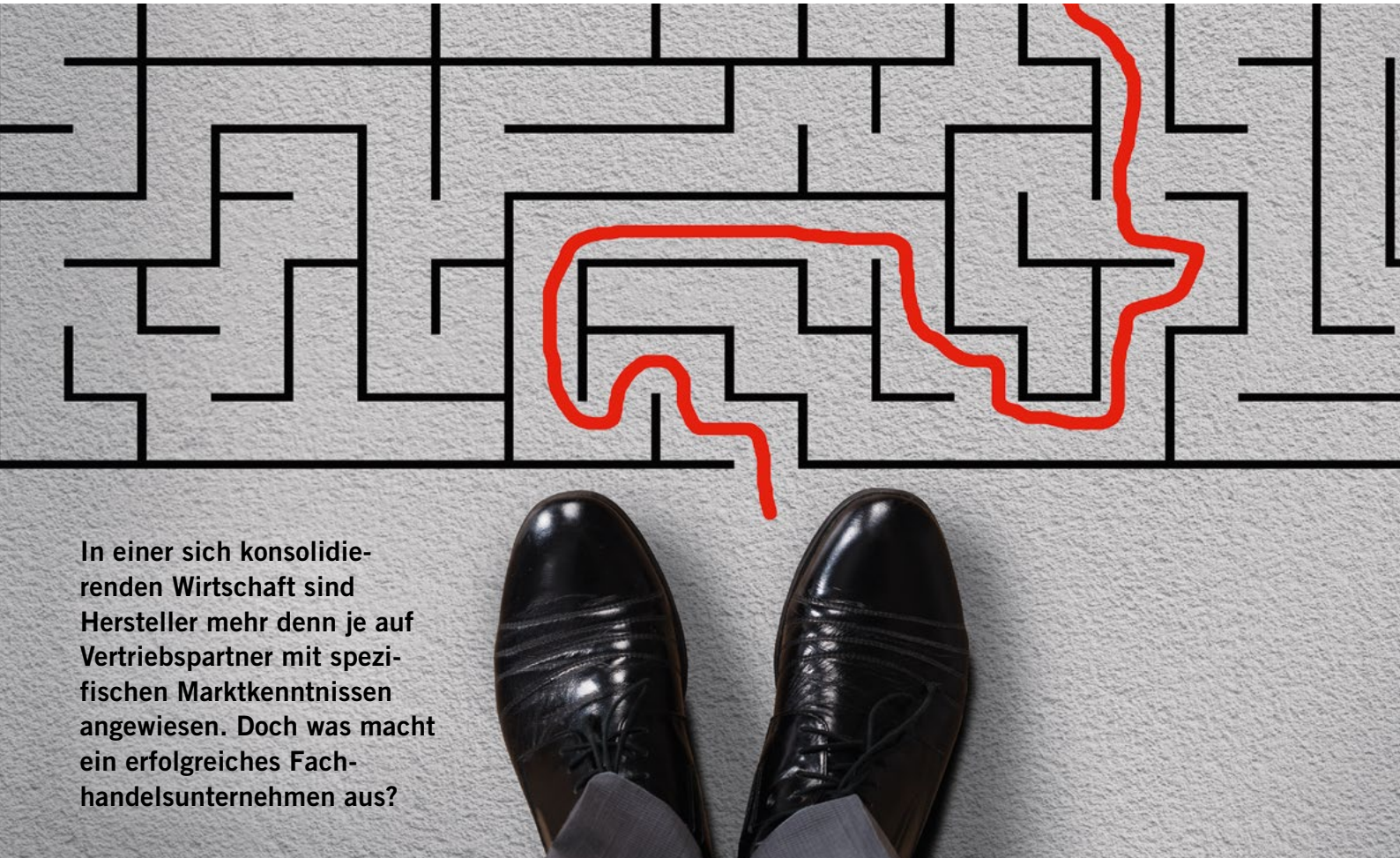


# Lösungsfinder gefragt wie nie



**In einer sich konsolidierenden Wirtschaft sind Hersteller mehr denn je auf Vertriebspartner mit spezifischen Marktkenntnissen angewiesen. Doch was macht ein erfolgreiches Fachhandelsunternehmen aus?**

**D**ie Vorteile des indirekten Vertriebs sind jedem Hersteller bekannt. Neben einem kundennahen Vertriebsnetz und einem hohen Distributionsgrad stellen auch niedrigere Vertriebskosten und eine geringe Kapitalbindung entscheidende Vorzüge dar. Die Tatsache, dass Fachhandelsunternehmen meist auch die Servicefunktion übernehmen, bedeutet zudem eine erhebliche Entlastung des Managements. Hinzu kommen spezifische Kenntnisse in Sachen Absatz und die Nutzung vorhandener Geschäftsbeziehungen. Insbesondere bei herstellerunabhängigen Händlern spielt der sogenannte Sortimentseffekt eine positive Rolle: Innerhalb eines breiten, gemischten Angebots steigt die Attraktivität der eigenen Produkte.

