

ONDEMAND4U/SOLGARI

Kombi-Lösung bis 5.000 Anwender

Eine neue deutsch-irische Kooperation kommt mit einer sehr interessanten Software auf den Markt. Sie kombiniert unter anderem ohne die Einbindung von Hardware Telefon- und betriebswirtschaftliche Software auf Basis von Microsoft Dynamics 365. Mit diesem cloudbasierten Angebot gehen die beiden Anbieter in den nächsten Wochen an den Start. Der Anspruch: Kleinen und mittelständischen Unternehmen den Einsatz einer nahtlos integrierten und zukunftsweisenden Lösung zu ermöglichen.

„Unternehmen benötigen heute in einer modernen Arbeitswelt cloudbasierte Kommunikationslösungen, die Mitarbeitern jederzeit überall zur Verfügung stehen und gleichzeitig kosteneffizient, sicher und Compliance-konform sind. Diese Anforderungen sehen wir vor allem bei Unternehmen, die Microsoft Dynamics 365 einsetzen“, sagt Kenneth Christensen, Geschäftsführer der OnDemand4U GmbH in Saarbrücken.

Der „Spezialist für Microsoft-Cloud-Lösungen wie Dynamics 365 bzw. Microsoft CRM Online“ (OnDemand4U über OnDemand4U) und Solgari, ein Anbieter von Kommunikationslösungen in der Cloud, traten erstmals gemeinsam als Kooperationspartner vom 26. Februar bis zum 1. März 2018 auf der Call Center World CCW in Berlin auf.

Den Messe-Besuchern präsentierten die beiden Anbieter eine integrierte Lösung, die Microsoft Dynamics 365 und Business-Kommunikation in der Cloud umfasst und sich angeblich optimal für dynamische und wachstumsstar-

ke Unternehmen eignet. Solgari vereint, so die Beschreibung der Lösung, in seiner cloudbasierten Kommunikationsplattform Telefonie, Telefon- und Videokonferenzen, Desktop-Sharing, Contact Center, Interactive Voice Response (IVR, Sprachdialogsystem), Anruf-Archivierung und -Verschlüsselung.

Solgari verspricht mit der Lösung die Erfüllung aller regulatorischen Vorgaben wie DSGVO und MIFID

Im Zusammenspiel mit Microsoft Dynamics 365 entsteht so eine Lösung, mit der die Mitarbeiter in Vertrieb, Kundendienst und Innendienst die Solgari-Anwendung für Telefonate, Contact-Center-Aktivitäten, Videogespräche, Chat oder SMS-Versand nutzen können. Dabei werden alle Aktionen in der Microsoft Dynamics-365-Historie hinterlegt. Sie kommunizieren mit anderen Unternehmen – unabhängig davon, ob diese Festnetztelefonie, Web-Kommunikation oder Messaging-Tools nutzen.



Kenneth Christensen, Geschäftsführer der OnDemand4U:

„Unternehmen benötigen heute in einer modernen Arbeitswelt cloudbasierte Kommunikationslösungen, die Mitarbeitern jederzeit kosteneffizient überall zur Verfügung stehen.“

Die gemeinschaftliche Lösung des deutschen und irischen Anbieters wird in den Rechenzentren des US-Unternehmens Verizon gehostet, das in Frankfurt ein Data-Center betreibt. Solgari verspricht mit dieser Lösung die Erfüllung aller regulatorischen

Inhalt	Seite
OnDemand4U/Solgari <i>Kombi-Lösung bis 5.000 Anwender</i>	1
Xerox <i>Händlerverband bezieht Stellung</i>	4
Telekommunikation <i>Paradigmenwechsel</i>	6
DocuWare <i>Neues Partner-Modell</i>	8
Optimal Systems <i>Gelungene Trendwende</i>	10
<i>Namen und Nachrichten</i>	11



Vorgaben wie etwa DSGVO (Datenschutzverordnung) beziehungsweise der MIFID II Markets in Financial Instruments Directive (Banken-Regulierung). Diese Anforderungen verlangen insbesondere die Finanzdienstleister von Lieferanten. Außerdem können die Iren unter anderem ihren Kunden eine Ausfallsicherheit von 99,9 Prozent zusichern.

Axel Oppermann, Chef des Analystenhauses Avispador: „Die Kunden müssen sich fragen, ob diese Form der Omni-Channel-Kommunikation mittelfristig die richtige ist und ob sie in drei oder fünf Jahren diese Anwendung weiter favorisieren wollen.“



Solgari ist darauf spezialisiert, eine rein cloudbasierte Plattform für Telefonie, Videokonferenz und Chat zu bauen, die auch den Ansprüchen größerer Call-Center genügt. Teure und wartungsintensive Hardware für Telefonanlagen soll somit der Vergangenheit angehören. Gegenüber INFO-MARKT versichern die Iren, dass man mit der Lösung fünf bis 5.000 Anwender und damit global agierende Unternehmen problemlos bedienen kann.

