

# Ehrlich. Gut. Gelungen.

Der aktuelle Relaunch der Eigenmarke Milan ist vor allem für den klassischen PBS-Fachhandel eine gute Nachricht. Denn mit der Stärkung seiner eigenen Handelsmarke erhält vor allem der stationäre Fachhändler ein zukunftsweisendes Werkzeug für einen eigenständigen und wettbewerbsfähigen Marktauftritt.

Seit über 20 Jahren gehört die gut eingeführte Eigenmarke Milan zum exklusiven Leistungsangebot des Inter-ES Großhandels an den PBS-Fachhandel. Doch längst nicht überall entfaltet dieses einzigartige Werkzeug seine volle Wirkung. Der zwischenzeitlich etwas „angestaubte“ Markenauftritt mag der Grund sein, weshalb die Marke Milan bei weitem nicht den Stellenwert hat, den dieses Profilsortiment in jedem PBS-Regal eigentlich haben müsste – gemessen an der Wirkung, die eine „eigene Handelsmarke“ für jeden einzelnen Händler entfalten kann.

## Mit Milan – Alleinstellung

Die Marke Milan steht für ehrliche Produkte in Markenqualität, die Artikel überzeugen durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und gelungene Arbeitsergebnisse in Schule, Hobby und

Beruf. Das fachhandelsexklusive Profilsortiment sorgt für Alleinstellung im Wettbewerbsumfeld und damit für den notwendigen Kalkulationspielraum. Die hohe Nutzerzufriedenheit verbessert die Kundenbindung und stärkt das Leistungsversprechen des Fachgeschäftes. Durch die tägliche Belieferung, auch in Kleinstmengen, kann der Fachhändler zudem die Vorteile des Miteinanders mit dem Inter-ES Funktions-

Die traditionell-hexagonalen Buntstifte im Pappetui sowie die Klebestifte in drei Größen sind Beispiele für neue Produkte, die das Milan-Sortiment abrunden sollen.



Die druckfrische Händler-Information zum Milan Relaunch liegt dieser Ausgabe von pbs AKTUELL bei.

großhandel voll auspielen. Dazu zählen die vertriebsunterstützenden Aktivitäten für die Markenbildung, sowie das Milan Werbemittelpaket für den Point of Sale, mit dem der Inter-ES Funktionsgroßhandel das Engagement des Fachhändlers für die Forcierung der Eigenmarke belohnt. Getreu dem Markenslogan „Ehrlich. Gut. Gelungen.“

## Mit Milan – in die Zukunft

Wenn Inter-ES Geschäftsführer Wolfgang Möbus den aktuellen Relaunch der Eigenmarke Milan als „eines der wichtigsten Zukunftsprojekte der Inter-ES“ bezeichnet, meint er damit gleichermaßen die Stärkung des Funktionsgroßhandels wie der Fachhandelslandschaft. Die Marke Milan ist eine zukunftsichernde Klammer im verbindlichen Zusammenspiel beider Marktstufen. Klar ist aber auch: Die Idee der exklusiven PBS-Eigenmarke für den Fachhandel kann ihre Chancen und Möglichkeiten nur gemeinschaftlich auch tatsächlich umsetzen. Wer sich für die Eigenmarke Milan interessiert, erfährt alles zum Thema Relaunch beim Paperworld-Händlertreff am Inter-ES Messestand in Halle 3.0. ✕