

Unternehmensstrategien

Distributor PiE: »Wir wollen Partner stark machen statt Strohfeuer zu zünden«

Partners in Europe verweigert sich Preiskämpfen

04.02.2009 | Autor: Regina Böckle

Wenn Firmen-Chefs derzeit mit ungebrochener Zuversicht davon sprechen, 2009 zweistellige Wachstumsraten hinzulegen und Personal einzustellen, keimt bei Zuhörern Skepsis auf: Spricht hier tönerner Zweckoptimismus oder begründeter Realitätssinn? Die positiven Aussichten, die TK-Distributor Partners in Europe (PiE) in diesem Jahr für sich beansprucht, stehen allerdings auf festem Fundament, wie ein genauer Blick ins Firmenprogramm erweist.



Michael Padberg (li.), Vorstand, und Klaus Berand, Marketingleiter bei Partners in Europe (PiE)

»Wir machen diese Krisenstimmung nicht mit. Wir wollen in diesem Jahr deutlich wachsen, und es gibt aus unserer Sicht keinen Grund, weshalb das nicht gelingen sollte. Wenn wir 2009 gute Arbeit leisten, wird es für uns keine Krise geben«, stellt PiE-Vorstand Michael Padberg klar. Verwunderte Einwände ob der allgemeinen Wirtschaftsflaute und heraufziehenden Kreditklemme kontert der gelernte Banker und Kaufmann aufmerksam, aber gelassen: »Selbstverständlich muss sich jeder Reseller mit Basel II, Rating und allen Themen, die damit zusammen hängen, befassen. Das ist aber nicht erst seit der Bankenkrise der Fall, sondern steht bei uns und unseren Partnern schon seit Jahren auf der Agenda.«

Fest verankert: Kaufmännische Unterstützung für Reseller

In der Tat hat PiE schon seit 2003 das Thema Finanzierung in Gesprächen mit Partnern adressiert, Finanzierungshilfen geschnürt sowie entsprechende Schulungen und Online-Tools für Reseller aufgesetzt.

Es mag an dieser langjährigen Beschäftigung mit den Kredit- und Finanzierungsthemen liegen, dass man bei PiE laut eigener Aussage bislang »keine Veränderung in der Zusammenarbeit mit Banken und Kreditversicherern« verzeichnet. Auch nicht im Hinblick auf die **Zwischenfinanzierung** der Partner. »Wir ernten wahrscheinlich jetzt die Früchte dafür, dass wir uns nicht nur mit technischen und vertrieblichen Fragen rund um die Produkte beschäftigt haben, sondern auch ebenso intensiv mit allen kaufmännischen Themen, die für Partner relevant sind«, so Padbergs Fazit.

Hilfen für die Zwischen- und Absatz-Finanzierung

Neben zahlreichen Informationen rund um Basel II und Rating bietet das Unternehmen beispielsweise bereits seit Frühjahr 2004 den Partnern die Möglichkeit zum kostenlosen, anonymen Rating-Kurz-Check an. Der Rating-Rechner lässt sich über die PiE-Website www.pie-ag.de unter dem Menüpunkt »Wir liefern mehr« anklicken.

Dort erfährt der Reseller, welche Angaben Banken heranziehen, um zu entscheiden, ob und zu welchen Konditionen Kredite vergeben werden. Etwa eine Stunde Zeit sollten Partner mitbringen, um die rund 50 Fragen des Rating-Kurzchecks zu beantworten. Dabei werden auch Bilanz-Kennzahlen berücksichtigt. Die Auswertung des Checks erfolgt in Schulnoten und mit Erläuterungssätzen, die Anregungen zur Steuerung des Betriebs vermitteln. Die Ergebnisse lassen sich zwar ausdrucken, werden aber bewusst nirgendwo gespeichert, um die Anonymität des Partners zu wahren.

Entwickelt hat das Tool der Unternehmensberater und stellvertretende PiE-Aufsichtsratsvorsitzende Christian Küster, der hier seine langjährigen Erfahrungen im Banken- und verschiedenen Sparten des Kreditgeschäfts mit einbrachte. So ist Küster unter anderem Mitglied der Deutschen und Internationalen Gesellschaften für Transaktionsanalyse, der Gesellschaft für Organisation und des Schweizerisch-Deutschen Wirtschaftsclubs.

