



Reiner Sturm_pixeio.de

Inter-ES will offensiv auf potenzielle Mitglieder zugehen

Weichenstellungen

INTER-ES | Corona hat den Handel aller Stufen in den zurück liegenden Wochen und Monaten hart getroffen. Nur wer als Händler in einer stabilen Kooperation eingebunden war und auf die Hilfe seiner Zentrale vertrauen konnte, kam vergleichsweise gut über die Runden. Dafür hat Inter-ES-Geschäftsführer Wolfgang Möbus nachhaltige Belege und deshalb wirbt er auch im Redaktionsgespräch offen für eine Mitgliedschaft in seiner Kooperation – aber auch für ein engeres Zusammenrücken der Kooperationen unserer Branche.



Wolfgang Möbus, Geschäftsführer der Nürnberger Inter-ES.

? Herr Möbus, können Sie das Wort Corona noch hören und was assoziieren Sie persönlich damit aus Sicht der Inter-ES?

Möbus: Wir sollten uns nicht mit dem Wort, sondern mit den Auswirkungen auseinandersetzen. Ob alle Maßnahmen angemessen und bis zum Ende durchdacht waren, wage ich zu bezweifeln. Es ist im Nachgang aber auch leichter zu kritisieren, als rechtzeitig die richtigen Entscheidungen zu treffen. Tatsache ist, dass die Maßnahmen die Weltwirtschaft nachhaltig geschädigt, die Wirtschaft in unserem Land nahezu lahmgelegt, einen Milliarden Schaden verursacht, unzählige Unternehmen ruiniert, Insolvenzen sowie nach der Massenkurzarbeit auch eine absehbare Massenarbeitslosigkeit zu verantworten haben. Und dies ganz unabhängig von zahllosen familiären und menschlichen Schicksalen. Ob und

wie viele Menschenleben dadurch gerettet werden konnten, wissen wir nicht. Für die Inter-ES als Verbundgruppenzentrale bedeutet die Corona-Krise in erster Linie einen spürbaren Umsatzrückgang in der Zentralregulierung und dadurch weniger Einnahmen bei gleichbleibenden Kosten. Dazu kommt eine weitreichende Hilfestellung zu allen möglichen Fördermaßnahmen einschl. der rechtlichen Aspekte zu stattlichen Hilfen oder zur Kurzarbeit, die unsere Mitglieder bisher meist nicht gebraucht haben. Auch die Unterstützung von Valutaanträgen einzelner Gesellschafter bei größeren Lieferanten in Verbindung mit unserem Rückversicherer, der Inter-Aval, gehört hier dazu. In Summe also einige Zusatzaufgaben. Da wir keine eigene Logistik haben, waren wir als Inter-ES-Zentrale aufgrund der Umsatzrückgänge nicht in dem Maße mit Kurzarbeit konfrontiert, wie dies in anderen Verbundgruppen der Fall war.

? Ende Februar haben Sie in einem Interview in diesem Magazin sinngemäß gesagt, dass die Mitgliedschaft in der Inter-ES eine gute Basis sei um als Unternehmen zu wachsen. Gilt dies nach dem Abflauen der ersten Corona-Welle so immer noch?

Möbus: Gerade dann macht eine Inter-ES-Mitgliedschaft mehr denn je Sinn.

„Da wir keine eigene Logistik haben, waren wir als Inter-ES-Zentrale aufgrund der Umsatzrückgänge nicht in dem Maße mit Kurzarbeit konfrontiert, wie dies in anderen Verbundgruppen der Fall war.“

Unsere Mitglieder, die teilweise erhebliche Umsatzeinbußen zu verkraften hatten, sind in einer starken Gemeinschaft gut aufgehoben und können als Gesellschafter auf die Unterstützung der Zentrale zurückgreifen, wenn sie allein kein Gehör finden. Auch macht sich in solchen Krisenzeiten bei stark rückläufigen Umsätzen die schlanke und effiziente Struktur der Inter-ES positiv bemerkbar. Einen großen Verwaltungsapparat und eine eigene Logistik, als zwei mögliche Verlustbringer, haben wir nicht. Nachdem wir 2019 ein sehr gutes Jahresergebnis erzielten, werden wir auch das schwierige Jahr 2020 relativ unbeschadet überstehen. Grund genug für Handelspartner, die an einer Inter-ES-Mitgliedschaft interessiert sind, erneut darüber nachzudenken.

