

Wo Vertrauen ist, . . .

... da stellt sich der Sieg ein: Dieses Sprichwort aus Japan kann Bert Jansen-Balthasar, Geschäftsführer der Printing For Business (PFB) GmbH, nur bestätigen. Er weiß, dass eine auf Vertrauen basierende Zusammenarbeit die Grundlage jeder erfolgreichen Partnerschaft bildet – sei es zwischen Hersteller und Fachhändler oder zwischen Fachhändler und Kunden.



FACTS office: Um erfolgreich zu agieren, brauchen Fachhändler konsequente und nachhaltige Unterstützung ihrer Herstellerpartner. Häufig jedoch beinhalten Partnerprogramme vor allem irgendwelche Rabattaktionen. Wie sollten Ihres Erachtens seriöse Partnerprogramme aussehen?

Bert Jansen-Balthasar: Seriöse und auf Nachhaltigkeit angelegte Partnermodelle sollten den Fachhändler auf verschiedenen Ebenen unterstützen. Sicherlich ist unter anderem

der finanzielle Aspekt von Bedeutung, der den Anreiz für das Engagement und die Motivation zugunsten eines Herstellers, zum Beispiel bei Erreichen des Umsatzziels, widerspiegeln soll. Faktoren wie die Marketingunterstützung, das Generieren und die Zuteilung von Leads und die qualitative Unterstützung in Projekten sind jedoch ebenso wichtig. Erfolgreiche Partnerprogramme müssen strukturiert sein und sich in der Realität abbilden und wiederfinden lassen.

FACTS office: Mittlerweile stellt jeder Anbieter im Druckermarkt eine Vielfalt an Diensten bereit: Wartung, logistischer Support, Klickpreismodelle, immer öfter auch DMS-ähnliche Anwendungen. Sind die Fachhändler in der Lage, das komplexe Lösungsgeschäft abzuwickeln?

Jansen-Balthasar: Die Frage, die sich jedem Fachhändler heute stellt, ist: Wie kann man sich von den Wettbewerbern differenzieren? Wie kann man seinen Kunden einen Mehrwert bieten, sodass er künftig beim eigenen Unter-

nehmen kauft, oder wie kann man neue Kunden davon zu überzeugen, Partner zu werden? Dies kann meiner Auffassung nach nur gelingen, indem wir uns spezialisieren und Lösungen bieten. Dem Kunden geht es nicht wirklich um ein bestimmtes Produkt, es geht ihm um die Vorteile, die er durch den Einsatz eines bestimmten Produkts erhält. Unternehmen, die langfristig am Markt bestehen wollen, müssen Spezialisten sein und Lösungen zugunsten des Kunden erarbeiten können.

FACTS office: Welche Hilfe erwarten Sie dabei von Ihren Herstellerpartnern?

Jansen-Balthasar: In einer auf gemeinsamen Erfolg angelegten Zusammenarbeit ist Vertrauen die Grundlage des Erfolgs! Das Interesse eines Herstellers sollte darin liegen, gemeinsam mit dem Händler – der den lokalen Kunden sicherlich am besten kennt – eine Strategie zu entwerfen, die den Kunden von dem Nutzen, den er durch den Einsatz bestimmter Produkte erzielt, überzeugt. Als Händler muss ich das Gefühl haben, dass sich der Hersteller um meine Belange und Bedürfnisse kümmert. Es muss auf Augenhöhe zusammenarbeitet werden. Geschäfte werden letztlich immer zwischen Menschen abgewickelt.

FACTS office: Mit welchen Erwartungen wenden sich Kunden heute an einen Fachhändler in der Druckerbranche?

