

Neue Produkt- und Geschäftsfelder im Blick

Seit der Übernahme von **Papyrus Deutschland** durch **Inapa**, der Muttergesellschaft von **Papier Union**, wird intensiv an der Zusammenführung beider Unternehmen gearbeitet. Wir sprachen darüber mit Martin Tewes, Geschäftsführer Sales und Marketing bei Papier Union.

Herr Tewes, wo stehen Papier Union und Papyrus Deutschland derzeit organisatorisch bei ihrer Fusion? Wann planen Sie „Vollzug“?

Die Übernahme der Papyrus Deutschland durch unsere Muttergesellschaft Inapa IPG SA ist mit Wirkung zum 1. August 2019 erfolgt. Seitdem arbeiten wir in insgesamt elf fachbezogenen Arbeitsgruppen intensiv an der konkreten Zusammenführung beider Unternehmen. Was den „Vollzug“ der rechtlichen Zusammenführung beider Unternehmen betrifft, so ist diese für das zweite Quartal 2020 geplant.

Wo liegen die großen Herausforderungen in diesem Prozess?

Eine zentrale Herausforderung ist die ideale Koordination zwischen Planung, interner und externer Kommunikation sowie der Umsetzung. Wir haben viele Einzelprozesse und kleine wie größere Veränderungen vor uns. Um die Motivation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie das Vertrauen



Martin Tewes, Papier Union: „Wir werden in diesem Jahr mit bewährten Sortimenten und mit ganz neuen, an unseren Kundengruppen ausgerichteten Markenkonzepthen in den Markt gehen.“

unserer externen Partner, vor allem unserer Kunden, bestmöglich zu erhalten, müssen wir transparent und möglichst zeitnah kommunizieren – bei der Fülle von Themen eine nicht zu unterschätzende Aufgabe. Hinzu kommt eine in Mergerprozessen typische Herausforderung – die Vereinheitlichung nahezu aller IT-Systeme.

Wo erwarten Sie künftig die größten Synergiepotenziale – gerade auch im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und den B2B-Endkunden?

Die Bündelung der Kompetenzen beider

Unternehmen mit langjährigen und erfahrenen Mitarbeitern ermöglicht uns den Aufbau einer optimalen Vertriebsstruktur, um eine hohe Marktdurchdringung und den besten Kundenservice zu gewährleisten. Wir werden in diesem Jahr mit bewährten Sortimenten und mit ganz neuen, an unseren Kundengruppen ausgerichteten Markenkonzepthen in den Markt gehen. Daraus ergeben sich zusätzliche Chancen, insbesondere auch für den Fachhandel und den Endkunden. Darüber hinaus werden wir durch die Zusammenführung unserer Lager- und Lkw-Kapazitäten noch leistungsfähiger in der Auslieferung sein.

Wird der Name Papyrus Deutschland erhalten bleiben? Was wird mit den Standorten, Mitarbeitern und den Sortimenten von Papyrus Deutschland geschehen?

Mit dem juristischen Inkrafttreten der Verschmelzung von Papier Union und Papyrus Deutschland werden wir uns in „Inapa Deutschland“ umbenennen. Es ist genau der richtige Zeitpunkt, um den Namen unserer Muttergesellschaft anzunehmen und dadurch ein Unternehmen mit neuer Identität entstehen zu lassen. Einige Zusammenlegungen von Standorten haben wir schon umgesetzt. So wurden beispielsweise die Vertriebsstandorte in Köln zusammenge-

Bild: Papier Union



Logistik unter einem Dach: Am Nürnberger Standort arbeiten Papier Union und Papyrus bereits gemeinsam.

führt, und in der Logistik sind wir sogar schon in Nürnberg, Kelkheim (bei Frankfurt) und Hannover-Langenhagen unter einem Dach. Was die Sortimente betrifft, gehen wir, wie in anderen Bereichen auch, klar nach dem Motto „das Beste aus beiden Welten“ vor. Um unsere Kunden nicht zu schnell mit zu vielen Produktänderungen konfrontieren zu müssen, haben wir uns die wichtigsten Markenrechte für einen längeren Zeitraum gesichert.

Das Papiergroßhandelsgeschäft ist derzeit vielfältigen Herausforderungen ausgesetzt. Was sind die größten Herausforderungen aus der Sicht von Papier Union in Deutschland?

Wir müssen schlicht davon ausgehen, dass die für uns relevanten Papiermärkte auch in den kommenden Jahren rückläufig sind. Dies betrifft neben dem Papiergroßhandel allerdings andere Marktteilnehmer gleichermaßen. Diesen Trend begegnen wir mit zwei strategischen Ansätzen: Zum einen werden wir unser Produktspektrum in den kommenden Jahren deutlich erweitern. Hier wollen wir – gemeinsam mit unseren Kunden – neue Produkt- und Geschäftsfelder entwickeln. Zum anderen arbeiten wir bereits sehr intensiv an einer optimalen Nutzung unserer Daten, um in den kommenden Jahren zum Beispiel mit Hilfe von Predictive Analytics, also datenbasierende Verbrauchsvorhersagen, neue Services für unsere Kunden zu entwickeln.

Bild: Papier Union



Nach dem rechtlichen Vollzug des Zusammenschlusses wird die gemeinsame Papier Union/Papyrus Deutschland als Inapa Deutschland am Markt auftreten.

Wie sind Ihre Erwartungen für die Marktentwicklung im kommenden Geschäftsjahr?

Ich erwarte diesbezüglich keine größeren Veränderungen im Vergleich zu 2019. Wie bereits erwähnt, rechnen wir mit einem weiterhin rückläufigen Markt im Bereich der Büropapiere und stellen uns entsprechend darauf ein. Zu beobachten ist allerdings ein zunehmender Veränderungsdruck bei vielen Marktteilnehmern. Viele Unternehmen arbeiten derzeit, so meine Beobachtung, noch intensiver an effizienzsteigernden sowie innovativen Konzepten, da der Margen- und Ertragsdruck entsprechend zunimmt. Wir stehen diesen Themen sehr offen gegenüber und werden auch in Zukunft eng mit unseren Partnern an Zukunftskonzepten arbeiten.

www.papierunion.de

InterES

Verbundgruppe meldet stabile Umsätze

Die Nürnberger Händler-Verbundgruppe InterES erzielt weiterhin stabile Zentralregulierungsumsätze nach elf Monaten in 2019, wie Geschäftsführer Wolfgang Möbus informiert. Auch die Umstellung auf eine beleglose Rechnungsverarbeitung im EDI-Verfahren schreite zügig voran. Entgegen der Marktentwicklung und trotz Mitgliederverlusten habe sich der Zentralregulierungsumsatz mit den Mitgliedern nach den ersten elf Monaten im Vergleich zum Vor-

jahr nochmals leicht um 0,2 Prozent erhöht. „Die InterES freut sich sehr, dass sich unsere engagierten und gut aufgestellten Mitgliedsunternehmen erfolgreich gegen die für den Fachhandel bekannt negativen Marktentwicklungen sehr gut behaupten und in ihrem Umfeld durch persönlichen Kundenkontakt und umfangreiche Service-Dienstleistungen auch weiterhin punkten können“, so Wolfgang Möbus.

www.inter-es.de

soft-carrier

Marken
shop

**Distribution für den
Fachhandel**

Mehr als 60.000 Artikel

www.soft-carrier.de