auf das Büroring-Lager, auf die abgestimmten Marketingmaßnahmen bei Katalogen und Prospekten, der angedachten Nutzung des Webshops sowie einigem mehr können wir als InterES jetzt alle Dienstleistungen anbieten, die heute für einen leistungsfähigen Einkaufs- und Marketingverband notwendig geworden sind. In den Bereichen Einkauf, Eigenmarke und Marketing wird es mit Sicherheit weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit geben. Dies werden wir überlegt und in Ruhe angehen. Unsere Mitglieder und deren Kunden im Fachhandel werden davon profitieren, davon bin ich überzeugt.

#### *In welchen Bereichen sehen Sie noch Optimierungsbedarf?*

Unsere Satzungsänderung, die Zusammenarbeit mit dem Büroring und die Fokussierung auf den Vertrieb unserer neuen Eigenmarke Milan werden das Leistungspaket der InterES in hohem Maße bereichern. In der Folge wird dies auch das Interesse für eine Mitgliedschaft in der InterES bei anderen Unternehmen wecken. Hier sind wir für Gespräche offen. Mit den bereits genannten Schwerpunktthemen werden wir in 2016 mehr als ausreichend beschäftigt sein. Handlungs- und Optimierungsbedarf sehe ich zudem in der Einrichtung weiterer Marketing-Gruppen unter dem Dach der InterES. Neben der paperCompetence-Gruppe arbeiteten heute schon die „InterPapeterie“ wie auch die „InterBüro“ erfolgreich zusammen. In der Entwicklung befindet sich die „InterPack“-Gruppe. Hierin wollen sich die Gesellschafter formieren, die mit Verpackungsmitteln unterwegs sind. Zusätzlich denken wir an eine „InterKreativ“, in der sich unter anderem Kindergarten-Großhändler und der Hobby- und Bastelhandel zusammen finden könnte. Sie sehen, es gibt auch in diesem Jahr noch einiges zu tun.

[www.inter-es.de](http://www.inter-es.de)



Den Weg vorbereitet:  
Die neugestaltete  
InterES-Eigenmarke  
Milan bietet viele  
Chancen, beim den  
Handelskunden  
zu punkten.



# ILM

MORE THAN LEATHERGOODS

+

WINTER STYLES 2016

**27 – 29 FEB**

SUMMER STYLES 2016

**10 – 12 SEPT**

OFFENBACH



[WWW.ILM-OFFENBACH.DE](http://WWW.ILM-OFFENBACH.DE)

FOLLOW US ON    

