

OFFICESTAR DEUTSCHLAND GRUPPE FEIERT FÜNFJÄHRIGES BESTEHEN

# Die Sterne sind im Büro-umfeld zum Greifen nah

Großer Erfolg mit einem einmaligen Konzept: Die deutsche OfficeStar-Gruppe forciert ihren Marktauftritt mit einem umfassenden Schulungskonzept. Mit der sogenannten OfficeStar University werden aus gewöhnlichen Vertriebsmitarbeitern aufmerksame „Kundenkontaktmanager“. Sie sind eine wichtige Schnittstelle zwischen Industrie, Handel und Endkunden.



„Business Convention 2008“ von OfficeStar Deutschland auf Schloss Auerbach: Gruppe steht unter einem guten Stern

Der Bürobedarfsspezialist OfficeStar Europe und das Alleehotel Europa im hessischen Bensheim haben ein bedeutungsvolles Zeichen gemeinsam: Die Sterne im Logo, die die Idee der besonderen Verbundenheit verkörpern und einen Hauch von Exklusivität ausstrahlen. Am 6. und 7. März 2008 leuchteten diese Sterne bei der hervorragend organisierten „Lieferanten Convention“ - auch: „Business Convention“ genannt - von OfficeStar Deutschland besonders klar und hell. Und die Sterne leuchteten auch über dem nahen Schloss Auerbach, das ebenso eine Festung und Trutzburg darstellt wie die erwähnte Marketinggruppe. Deren Basis und Verständnis beschrieb Sprecher Thomas Grzanna in wenigen Worten: „Globale Stärke und lokaler Service.“

## ERFOLGREICHE OFFENSIVE

Die deutsche OfficeStar-Gruppe wurde vor fünf Jahren mit Hilfe von OfficeStar Europe und des Großhandelspartners Spicers Ltd. Deutschland gegründet. Damals schien der Vorstoß großer internationaler Bürobedarfs-Anbieter und die Defensive, wenn nicht gar Aufgabe vieler PBS-Fachhandelsbetriebe, unaufhaltsam.

Heute zählt die deutsche Marketinggruppe 21 Mitgliedsfirmen mit insgesamt 25 Servicecentern und 120 „Kundenkontaktmanagern“, die 150.000 Geschäftskunden

aktiv betreuen und jährlich 500.000 Kundenkontakte haben. Im Jahr 2007 stieg der Delkredere-Umsatz von OfficeStar Deutschland gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent von 23 auf 25 Millionen Euro. „Ich kenne keine andere Marketinggruppe in der Branche mit solch einem Volumen“, betonte Büroring-Vorstand Carsten Marckmann auf der „Lieferanten Convention 2008“. Damit steht die Entwicklung der Gruppe unter einem wirklich guten Stern.

## ANTWORT AUF „BILLIGER ODER BESSER?“

Vor rund 80 Teilnehmern erinnerten der ehemalige Büroring-Vorstand Klaus Kemper, der amtierende Büroring-Vorstand Carsten Marckmann, OfficeStar Europe Chef Martin Eames und Thomas Grzanna an die Anfänge und das einzigartige Konzept von OfficeStar Deutschland.

Während Martin Eames in seinem Vortrag die entscheidende Frage für das PBS-Fachhandelsgeschäft formulierte („Can we do that cheaper or better?“), zog Klaus Kemper nicht nur die Grenze zu den globalen und vorgeblich billigen Anbietern, sondern differenzierte auch innerhalb des Fachhandels: „Mit der kollektiven Gleichmacher-Politik der Genossenschaften waren manche Mitglieder genauso unzufrieden wie mit dem unbefriedigenden Zustand, zu klein für große Kunden und zu groß für kleine Kunden zu sein.“ Mit OfficeStar Deutschland hätten enga-

gierte Händler einen gemeinsamen Nenner und ein eigenes, unnachahmliches Konzept gefunden wie Kemper weiter ausführte: „Ziel war es, dass der Endkunde bei Ausschreibungen unbedingt an OfficeStar denken sollte.“

