

[ EINKAUFSKOOPERATION ]

2012 | Nr. 11

## EGEPACK MIT DREI NEUEN PARTNERN

Netzwerke und Kooperationen haben Konjunktur. Ob auf vertrieblicher Ebene, im Bereich der Produktion, der Logistik oder des Einkaufs, der rasche Wandel und die zunehmende Komplexität vieler Unternehmensbereiche führt dazu, dass zahlreiche Firmen bestimmte Aufgaben künftig nur mit Partnern bewältigen wollen. Vor allem für kleine und mittlere Betriebe macht es oft Sinn, Kompetenzen von Partnerfirmen zu integrieren, auf Kooperationen zu setzen und damit knappe Ressourcen zu bündeln. Die Egepack GmbH & Co. KG mit Sitz in Burgwedel, eine horizontale Kooperation mittelständischer Großhandelsbetriebe, ist seit über 45 Jahren am Markt. Sie steuert die zentralen Einkaufs- und Verkaufsaktivitäten der angeschlossenen Fachgroßhändler für Verpackungen und Gastronomiebedarf im gesamten Bundesgebiet. Über eine Bündelung der Einkaufsvolumina aller 13 Egepack-Partner sind bei der Industrie günstige Einkaufskonditionen realisierbar. Nachdem seit 2010 drei neue Partner hinzukamen, ist für dieses Jahr ein deutlicher Ausbau des gemeinsamen Marketings geplant.

Was in den 60er Jahren als kleine Zweckgemeinschaft einiger weniger Verpackungsgroßhändler begann, ist heute eine Kooperation von Produktions- und Handelsunternehmen: An 15 Standorten im Bundesgebiet halten die Partner der Egepack auf über 50.000 m<sup>2</sup> Lagerfläche etwa 20.000 Artikel aus den Bereichen Verpackung, Papier und Hygiene bereit. Beliefert werden Unternehmen wie Bäckereien, Metzgereien, der Lebensmitteleinzelhandel, die Gastronomie, Hotellerie, Großverbraucher, der Einzelhandel und die Industrie. Über 80 Verpackungsspezialisten im Außendienst stehen den Kunden beratend zur Seite, mehr als 50 LKW sorgen für den Versand.

### Neue Partner willkommen

Gemeinsames Marketing war für die Kooperation immer schon ein Thema. Eine übergreifende Internetseite, bundesweite Mailings und gemeinsame Kataloge waren die Kernpunkte des Marketings, wie es die Egepack in den letzten Jahren



Dipl.-Vw. Waldemar Lechelt, Geschäftsführer der Egepack Einkaufs- und Vertriebsges. mbH & Co. KG Marketingkooperation in Burgwedel

betrieben hat. Daran möchte die Firma grundsätzlich auch festhalten. Mit Beginn des Jahres hat sie Neuerungen eingeführt. Hierzu der Geschäftsführer der Egepack, Waldemar Lechelt: „Durch die letzten Partner-Neuzugänge konnten wir unsere Marktposition in den vergangenen Jahren weiter festigen. Immerhin verfügen wir mittlerweile in Deutschland über eines der breitesten Verpackungssortimente für die Zielgruppe des Lebensmittelhandwerks. Deshalb möchten wir uns am Markt für Verpackungen nun noch besser positionieren und mit einer entsprechenden Öffentlichkeitsarbeit auch für neue Partner werben. Viele potenzielle Partner aus unserer Branche kennen uns noch zu wenig. Daher ist es geplant, die Egepack in den Fachmedien vorzustellen“, so Lechelt.

Begleitet wird dies auch durch eine Anzeigenkampagne und durch eine völlig neu gestaltete Internetpräsenz. Potenzielle Partner finden hier viele Gründe aufgelistet, die für eine Mitgliedschaft in der Egepack sprechen.

### Klassische Produktwerbung

Neben der Mitgliederwerbung liegt der Fokus des Marketings auf der klassischen Produktwerbung. Mit vier neuen Katalogen für die Zielgruppen Lebensmittelhandwerk, Industrie, Einzelhandel, Gastronomie und „Ab Hof Verkauf“ bewirbt die Egepack ihr Kernsortiment. Auf etwa 300 Seiten werden über 10.000 Artikel präsentiert. Vom Abfallbeutel

bis zur Zellglas-Folie ist hier alles zu finden. Wer nicht zum Papier greifen möchte, findet die Kataloge auch zum Online-Blättern im Internet. Waldemar Lechelt ergänzt: „Darüber hinaus ist es geplant, noch aktiver auf unsere Kunden zuzugehen. Unter dem Motto ‚Voll im Trend‘ werden wir immer wieder besondere Dauerbrenner zu besonders günstigen Konditionen anbieten. Start bildete eine Aktion, zu der wir Faltenbeutel und Einschlagpapier im Dekor der Europameisterschaft an Metzger und Bäcker verkauften.“

### Verpackung als Werbeträger

Da die Mehrzahl der Produkte auch mit einem individuellen Werbedruck versehen werden kann, gewinnt für die Egepack das Thema „Verpackung als Werbeträger“ immer mehr an Bedeutung. Hierzu Waldemar Lechelt: „Genau diesen Aspekt werden wir bei unseren Werbetexten immer wieder vorne anstellen. Die Botschaft lautet: Verpackung verkauft. Wenn dann auch noch der ökologische Aspekt stimmt, dann wird aus der Verpackung ein echter Imageträger – das ist das Ziel, das wir anstreben.“ Auch das Corporate Design der Kooperation bringt dies zum Ausdruck. „Unser Logo trägt die Farbe Grün, und es symbolisiert Natürlichkeit auch durch seine grafische Gestaltung“, so Lechelt. „Die Botschaft lautet: Alle unsere Produkte genügen höchsten ökologischen Anforderungen.“

### Marketingausschuss

Ein weiterer wichtiger Punkt beim zentralen Marketing der Egepack ist die Organisation. Um die Wünsche aller Partnerfirmen in angemessenem Umfang zu berücksichtigen und wichtige Entscheidungen voranzutreiben, wurde ein Marketingausschuss gebildet. Dieser sorgt für eine reibungslose Umsetzung aller Maßnahmen. Waldemar Lechelt: „Wir sind zuversichtlich, dass 2012 trotz Eurokrise für uns ein gutes Jahr wird. Marketingseitig haben wir hierzu jedenfalls in unserer Kooperation die Weichen gestellt. Von einem Effekt profitieren wir in jedem Fall: Alle Kosten werden durch 13 geteilt.“