

„Preis und Service müssen stimmen“

Auf den Handel mit Office-Papieren hat sich **OfficeStar Weber** spezialisiert. Das Nörvenicher Fachhandelsunternehmen erzielt rund 70 Prozent seines Umsatzes durch den Verkauf von Multifunktionspapier in DIN A4 und A3.

Was 1997 als „One-Man-Show“ begann, hat sich mittlerweile zu einem vollwertigen Fachhandelsunternehmen entwickelt. Inzwischen beschäftigt Georg Weber in Nörvenich in der Nähe von Köln zehn Mitarbeiter – der Schwerpunkt seines Unternehmens liegt aber nach wie vor im Handel mit Office-Papieren. „Bei einem Besuch in der Firma eines guten Freundes kam ich darauf, dass Kopierpapier als gewerbliches Pro-

dukt für Firmen eine ähnliche Bedeutung hat wie vielleicht Toilettenpapier für Privathaushalte. Jeder braucht es, die Frage ist doch nur, wo man es kauft“, schildert Georg Weber die Initialzündung für sein Unternehmen. Nach Gesprächen mit verschiedenen Einkäufern aus mittelständischen Unternehmen stand für ihn fest, dass ein Bedarf existiert – vorausgesetzt Preis und Service stimmen. Rasch war ein Kellerraum

mit einer Telefonanlage und einem PC ausgestattet und das Handelsunternehmen gegründet.

Heute betreut Georg Weber überwiegend gewerbliche Kunden aus dem erweiterten Großraum Köln/Düsseldorf. Zwischen Bonn und Essen sitzen die Industriebetriebe, Verwaltungen, Versicherungen oder auch Rechtsanwälte und Steuerberater, die regelmäßig von Weber mit Papier versorgt werden. „Der durchschnittliche Kunde erhält einmal im Monat eine Palette Office-Papier“, verrät Weber, der lieber viele mittelgroße Kunden hat, anstatt von wenigen Großkunden abhängig zu sein. „Zumal heute auch große Kunden durch viele Kostenstellen einen ähnlichen Aufwand verursachen“, so Weber weiter.

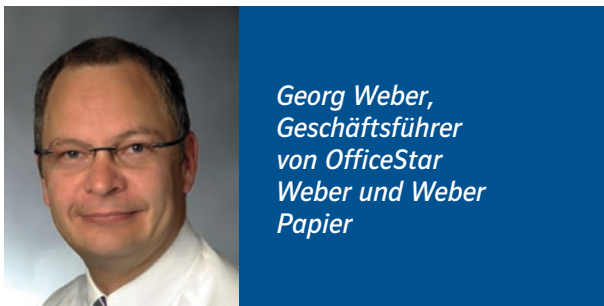
Wichtig ist für ihn im Tagesgeschäft eine gute Beratung: „Die angebotenen und gelieferten Qualitäten müssen ganz einfach möglichst genau den individuellen Bedürfnissen der Kunden entsprechen“, erklärt Weber. „Wenn ich weiß, auf welche Papierqualität die Maschinen beim Kunden eingestellt sind, dann kann ihm auch das genau passende Papier zu einem möglichst günstigen Preis verkauft werden.“ Wobei übrigens seiner Einschätzung nach generell die Qualität der Papiere im Laufe der Jahre von den Herstellern immer weiter optimiert worden sei. Themen wie Nachhaltigkeit oder Recycling-Papiere spielen für den Großteil



Der Firmensitz von OfficeStar Weber in Nörvenich bei Köln. Von hier betreuen Georg Weber und sein zehnköpfiges Team Kunden zwischen Bonn und Essen.

seiner Kunden keine oder nur eine untergeordnete Rolle. Umgekehrt gebe es aber auch durchaus einige wenige Kunden, die ganz gezielt nach solchen Papier-Produkten fragen.

Und auch wenn die Kunden beim Papierkauf besonders auf den Preis achten: Für die aktuellen Preiserhöhungen zeigt Weber durchaus Verständnis: „Sicher, jeder möchte gerne möglichst günstig einkaufen, allerdings muss auch für die Hersteller ein kostendeckendes Preisniveau existieren. Durch die Verknappung der Gesamtproduktionsmenge bei einer weltweit steigenden Nachfrage und steigenden Zellstoffpreisen sind die Preiserhöhungen schon nachvollziehbar – auch wenn sie natürlich keiner wirklich wollte.“



*Georg Weber,
Geschäftsführer
von OfficeStar
Weber und Weber
Papier*

Und auch wenn sich bei ihm alles ums Papier dreht: Mit zunehmender Kundenzahl kam Weber bereits 1999 auch nicht umhin, sich mit dem Thema Büromaterial auseinanderzusetzen. Erste Gespräche mit Spicers waren die Folge, 2001 wurde er schließlich Mitglied im Büroring: „Zwei ganz wichtige Schritte in der Unternehmensentwicklung zur heutigen Form“, so Weber.

2002 gehörte er schließlich zu den Gründungsmitglieder der OfficeStar-Gruppe, bei der er sich sowohl in der Marketinggruppe als auch im Management-Team engagiert. Logisch, dass sich seine Arbeit darin auch zu einem Gutteil um Papier dreht: So konnte er sich bei der Realisierung der Papier-Eigenmarken „OfficeStar business“ und der höherwertigen Qualität „OfficeStar premium“ einbringen. Nach wie vor ist er überzeugt vom OfficeStar-Konzept: „Die Entwicklung der Gruppe liegt weit über den Erwartungen, die ich damals an das Konzept hatte“, sagt Georg Weber. Die rund 30 Prozent des Umsatzes, die er inzwischen mit Büromaterial erzielt, bestehen praktisch ausschließlich aus den Produkten des OfficeStar-Katalogs. Aber noch ein zweites Standbein hat Georg Weber aufgebaut. Mit seinem Großhandelszweig Weber Papier ist er seit neuestem auch als Delkredere-Lieferant beim Büroring gelistet. Die Listung bei Büroforum 2000 und Prisma soll kurzfristig folgen.

www.osw24.de

www.a4sindwir.de

www.pbs-business.de