

Intertec baut neuen Produktbereich auf

## Magnete im Fokus

**Intertec, Broker und Non Franchise Distributor für elektro-mechanische Bauelemente, will sich verstärkt auf das Segment Magnete konzentrieren.**

**Freising** – Im Lauf der letzten Monate hat der Freisinger Non-Franchise-Distributor ein umfangreiches Programm an Magneten zusammengestellt. Mit dem Fokus auf das neue Produktsegment will sich Intertec auch verstärkt auf das Design-in und die technische Beratung rund um das Thema Magnete konzentrieren.

Oliver Pflüger, Sales & Marketing Director der Intertec, sieht im Bereich der Magnete "ein attraktives Wachstumsfeld mit viel Beratungsbedarf: »Magnete zählen zu den klassischen Nischenprodukten, die jedoch in einer Vielzahl von Anwendungen wie elektronischen Schließsystemen, Druckern oder Kartenlesern zum Einsatz kommen.«

Der großen Produktbandbreite stehe ein relativ geringes Wissen seitens der Entwicklungsabteilungen gegenüber. Viele Entwicklungsingenieure, so Oliver Pflüger weiter, seien mit dem komplexen Thema Magnetismus überfordert. »Der Kunde benötigt eine gezielte Beratung, die ihn bei der Wahl des passenden Magneten unterstützt, ihm aufzeigt welche An-

steuerung erforderlich ist und wie sich der Magnet im Wechselspiel mit den anderen Bauelementen der Schaltung verhält.« Neben einem Experten, der sich ausschließlich

mit Magnetprodukten beschäftigt, bietet Intertec via Website ein Programm an, das den Kunden bei der Dimensionierung der Magnete unterstützt.



Oliver Pflüger, Intertec

» Viele Entwicklungsingenieure sind mit dem komplexen Thema Magnetismus überfordert. Kunden benötigen daher eine gezielte Beratung, die sie bei der Wahl des passenden Magneten unterstützt. «

Bei den klassischen Broadline-Distributoren spielen Magnete eine untergeordnete Rolle, ist Pflüger überzeugt. In der Volumendistribution stünden die Magnete aufgrund ihres vergleichbar geringen Umsatzvolumens nicht im Fo-

kus. »Insbesondere dann nicht, wenn Kunden für diese Produkte FAE Unterstützung benötigen«, so Pflüger weiter.

In den letzten Monaten hat Intertec ein Magnet-Portfolio zusammengestellt, das sich vornehmlich auf eine Handvoll Lieferanten aus Fernost stützt. Das Programm beinhaltet rund 30 bis 40 Basismagnete, die auch auf kundenspezifische Bedürfnisse zugeschnitten werden können. Darüber hinaus greifen die Freisinger auch auf hiesige Lieferanten wie Kuhnke, Schulze oder Kendrion zu.

»Durch unser gebündeltes Einkaufsvolumen können wir unseren Kunden attraktive Preise bieten«, erläutert Pflüger. Aber auch der Non

Franchise Distributor ist überzeugt von dem neuen Geschäftsfeld zu profitieren. Auf rund 20 Mio. Euro schätzt Pflüger den hiesigen Markt für Magnete.

Und im Gegensatz zum kurzfristigen Brokerbusiness versprechen die Magnetbausteine ein langfristiges, stabiles Geschäft: einmal ein-designed, werden die Schaltungen in der Regel fünf bis zehn Jahre produziert.

Der Bedarf seitens der Kunden ist da: »Wir konnten in den vergangenen Monaten bereits einige viel versprechende Projekte umsetzen«, berichtet Pflüger. In drei Jahren soll das Geschäft mit Magneten bereits ein Viertel zum Gesamtumsatz der Intertec beisteuern. (cs) ■