## GUTE GRUPPENDYNAMIK

Damit der einzelne Einkäufer oder Entscheider nicht an den regionalen Händlern vorbei kommt, wurden einheitliche professionelle Standards in Marketing, Vertrieb, Logistik und E-Commerce entwickelt. Dazu gehören unter anderem die gemeinsame Außendarstellung, dicke Jahreskataloge und regelmäßige Aktionsangebote, ein moderner und übersichtlicher Internetauftritt unter [www.officestar.de](http://www.officestar.de), die fast geschlossene Teilnahme bei der Markenroadshow und dem Office Gold Club, die Anbindung an das Onlineshop-Tool Commerce Connector sowie enge Kontakte zu den Herstellern. „Dabei findet eine regelmäßige Überprüfung der gemeinsam getroffenen Entscheidungen und der Erfolge statt sowie ein permanenter Anpassungsprozess an die Marktgegebenheiten“, erläuterte Büroring-Vorstand Carsten Marckmann.

## WIRKLICH WEITREICHENDES SCHULUNGSKONZEPT

Wie das „oberste Gebot der persönlichen Betreuung“ (Marckmann) bei der OfficeStar Gruppe aussieht, veranschaulichten



Fädelten die deutsche OfficeStar Gruppe ein: OfficeStar Europachef Martin Eames und Ex-Büroring-Vorstand Klaus Kemper

Jörg Hoheneder, Geschäftsführer des Fachhändlers BüroandCo. G+H Büro-Service GmbH in Kassel, und Frank Müller vom nahen Team Müller Consulting.

Bei der Vorstellung der „systematischen Marktansprache“ mit Hilfe umfassender Kundenanalysen und maßgeschneiderter „Flex“-Angebote warb Jörg Hoheneder mit der Rolle „als verlängerter Arm der Industrie“ und damit mit der differenzierten Produkt- und Sortimentskenntnis der OfficeStar-Fachhändler. Die methodischen Details des „schlagkräftigen aktiven

Vertriebs jeden einzelnen OfficeStar Mitglieds“ schilderte Frank Müller anhand des ausgeklügelten Telefonmarketings.

In der persönlichen Ansprache im B2B-Bereich werden die gewerblichen Bestandskunden auf neue Angebote oder auf passende Produkte hingewiesen und potenzielle Kunden über die umfassend wie umgehend übermittelten Kontaktdaten der OfficeStar Kundenkontaktmanager akquiriert. Die Frage danach, ob die Kundenklientel diese besonders aktiven Verkäufer oder passive Verkaufsabwickler bevorzugt, sieht Unternehmensberater Müller oft von den gewerblichen Endkunden selbst beantwortet: „Die schicken dann sogar eigene Porträtfotos zurück!“

Die Kundenkontaktmanager sind also eine wichtige Schnittstelle zu den Herstellerpartnern, denn fast keiner kennt die Bedürfnisse und Anregungen der Endkunden besser. Die Teilnahme vieler Lieferanten auf der „Business Convention“ zeigte dies eindrucksvoll. Besonders Lob gab es für Romana Strothmann als Ansprechpartnerin beim Büroring und für Gruppenspre-

cher Thomas Grzanna für ihr großes Engagement.

Zum fünfköpfigen Managementteam von OfficeStar Deutschland gehören neben Grzanna Werner Eichhammer (siehe Porträt in Office&paper 1/2008, Seiten 22 und 23), Jörg Hoheneder, Wolfgang Krause und Achim Pfaff. Dieses Gremium setzt die Ideen und Projekte der Gruppe um.

AW



OfficeStar-Verantwortliche „kämpfen“ vereint gegen große Konkurrenz: Büroring-Vorstand Marckmann, Vorgänger Kemper, Büroring-Koordinatorin Strothmann und Gruppensprecher Grzanna

Anzeige

m:real



Neu mit  
Seiten-  
einstieg



## Lieblings- papier!

Wie wär's mit ein paar Extras für Ihre Kunden? Box mit bequemem Seiteneinstieg, Grab-and-Go™ Ausstattung mit praktischem Tragegriff, Multifunktion für alle Bürojobs. Mehr zum neuen Data Copy und viele attraktive Verkaufshilfen unter [www.datacopy.com](http://www.datacopy.com)

Machen Sie Ihren Kunden die Freude!

Geht's um Papier, nimm

Data  
copy®