Darüber hinaus können Partner bei PiE zahlreiche Leasing-Angebote abrufen, um ihren Kunden die Finanzierung eines Auftrags zu ermöglichen.

Und auch der 2007 eingeführte »Vertriebspass« umfasst nicht nur ein sechsstufiges, aufeinander aufbauendes Schulungsprogramm, das Fachhändler von der **Kaltakquise** bis hin zu Vertragsabschluss-Techniken samt Coaching vor Ort für alle Phasen des Vertriebs fit macht, sondern auch zahlreiche Tipps zur Finanzierung.

Weshalb sich PiE nicht in die Preiskämpfe verwickeln lässt und mit welchen konkreten Maßnahmen der Distributor Partner fördern will, lesen Sie auf der nächsten Seite.

»Händler stark machen, statt Strohfeuer zünden«

Im Gegensatz zum Engagement rund um Finanzierungshilfen für Partner sieht Padberg allerdings keinen Anlass, aktiv in die aktuellen Preiskämpfe einzugreifen. Vom derzeit extrem preisaggressiv agierenden Mitbewerber NT plus will sich Padberg auch künftig vehement abgrenzen: »Wir haben unsere Aufgabe nie darin gesehen, nur den letzten Prozentpreispunkt zu setzen. Sondern unser Anliegen ist es, den Partner mit Schulungen, Trainings sowohl in kaufmännischer und strategischer Hinsicht, als auch durch zertifizierte Ausbildung für Technologien und Produkte, stark zu machen. Denn nur Mehrwerte wie diese bringen ihn in seinem Geschäft langfristig voran«, so Padberg.

»Ein Gutschein, oder ein Bundle, bei dem der Reseller eine Kamera geschenkt bekommt, hilft dem Partner langfristig doch gar nichts!« PiE wolle weiterhin in den Channel investieren, »Strohfeuer sind nicht unsere Sache und entsprechen nicht unserer Haltung. Denn wir sind überzeugt, dass wir als Gesellschaft nur dann eine Chance haben, wenn wir wieder Werte leben, statt Gier«, wettet der PiE-Chef.

Trainings und Zertifizierungen führt PiE als einziger TK-Distributor in der **hauseigenen Akademie** mit eigenen Fachkräften durch. Die Trainingsleiter kommen aus der Praxis, denn sie betreuen die technische Hotline und arbeiten – sofern vom Partner gewünscht – vor Ort bei Analysen und Installationen mit.

Um ihre Ausbildungskosten zu senken, können Reseller ihren Status aus dem 2006 gestarteten PiE-Bonusprogramm heranziehen. Dabei gilt grundsätzlich: je höher der mit Partners in Europe realisierte Jahresumsatz, desto höher der Bonus und desto geringer die Teilnahmegebühren. Das nur für autorisierte Partner zugängliche Internetportal bietet neben Informationen zu Herstellern, Technologien und Fragen zur Technik auch Marketingmaterial vor allem eine Diskussionsplattform, an der sich PiE aktiv beteiligt. Hilfe finden Reseller in diesem Forum zu Fragen rund um IT und TK dort auch im rund 40.000 Fachbegriffe umfassenden ITK-Lexikon. Zu den Begriffen finden sich ausführliche Erläuterungen. Partner können sämtliche Daten daraus auch nutzen, um beispielsweise Werbeflyer zu erstellen.

XNereus belebt Managed-Services-Geschäft

Mit der webbasierten **Appliance X-Nereus** stellt PiE seinen Fachhändlern seit Beginn 2008 außerdem eine selbst entwickelte Lösung zur Verfügung, die rund um die Uhr alle **VoIP**-kritischen Komponenten und Parameter im Netz analysiert, überwacht und reportet. Der Endkundenpreis liegt je nach Ausbaustufe unter 2.000 Euro. Remote bedienbar eröffnet die von Siemens und Alcatel zertifizierte Appliance IT- und TK-Händlern außerdem einen sicheren, schnellen Zugang zum Service-Geschäft. »Managed Services erweisen sich für unsere Partner vor allem im Mittelstandsbereich als lukrative Möglichkeit zur Wertschöpfung. Denn es sorgt zum einen für neue Ertragsquellen und zum anderen für eine engere Kundenbindung«, merkt PiE-Marketing-Chef Klaus Berand an. Die Anzahl der Unternehmen, die Reseller hierzulande mit dieser Lösung adressieren könnten, liege im höheren sechststelligen Bereich, schätzt Berand.

