

Globale Stärke, lokaler Service

Die Bürobedarfs-Händlergruppe „OfficeStar“ mit 21 Partnern und 25 Service-Centern bundesweit feierte im vergangenen Jahr fünfjähriges Bestehen. Ein sukzessiver Ausbau bis zu einer bundesweiten Flächenabdeckung ist geplant.

Es sei die Idee, die hinter OfficeStar stehe und die Gruppe so erfolgreich mache, heißt es aus der Haaner Büroring-Zentrale zu der die OfficeStar-Gruppe gehört. Denn man kombiniere die Kraft einer europäischen Organisation mit der Stärke, Flexibilität und Verlässlichkeit eines regionalen Fachhändlers. OfficeStar startete in Deutschland im Herbst 2002 unter Federführung des ehemaligen Büroring-Vorstands Klaus Kemper. „Wir wollten ein eigenständiges Geschäftsmodell entwickeln, das nicht so einfach kopiert werden kann – und dies ist uns gelungen“, bestätigte der Branchenexperte die wesentliche Zielsetzung. Auch die Weiterbildung der angeschlossenen Händler ist von hoher Bedeutung. Im Jahr 2006 initiierte OfficeStar die „University“, die praxisbezogene Qualifizierungsmaßnahmen entwickelt und den Mitgliedern zur Verfügung stellt. Inzwischen konnten so unter anderem die rund 120 Vertriebsmitarbeiter zu „Kunden-Kontakt-Managern“ (KKMs) qualifiziert werden, wie OfficeStar-Sprecher



Die weißen Flecken auf der OfficeStar-Deutschlandkarte sollen sukzessive geschlossen werden.



Gelungener Mix: die Kombination von Markenprodukten und der Hausmarke „5 Star“

Thomas Grzanna bestätigt. Die erfolgreiche Entwicklung der Kooperation wird nicht zuletzt an den Zahlen deutlich. Die Händlergruppe, die seit der Gründung den Umsatz von 16,7 Millionen Euro in 2003 auf 25 Millionen Euro in 2007 steigern konnte, plant zudem einen sukzessiven Ausbau bis hin zu einer bundesweiten Flächenabdeckung.

Als Zielwert gelten 30 bis 35 Mitglieder. Als Dienstleister für die Belieferung mittelständischer und großer Unternehmen baut OfficeStar auf das Leistungsangebot zweier starker Partner: Neben der Erfahrung und der umfangreichen Produktauswahl des Großhändlers Spicers können die Mitglieder auf die Serviceunterstützung der Haaner Büroring-Zentrale zurückgreifen. Entstanden aus der Einkaufsgenossenschaft OfficePoint ging OfficeStar Europe 1998 in Großbritannien an den Start. Heute ist die Gruppe dort mit 40 sowie in Deutschland mit derzeit 21 Mitgliedern mit 25 Service-Centern aktiv. Der bisherige Erfolg gründet auf der Idee, die Vorteile bereits etablierter Bürobedarfshändler durch internationale Bezugsquellen sowie europäische Standards in Logistik, E-Commerce und Marketing zu ergänzen.

„So ergibt sich eine schlagkräftige Kombination von globaler Stärke und lokalem Service, wobei der einheitliche Marktauftritt unter der OfficeStar-Flagge die Kompetenz durch Größe und Geschlossenheit der Mitgliedsfirmen untermauert“, so Grzanna zu den Vorteilen. Die gezielte Marktbearbeitung wird zudem durch die hohe Verfügbarkeit und Auswahl aus rund 17 000 Lagerartikeln und durch einen gelungenen Mix aus Markenprodukten und der preisgünstigeren Alternative, der „5Star“-Eigenmarke, ermöglicht. www.officestar.de



Breites Angebot: OfficeStar-Händler-Webshop