Jansen-Balthasar: Ganz gleich, ob unser Kunde aus dem Drucker- oder Auto-ID-Bereich kommt, er wendet sich in der Regel an unser Unternehmen – den Partner seines Vertrauens –, um eine Beratung zu erhalten und die passenden Lösungen zu finden. Wir freuen uns, wenn unser Kunde uns aufgrund einer langjährigen sowie vertrauensvollen Zusammenarbeit als „Trusted Advisor“ sieht und uns zur Realisierung seines geplanten Projekts hinzuzieht. Unsere Dienstleistung sehen wir in der begleitenden Unterstützung, die auch die Vorauswahl der Hardware betrifft. Nur über die Spezialisierung und Beratung kann es gelingen, sich zumindest ein Stück weit gegenüber den in den Webshops zu findenden ruinösen Preisen strategisch gut zu positionieren.

FACTS office: Sollten Hersteller und Anbieter ihren Handelspartnern auch in Sachen Vertrieb und Marketing zur Seite stehen?



„Wir freuen uns, wenn unser Kunde uns aufgrund einer langjährigen sowie vertrauensvollen Zusammenarbeit als ‚Trusted Advisor‘ sieht und uns zur Realisierung seines geplanten Projekts hinzuzieht.“

BERT JANSEN-BALTHASAR, Geschäftsführer der Printing For Business (PFB) GmbH

Jansen-Balthasar: Gemeinsame Kunden- und Marketingaktionen von Fachhändler und Hersteller sind wichtig, um das Produkt, beziehungsweise den Nutzen, den der Endkunde durch den Einsatz des Produkts erzielt, zu kommunizieren und gleichzeitig den lokalen Ansprechpartner weiter bekannt zu machen. PFB plant jährlich gemeinsam mit seinen Lieferanten Marketingaktivitäten, die von zielgruppenorientierter Werbung über Anzeigen und Fachartikel bis hin zu gemeinsamen Telefonmarketingaktionen und Messepräsenzen reicht.

FACTS office: Mit welchen Maßnahmen?

Jansen-Balthasar: Vertrieblich durch gemeinsame Planung mit dem Ziel, neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden weiterzuentwickeln. Beispielsweise sind gemeinsame Kundenbesuche ein probates Mittel. Marketingtechnisch kann eine ganze Klaviatur von Maßnahmen – wie oben geschildert – genutzt werden.

FACTS office: Das Projektgeschäft macht einen stets größeren Anteil der Aktivitäten der Branche. Haben da Fachhändler eine faire Chance?

Jansen-Balthasar: Eindeutig ja, zumindest bei den Herstellern, die keinen Direktvertrieb haben. Bei den anderen Herstellern sind Probleme vorprogrammiert. PFB arbeitet jedoch nur mit Herstellern zusammen, die das Partner-

modell leben und gemeinsam einen Kunden oder ein Projekt gewinnen wollen.

FACTS office: Werden Sie von den Herstellern ehrlich unterstützt oder machen diese das Geschäft am Handel vorbei?

Jansen-Balthasar: Die Hersteller, mit denen wir zusammenarbeiten, nutzen den indirekten Vertrieb, insofern ist es deren ureigenes Interesse, unser Unternehmen in Projekten zu unterstützen. In den meisten Fällen ist der Fachhändler der erste Ansprechpartner des Kunden, um ein Projekt zu realisieren, in manchen Fällen ziehen wir dann den Hersteller beratend zur Hilfe. Allerdings kommt es auch vor, dass ein Hersteller uns einen interessierten Kunden nennt, den wir dann bei der Realisierung begleiten.

FACTS office: Welches sind die entscheidenden Punkte, die einen Kunden dazu veranlassen, bei PFB zu kaufen?

Jansen-Balthasar: Vertrauen, Vertrauen, Vertrauen! In der engen Zusammenarbeit sehen wir den Kunden als Partner und wir bemühen uns darum, dass er uns ebenso betrachtet. Nur dann wird er uns früh genug in geplante Projekte mit einbinden, sodass Entwicklung und Umsetzung eines perfekt abgestimmten Lösungskonzepts reibungslos funktionieren.

Graziella Mimic ■