? Ende April, also noch mitten in der Corona-Krise, haben Sie Ihren Mitgliedern für deren B2B- wie auch der B2C-Kunden ein ausgefeiltes Vertriebskonzept vorgestellt. Haben Sie keine Sorge, dass Ihnen Corona die „Tour vermasselt“ und die Aufmerksamkeit im Handel bis auf Weiteres ganz anderen Themen gilt?

Möbus: Ganz im Gegenteil! Wir haben damit bewiesen, dass wir auch in schwierigen Zeiten, die wir so noch nie hatten, unsere bestehenden Mitglieder umfangreicher denn je begleiten und unterstützen und darüber hinaus auch die Kraft und die Mittel haben, uns am Markt als attraktive und leistungsfähige Verbundgruppe noch mehr bekannt zu machen. Unserem Claim „Wir. Verbessern. Erträge“ wollen wir nicht nur nachkommen, sondern diese Leistungen auch anderen Marktteilnehmern anbieten.

? Das Vertriebskonzept ist ein Komplettpaket für den Handel.

Bedeutet dies, dass der Handel alles oder nichts nehmen muss – oder kann er auch individuelle Bausteine „picken“?

Möbus: Unser neues Vertriebskonzept ist so aufgebaut, dass jedes Inter-ES-Mitglied einzelne Bausteine, Tipps und Angebote für sich auswählen und einsetzen kann, so wie dies individuell passt – selbstverständlich unterschieden nach Angeboten für den Groß- und Streckenhandel. Hier sind wir im regen Austausch mit unseren Mitgliedern. In die aktuellen Juni-Angebote sind bereits erste Anregungen aus dem Gesellschafterkreis eingeflossen und weitere werden folgen. Wir sind überzeugt, dass Vertriebsunterstützung seitens der Zentrale so aufgebaut sein muss, dass diese vom Mitglied individuell angepasst umgesetzt werden kann, und dass ein Mausklick ausreicht, die angebotenen Aktionen an die eigenen Abnehmer weiterzuleiten.

„Nachdem wir 2019 ein sehr gutes Jahresergebnis erzielten, werden wir auch das schwierige Jahr 2020 relativ unbeschadet überstehen. Grund genug für Handelspartner, erneut über eine Inter-ES-Mitgliedschaft nachzudenken.“

? Ist der Handel kurz nach Corona schon wieder willens, mit neuen Konzepten auf Kunden zuzugehen, oder geht es aktuell nicht eher darum, sich neu zu sortieren?

Möbus: Gerade in der Corona-Zeit ist es wichtig, die Mitglieder mit Vertriebsaktivitäten zu unterstützen, weil durch Kurzarbeit das eine oder andere auf der Strecke bleibt. Als Dienstleister für unsere

Wie lief 2019?

Das Jahr 2019 war für die Inter-ES und deren Gesellschafter eines der Besten überhaupt, wenn man nur das Bilanzergebnis betrachtet. Mit rund 300.000 Euro ausgewiesenem Bilanzgewinn hat man das geplante Ergebnis um 50% übertroffen, das Ergebnis des Vorjahres nahezu verdoppelt. Das freut natürlich nicht nur den Geschäftsführer, sondern vor allem die Mitglieder, denn dieser Ertrag wird diesen zu gleichen Teilen zusätzlich vergütet. Skonto- und Delkredereerlöse, die sofort beim Rechnungsausgleich in Abzug gebracht wurden, lagen im Gesamtschnitt bei 6,19%, an Bonusausschüttungen kamen zusätzlich zu vielen individuellen Bonusvereinbarungen weitere 0,8% dazu. Jedes Inter-ES-Mitglied konnte so im Durchschnitt 6,99% Ertragsvorteil über die Inter-ES-Zentralregulierung für sich verbuchen – und dazu kamen noch der Gewinnanteil aus dem Jahresergebnis der Zentrale sowie individuelle Bonuserträge, Preisvorteile bei Inter-ES-Sammelbestellungen und -Kontrakten.

