

PRESSENOTIZ

EDV-Versandhändler Micro Warehouse setzt bei Eigenmarke kompromisslos auf Qualität

INMAC®-Produkte erfreuen sich wachsender Beliebtheit

Mainz-Kastel, 04. September 2006. – Micro Warehouse (Deutschland) GmbH, führendes deutsches EDV-Versandhandelsunternehmen, zieht 18 Monate nach Einführung der INMAC-Eigenmarke eine rundum positive Bilanz: alle der mittlerweile rund 300 Produkte, ob Tonerkassetten, Büromaterial, Taschen, Eingabegeräte, Speichermedien, Kabel oder Peripheral Sharing-Produkte, verzeichnen kontinuierlich steigenden Absatz. Spitzenreiter wie Flash Drives oder Notebooktaschen wachsen seit ihrer Einführung sogar über monatlich 10%. Die Retourenrate liegt dabei insgesamt unter 0,5% und damit noch unter dem durchschnittlichen Ausfallniveau von A-Marken. Es zählt sich aus, worauf das Produktmanagement von Anfang an höchsten Wert legte: höchste Qualität der Produkte.

Business Manager Torsten Drews erläutert die Qualitätsstrategie für die INMAC-Tonerreihe: „Kompatible Tonerkassetten müssen in Deutschland der DIN 33870 entsprechen. Diese Norm schreibt verschiedene Mindestanforderungen vor, die eine wiederaufbereitete Kartusche erfüllen muss. Aus unserer Sicht sind diese Richtlinien aber viel zu großzügig formuliert, um wirkliche Qualität zu garantieren. An die INMAC-Tonerkassetten haben wir daher deutlich strengere Maßstäbe angelegt.“ So erzeugt die Fertigung nach DIN eine statistische Ausfallquote von 4 bis zu 7% - eine hohe Toleranz, die dazu führt, dass im Markt der kompatiblen Tonerkassetten signifikante Qualitätsunterschiede bestehen. Drews lässt keinen Zweifel daran, was er von dieser Richtlinie hält: „Das ist dem Kunden doch nicht zumutbar. Schon 4% sind völlig inakzeptabel. Unsere Kartuschen müssen diesen Wert um das Zehnfache unterschreiten.“ Dies wird unter anderem dadurch erreicht, dass die Qualität der Einzelteile deutlich höher als vorgeschrieben ist: Leermodule beispielsweise dürfen laut DIN 33840 bis zu viermal wiederbefüllt werden – die INMAC-Kartuschen hingegen sind ausschließlich so genannte Virgin-Module, die nur einmal benutzt wurden.

Qualität ist auch im Bereich der elektronischen INMAC-Geräte (Eingabegeräte, Peripheral Sharing) das wichtigste Kriterium. Jörg Heine, erfahrener Einkäufer und in Asien als Far East Procurement Manager für Micro Warehouse tätig, besucht die

Produktionsstätten jeden Herstellers und prüft das Qualitätsniveau der dort produzierten Ware, bevor es zum Auftragsabschluss kommt. Und auch in Deutschland werden die Geräte noch einmal auf Herz und Nieren geprüft, bevor sie das Lager verlassen. „Mit lebenslanger Garantie darf in Deutschland nicht geworben werden“, so Thomas Nies, Product Marketing Manager in der Mainz-Kasteler Zentrale. „Aber wir sind uns der Qualität unserer Produkte so sicher, dass wir sagen können: wenn INMAC-Ware aufgrund eines Produktfehlers ausfällt, wird sie von uns ausgetauscht.“ Das, so Nies, sei in der Branche keine Selbstverständlichkeit und unterstreiche noch einmal, wie ernst das Thema Qualität genommen wird.

Doch nicht nur die Qualität, sondern auch der Preis stimmt: bei INMAC-Produkten spart der Kunde im Vergleich zu OEM-Ware zwischen 5 und 20%. Dies wird seitens Micro Warehouse hauptsächlich durch Einsparungen im Marketingbereich erzielt; das Verpackungsdesign beispielsweise wird von der hauseigenen Grafikabteilung erstellt, und zur Produktwerbung werden ausschließlich die bestehenden INMAC-Print- und Onlinemedien genutzt. Thomas Nies fasst den Erfolg der Eigenmarke zusammen: „Hohe Qualität und attraktiver Preis sind bei INMAC-Produkten kein Widerspruch mehr“.

* * *

Die 1982 gegründete Micro Warehouse (Deutschland) GmbH gehört zu Deutschlands führenden EDV-Versandhandelshäusern. Mit den Vertriebsmarken Inmac, Inmac Office und Mac Warehouse adressiert die Vollsortimenter gewerbliche Kunden aller Größen und Branchen. Derzeit werden rund 40.000 EDV-Produkte aus den Bereichen Hardware, Software, Netzwerke, Zubehör und Verbrauchsmaterialien zu attraktiven Konditionen vertrieben. Neben klassischem Direktmarketing hat sich das Unternehmen zudem auf die Entwicklung und Implementierung von kundenindividuellen E-Procurement-Lösungen spezialisiert. Die Gesellschaft ist nach NEN-EN-ISO 9001:2000 zertifiziert und beschäftigt derzeit 160 Mitarbeiter.

Mit der INMAC-Eigenmarke knüpft das Unternehmen seit Februar 2005 an die erfolgreiche Private Label-Strategie der ehemaligen Inmac GmbH an, die 1996 in der Micro Warehouse (Deutschland) GmbH aufging.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Micro Warehouse (Deutschland) GmbH
Kirsten Baufeldt
Unternehmenskommunikation
Anna-Birle-Str. 9
D-55252 Mainz-Kastel
Tel. +49 (0) 6134 / 288-601
Fax. +49 (0) 6134 / 288-721
E-Mail kirsten.baufeldt@inmac.de