

Wie Online Distribution Händlern hilft

Wenn Distributoren eigenes Systemhausgeschäft machen, sind Händler meist wenig begeistert. Dabei kann ein solcher Ansatz durchaus auch dem Handel helfen, wie das Beispiel Online Distribution zeigt.

Von Dr. Thomas Hafan

Erst 2002 hatte der TK-Distributor Online sein Systemhausgeschäft aufgegeben, nun startete er im April dieses Jahres mit dem „ITK-Systemhaus“ einen zweiten Versuch (siehe ComputerPartner 16/05, S.16). Trotz anfänglicher Skepsis unter den Händlern verlaufe das Experiment bisher äußerst positiv, sagt Michael Weber, Leiter operatives Geschäft bei Online: „Es war für uns und unsere Partner die richtige Entscheidung.“ Online selbst profitiere vor allem durch den direkten Kontakt zum Endkunden: „Wir können den Markt jetzt viel besser beurteilen“, sagt Weber. Als Beispiel, wie sich ein Hype durch persönliche Kundengespräche relativiert, nennt er Voice over IP: „Alle reden darüber, aber wenn Sie dem Endkunden sagen, was das kostet, ist das Thema sofort wieder vom Tisch.“

Der direkte Endkundenkontakt, den Weber so schätzt, führe nicht dazu, dass Online Geschäfte an seinen Partnern vorbei mache, betont der Manager. Stattdessen sieht sich der Distributor als Vermittler: „Wir können nun gemeinsam Projekte durchführen, die wir vorher nicht hätten an Land ziehen können.“ Gemeinsam mit dem Systemhaus könnten die Partner beispielsweise Projekte bei Großkunden oder Filialisten gewinnen, für die sie alleine gar nicht erst in die Vorauswahl kämen.



Mit dem „ITK-Systemhaus“ will Online Händler vernetzen und unterstützen.

Wer mit dem ITK-Systemhaus zusammenarbeiten will, kann sich als Distrikt-Partner exklusiv für ein bestimmtes Postleitzahlengebiet registrieren. Bisher sind 18 Fachhändler an Bord. Weber ist mit dem moderaten Wachstum zufrieden: „Wir haben nicht von heute auf morgen mit 50 Partnern gerechnet.“

Für registrierte Distrikt-Partner bietet das ITK-Systemhaus umfassenden Service: Wenn der Händler eine Liste potenzieller Kunden liefert, übernimmt das Unternehmen die telefonische Akquise, vereinbart Besuchstermine und begleitet den Händler

bei Bedarf zum Kunden. Diese Aktion sei sehr erfolgreich, sagt Olaf Wöstemeier, der bei Elektro-Holtkamp den Vertrieb Sicherheitstechnik und Telekommunikation verantwortet: „Wir sind von dem Service begeistert.“ Das Unternehmen aus Herzebrock-Clarholz bei Gütersloh führt diese Form der Akquise bereits zum zweiten Mal durch. Die Termine seien sehr gut vorbereitet, sagt Wöstemeier: „Wir bekommen Listen, aus denen hervorgeht, was der Kunde an Equipment einsetzt und wie lange eventuelle Miet- oder Serviceverträge noch laufen.“



Weniger erfolgreich war das ITK-Systemhaus dagegen bisher im Bereich Gebäudesysteme. „Es ist sehr schwer, das Thema den Fachhändlern zu vermitteln“, sagt Weber. Auch die Website hat sich noch nicht so weiter entwickelt, wie zunächst geplant. „Wir mussten einfach unsere Prioritäten anders setzen“, erklärt der Manager den eher mageren Internetauftritt. Im Großen und Ganzen hat sich das Projekt jedoch

gelohnt, davon ist Weber überzeugt: „Wir machen auf jeden Fall weiter.“

Meinung des Redakteurs

Auch wenn ein Distributor mit eigenem Systemhaus nach Direktgeschäft riecht: Das Konzept der Online Distribution ist schlüssig. Schließlich sorgt der Distributor mit seinem Angebot für die so dringend benötigte Vernetzung und erweitert für Händler den potenziellen Kundenkreis ganz erheblich.