Gesellschafter sehen wir es als unsere Aufgabe an, hier einen echten Mehrwert zu bieten, der dem Mitglied eine spürbare zeitliche Entlastung bringt und das Gemeinschaftsgefühl fördert. Je mehr Mitglieder sich engagieren, umso größer wird auf Sicht der Nutzen für alle, lassen sich in der Gruppe neue und nennenswerte Umsätze realisieren, führt dies auch zu Konditionsverbesserungen im Einkauf. Bei regelmäßigem Einsatz dieser Angebote durch unsere Mitglieder wird eine intensivere Kundenbindung und ein anhaltender Erinnerungswert vom Abnehmer zu unserem Mitglied erreicht. Also eine Win-win-Situation.

? Erstmals machen Sie mit dem Vertriebskonzept auch Angebote für Streckenhändler und bieten Schulungen durch Lieferanten aus dem B2B-Bereich. Fehlen der Inter-ES dafür nicht die passenden Mitglieder?

Möbus: Die Mitglieder für diese Vertriebsaktivitäten haben wir bereits. Uns geht es mehr um das „Mitmachen“. Hier sind wir im Austausch mit den Mitgliedern. Je abgestimmter und passender das Gesamtkonzept wird, desto mehr Gesellschafter werden sich daran beteiligen. Dass wir in Summe noch mehr

Inter-ES-Mitglieder haben wollen, die sich daran beteiligen, ist bekannt. Daher suchen und werben wir offen für neue Mitgliedschaften. Auch spielen wir mit dem Gedanken, dieses Vertriebskonzept für Externe zu öffnen, gerne auch für andere Marketing-Gruppen. Warum nicht?

? Als Zielgruppen, so das Konzept, sollten Ihre Mitglieder bevorzugt gewerbliche Kunden der Bereiche Handwerk, Versicherungsbüros, Agenturen, Einzelhandelskollegen, Ärzte, Anwälte und Notare sowie Steuerberater auf dem Schirm haben. Passt das schon oder sprechen wir hier nicht eher von Zukunftsmusik?

Möbus: Zu den vorgefertigten Angeboten geben wir vielerlei Tipps und Anregungen für unsere Mitglieder, auch den Hinweis, einzelne Zielgruppen im Bereich der Abnehmer gezielt anzugehen. Nicht nur pauschal streuen, ohne die Abnehmergruppe in Bezug auf die beworbenen Produkte zu berücksichtigen. Vielleicht wurde im einen oder anderen Fall diese Sicht der Dinge noch gar nicht bedacht. Darauf wollen wir hinweisen.

? Sie haben in der Inter-ES in den letzten Jahren vieles verändert, teilweise auch auf den Kopf gestellt. Und das alles mit einem Ziel: Gewinnung neuer Mitglieder. Von außen betrachtet ein Konzept, das bislang nur begrenzt aufgegangen ist.