Aus allen diesen Gründen spielen Fachhandelspartner in vielen Märkten nach wie vor eine vordergründige Rolle und auch hier tobt inzwischen der Kampf um die Besten. Doch wie sehen die „Besten“ aus? „Um diese Frage zu beantworten, muss man wissen, dass Fachhandelsunternehmen, darunter auch Systemhäuser, es heutzutage nicht immer leicht haben. Einerseits stellen sie fest, dass die Zeiten, in denen das Verkaufen fast ein Selbstläufer war, schon längst der Vergangenheit angehören und dass die Kunden inzwischen viel anspruchsvoller und wählerischer geworden sind“, beschreibt Rania Köhler, Online Marketing Managerin bei der Printing for Business GmbH (PFB), die Lage. „Andererseits steht das Internet dem Handel nicht nur unterstützend zur Seite, sondern stellt eine Quelle des Wettbewerbs dar und Versandhändler machen ihm

mit ihren Preisen das Leben schwer. Mit Blick auf den in fast jeder Branche herrschenden Preisdruck spielen neben fachkundiger Expertise vor allem Service und eine kompetente fachliche Beratung eine stets wichtigere Rolle. Nicht zuletzt kommt auch der Innovationsfähigkeit eine wachsende Bedeutung zu.“

## INDIVIDUELLE LÖSUNGEN

Köhler weiß, wovon sie spricht. Als herstellernabhängiger Spezialist im Bereich der Auto-ID ist PFB darin geübt, spezifische Anforderungen von Kunden aus Industrie und Handel, Logistik, Fertigung und Gesundheitswesen zu erfüllen, und stellt für alle Branchen maßgeschneiderte Lösungen bereit – das Leistungsspektrum reicht dabei von Druckersystemen bis hin zu mobiler Datenerfassung. Kassen-

*„Unsere Kernkompetenzen erlauben uns, Lösungen zu entwickeln, die exakt auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden zugeschnitten sind. So basieren PFB-Lösungen sowohl auf etablierten als auch auf innovativen Technologien wie Druck und Etikettierung, Barcodes, Spracherkennung, RFID, Bilderkennung, Chipkarten und Biometrie.“*

YVONNE JUNGE, Business Development Manager  
bei der Printing for Business GmbH



scanner und Management-Device-Systeme ergänzen das Produktportfolio ebenso wie Serviceleistungen mit passenden Finanzierungen, Kundens Schulungen und einer Kundenhotline.

„Unsere Kernkompetenzen erlauben uns, Lösungen zu entwickeln, die exakt auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden zugeschnitten sind. So basieren PFB-Lösungen sowohl auf etablierten als auch auf innovativen Technologien wie Druck und Etikettierung, Barcodes, Spracherkennung, RFID, Bilderkennung, Chipkarten und Biometrie“, berichtet Yvonne Junge, Business Development Manager bei der Printing for Business GmbH. „Durch kontinuierliche Investitionen in die Forschung und Entwicklung kann PFB kommende Branchentrends, technologische Entwicklungen und Integrationsoptionen antizipieren und folglich reagieren. Unsere Kunden – dazu gehören

namhafte Unternehmen wie unter anderem der Hamburger Sportverein, der Deutsche Bundestag und die US Army – unterstützen wir dabei, bessere Entscheidungen zu treffen, ihre Prozesse zu optimieren und Workflows zu automatisieren.“

#### AUS- UND WEITERBILDUNG

Und weil die immer kürzer werdenden Lebenszyklen vieler Technologien und Entwicklungen eine regelmäßige Aktualisierung des Wissensstands verlangen, steht die fortlaufende Weiterbildung der Mitarbeiter ganz oben auf der PFB-Agenda. Darüber hinaus investiert das Unternehmen in die Bildung junger Menschen und zieht selbst seinen Nachwuchs heran, da Auszubildende bei PFB in der Regel übernommen werden.

„Dieser Blick in die Zukunft ist für uns wesentlich und gehört zu unserem Verständnis von Nachhaltigkeit, wie auch ein absoluter Schwerpunkt auf eine langfristige Kundenbindung, die nicht nur aufgrund der guten Leistung entsteht, sondern auch auf Zuverlässigkeit, Offenheit und Ehrlichkeit basiert“, erläutert Junge. Diese Werte prägen sowohl die Kundenbeziehungen als auch den Umgang der Mitarbeiter miteinander und ihre Einstellung zum Unternehmen. Sie finden sich in einer „Charta“ wieder, die alle bei PFB Beschäftigten unterschrieben haben und die Begriffe wie Team, Vertrauen, Leistung, Qualität, Kompetenz und Ziele in den Mittelpunkt stellen.

Die Strategie geht auf: Im vergangenen Jahr konnte PFB ein Wachstum von circa 18 Prozent realisieren und neue Mitarbeiter einstellen. Und mit einer ebenfalls steigenden Internationalität – 60 Prozent des Umsatzes werden im Ausland erzielt – ist das Unternehmen für die Zukunft bestens aufgestellt.

„Flexibilität, Kundennähe, ganzheitliches Denken und das Festhalten an geprüfter Qualität gehören zu den wichtigsten Eigenschaften, die ein Fachhandelsunternehmen aufweisen muss“, fasst Köhler zusammen. „Vor allem Zuverlässigkeit sowie die Fähigkeit, den Nutzen von Produkten und Lösungen stets aus dem Blickwinkel des Kunden zu betrachten, ebnen ihm den Weg zum Erfolg und haben PFB zu einem der führenden Anbieter von Auto-ID-Equipment gemacht – gefragt sind eben Lösungsfinder.“

*„Neben fachkundiger Expertise erwarten Kunden heute vor allem Service und eine kompetente fachliche Beratung. Nicht zuletzt räumen sie auch Innovationsfähigkeit eine wachsende Bedeutung ein.“*

RANIA KÖHLER, Online Marketing Managerin  
bei der Printing for Business GmbH



Graziella Mimic ■