Bundesweites Händlernetz

Die von PiE ins Leben gerufene »Service-Partner-Community« bietet Fachhändlern die Möglichkeit, im Verbund mit Partnerunternehmen bundesweit flächendeckende Projekte abzuwickeln. »Gerade bei Voice-over-IP-Projekten geht es häufig darum, eine Vielzahl weit voneinander verstreuter Filialen oder Vertriebsmitarbeiter mit der Zentrale zu vernetzen und in den Außenstellen die dazu nötigen Installationen vorzunehmen«, so der PiE-Vorstand. Um an der »Service-Community« teilzunehmen, reicht es allerdings nicht, ein detailliertes Profil mit den eigenen Qualifikationen und Zertifizierungen zu hinterlegen. »Wir haben mit den 20 Pilotpartnern feste Spielregeln definiert, an die sich alle halten müssen«, erklärt Padberg. Darin ist unter anderem Kundenschutz ebenso geregelt wie Verrechnungssätze und Abrechnungsmodalitäten.

Wie PiE-Vorstand Michael Padberg die Zukunft von Siemens SEN beurteilt, erfahren Sie auf der nächsten Seite.

Zuversicht für SEN-Partner

Aus Sicht von Padberg könnten sich Siemens-SEN-Fachhändler und -Systemhäuser darauf verlassen, dass der Hersteller auch unter dem neuen Dach dem Channel ein verlässlicher Partner bleibe. »Der Einstieg des Investors Gores Group bei Siemens SEN hat sich schon heute bewährt«, so Padberg.

Gores hatte im Sommer 2008 die **Mehrheitsanteile (51 Prozent) an Siemens SEN übernommen**. Die restlichen Anteile behielt Siemens. Der Name Siemens Enterprise Communication, wie auch zahlreiche Patente, kann das Joint Venture weiter nutzen. Der Investor hält darüber hinaus die Mehrheit an Enterasys und SER. »Es ist eine kluge, zukunftsgerichtete Entscheidung. Denn Gores ist ein Investor, der nicht am schnellen Profit, sondern an einem langfristigen, erfolgreichen Engagement interessiert ist. Das Management hat klar signalisiert, dass die eigene Zukunft mit dem Erfolg der Channelpartner fest verbunden ist. Insofern sind wir überzeugt, dass der Channel weiter auf SEN setzen kann. Wir werden unser Geschäft mit SEN auf jeden Fall weiterentwickeln«, so die vorläufige Bilanz des PiE-Vorstands.



Seine Überzeugung nahm Padberg unter anderem aus den Gesprächen mit dem Mark Vayda, President Worldwide Sales Siemens SEN der Gores Group mit. Anlass des Treffens war die Auszeichnung der weltweit 40 umsatzstärksten Siemens-SEN-Partner, unter denen sich gleich zwei Firmen der Padberg-Gruppe platzieren konnten: der Schweizer Siemens-Distributor EGTel und die Partners in Europe AG in Deutschland.

Starkes Wachstum angepeilt

Angesichts des starken Mixes aus technologischer und kaufmännischer Kompetenz, die PiE den Partnern biete, sei für PiE Zuversicht durchaus angebracht, so Padberg: »Wir gehen positiv in dieses Jahr, wollen im zweistelligen Prozentbereich wachsen und damit auch zusätzliche Arbeitsplätze schaffen. Denn wir haben unseren Partnern echte, langfristige Mehrwerte zu bieten, die diese Ziele erreichbar machen.«

Die Beiträge auf dieser Website sind urheberrechtlich geschützt. Bei Fragen zu den Nutzungsrechten wenden Sie sich bitte an manuela.maurer@vogel.de oder Tel.: 0931-418-2888.

Dieses PDF wurde Ihnen bereitgestellt von <http://www.it-business.de>

Bildergalerie



Siemens SEN zeichnete weltweit 40 Firmen für das stärkste Umsatzwachstum 2008 aus, unter ihnen gleich zwei Firmen der Padberg-Gruppe: Mark Vayda, President Worldwide Sales Siemens SEN der Gores Group (Bildmitte), überreicht die Awards an Thomas Padberg, CEO des Schweizer Distributors EGTel, und an Michael Padberg, CEO von Partners in Europe Deutschland.