Möbus: Das kann man so sehen. Seit 2014, als ich zur Inter-ES kam, haben wir nicht nur Mitglieder durch Ausscheiden aus dem Markt verloren, sondern auch neue dazugewonnen, wenn auch zu wenige. Dass es zukünftig keinen neuen PBS-Großhändler mehr am Markt geben wird ist vorhersehbar. Daher haben wir unsere Satzung geändert und können nun auch PBS-Streckenhändler und Filialisten als Gesellschafter aufnehmen. Nach Kaut-Bullinger im Sommer 2016 und zuletzt Plate Anfang März sollte diese Möglichkeit inzwischen am Markt bekannt sein. Im letzten Jahr kamen Büro & Kopier aus Dortmund mit rund 40 Filialen, die Firma Blenz als freier Groß-

Die neue Imagebroschüre der Inter-ES stellt die Leistungsfähigkeit der Großhandelskooperation in den Mittelpunkt.

händler mit vier eigenen Ladengeschäften aus Weiden sowie aus der früheren Egropa die Unternehmen Speckmann + Vedder, Presse Grosso Gast, heute Presse Grosso Mitte, sowie Greiner aus Bad Boll dazu. Damit sind wir breit und ausbaufähig aufgestellt, haben neben dem klassischen PBS-Fachgroßhandel auch große und kleinere Streckenhändler als Mitglieder, aber auch Filialisten und Fachmarktbetreiber. Hier gilt es nun Gruppierungen aufzustellen, deren Interessen zu bündeln und durch zentrale Maßnahmen zu unterstützen. Zum Januar 2021 wird ein weiterer Streckenhändler aus einer anderen Verbundgruppe dazukommen, der augenblicklich noch seine Kündigungsfrist abwarten muss. Mit unserem Vertriebskonzept gehen wir den Weg der internen Spezialisierung. Wir freuen uns über jede Kontaktaufnahme, die zu einem Aufnahmeantrag mit anschließender Mitgliedschaft als Inter-ES-Gesellschafter führt.

„Für vier PBS-Kooperationen wird es zukünftig keinen Platz mehr im Markt geben, zwei sollten es aber schon sein.“

? Wenn wir über neue Mitglieder sprechen, so wäre es doch zielführender, statt der Akquise einzelner Handelsunternehmen gleich über Gruppen nachzudenken und sich bspw. mit anderen Kooperationen zusammen zu tun, oder?

Möbus: Da bin ich ganz Ihrer Meinung und die Frage lässt sich leicht beantworten. Es scheitert nach meiner Erfahrung meist an den handelnden Personen dieser Gruppierungen. Keiner will bei einer Fusion der zweite Sieger sein und den



Platz räumen. Das war in unserer Branche schon vor 20 Jahren so. Damals verhandelte die Schreipa mit der Egropa. Es war eigentlich alles fertig, beide Gruppen tagten im selben Hotel, nur durch eine Türe getrennt. Dann ging diese auf und die vorgesehene Kooperation wurde präsentiert. Am Ende ist sie aber dennoch gescheitert, weil ein „Fürst“ zu viel an Bord war. Kurze Zeit später ergaben sich die Kooperationsgespräche zwischen Schreipa und dem damaligen Europa-Kontor. Das hat funktioniert, da einer der „Fürsten“ in den Ruhestand ging – die heutige Inter-ES war geboren. Mein Ziel ist es, die Inter-ES auch für die Zeit nach mir zukunftsfähig aufzustellen. An einer Kooperation der bestehenden Gruppen wird aus meiner Sicht kein Weg vorbeiführen, damit diese weiterhin erfolgreich am Markt bleiben. Alle Gruppierungen werden zukünftig nicht nur Mitglieder, sondern auch Umsätze verlieren, die in andere Vertriebskanäle abwandern.

? Und was ist die Folge aus dieser, Ihrer Prognose?

Möbus: Für vier PBS-Kooperationen wird es zukünftig keinen Platz mehr im Markt geben, zwei sollten es aber schon sein. Das wünscht sich nicht nur die Industrie. Dort wartet man sogar darauf. Ich bin für jede Kooperation offen, die Sinn macht und unseren Mitgliedern dienlich ist. Da auch meine Zeit bei der Inter-ES endlich ist, stehe ich bei einer Kooperation mittelfristig niemandem im Weg.

Herr Möbus, besten Dank für dieses Gespräch. EI ■