Die Vertreter von OnDemand4U, die mit der Kooperation vor allem stark wachsende Unternehmen ins Visier nehmen, sind sich sicher, mit dem irischen Partner beim Anwender auf eine hohe Akzeptanz zu stoßen. „Im Zusammenspiel mit Microsoft Dynamics 365 entsteht so eine Lösung, die jeden Kanal der Kunden-Kommunikation bedient, alle Sicherheitsstandards erfüllt und zudem die Telefonkosten um bis zu 50 Prozent reduziert“, lautet die Verkaufsargumentation aus Saarbrücken.

Dieser stimmen Marktkenner weitgehend zu. Etwa Ralf Korb, CRM-Experte des Analystenhauses Barc GmbH: „Die Solgari-Lösung ist sehr stabil und kommt durch ihre Vollverschlüsselung sogar für Banken und Versicherungen infrage. Im Gegensatz zur Microsoft-eigenen Lösung Skype for Business kann man damit in der Tat die Anforderungen selbst größerer Call Center abbilden“, versichert Korb. Ein ähnliches Statement gibt Axel Oppermann, Chef des Analystenhauses Avispador GmbH in Kassel, ab: „Wenn alle

Kommunikationskanäle in einem System verfügbar sind und alle kundenrelevanten Informationen in Dynamics 365 konsolidiert und dokumentiert werden können, ist das ein cleverer Ansatz.“

Zu den Kosten: Die komplette Branchenlösung für Fintechs inklusive einer Komplett-Verschlüsselung plus CRM plus 15 weitere Apps kostet 110 bis 190 Euro. Mit anderen Worten: Für einen mittelständischen Betrieb mit 10 Mitarbeitern entstehen Kosten zwischen rund 13.000 und 23.000 Euro pro Jahr. Dieses Pricing dürfte kaum zu einem beschleunigten Auftragseingang führen.

Deshalb gibt es ein alternatives Angebot. Bei diesem zahlen Unternehmen ab 50 Euro monatliche Miete. Dafür erhalten sie die Solgari-Lösung plus eine CRM-Lizenz von Microsoft (Full

User), die monatlich kündbar ist. Damit stehen den Anwendern eine leistungsstarke CRM-Software sowie umfassende Kommunikations-Funktionalitäten zur Verfügung. Darüber hinaus können sie ihre Telefonanlage ein-kellern und die Cloud-Vorteile bei der Wartung und Betriebs-sicherheit in Anspruch nehmen. Gleichwohl: „Die Kunden müssen sich fragen, ob diese Form der Omni-Channel-Kommunikation mittelfristig die richtige ist und ob sie in drei oder fünf Jahren diese Anwendung weiter favorisieren wollen“, gibt Oppermann zu bedenken.

Er begründet seine Ansicht mit der Prognose, dass die „Zukunft von Omni-Channel und vor allem bei einfachen Kundendialog-Aufgaben durch eine starke Zunahme von Bots erledigt werden“. Unter den so genannten Chatbots versteht man ein Programm, das getippte Texte von Nutzern entgegennimmt und mit einer Antwort in Textform reagiert. Dabei gibt es zwei Ansätze: Der Chatbot basiert auf festen Regeln. Er erkennt



Ralf Korb, CRM-Experte des Analystenhauses Barc: „Der Anwender muss prüfen, ob mit neuen Programm-Versionen auch echte Neuerungen ausgeliefert werden und keine Patches, die nur etwaige Fehler ausbessern.“

Schlüsselwörter oder Phrasen und gibt entsprechend Antworten aus. Oder er greift auf eine Art Künstliche Intelligenz (KI) zu und lernt bei der Anwendung weiter dazu. „Hier gibt es bereits andere Microsoft-Partner, die sehr aktiv an entsprechenden Lösungen arbeiten“, sagt Oppermann.

Handeln mit Tinte

Wie Handel und Unternehmenskunden von den Vorteilen des Tintendrucks profitieren

Epson ist bei seinen Partnerunternehmen für eine konstante, berechenbare Vertriebspolitik bekannt. Handelspartner verlassen sich auf die Strategie des Herstellers, seine Lösungen ausschließlich über einen 100-prozentig indirekten Vertrieb anzubieten. Zusätzlich baut Epson 2018 sein Angebot an effizienten und kostensenkenden Drucksystemen weiter aus. Mit der neuen WorkForce Pro WF-C5000er-Serie bietet Epson die nächste Generation seiner Inkjetsysteme für den Einsatz in Unternehmen an.

Die neue Epson WorkForce Pro WF-C5000er-Serie

Epson stellt die ersten Vertreter seiner neuen Serie WorkForce Pro Business Inkjets vor, die speziell für den kostensenkenden Einsatz in kleineren Arbeitsgruppen entwickelt wurde. Beim Flaggschiff der neuen Serie, dem WorkForce Pro WF-C5790DWF, ist alleine der Stromverbrauch um bis zu 90 Prozent geringer als bei vergleichbaren

Laserdruckern¹. Dabei bieten die WorkForce Pro-Geräte eine vergleichbar hohe Druckgeschwindigkeit wie ihre Lasermitbewerber, aber eine schnellere Reaktionszeit bis zum ersten Ausdruck in Farbe und Schwarzweiß. Anwender warten nur rund sieben Sekunden auf die erste Seite, wenn die Drucker im Energiesparmodus sind². Außerdem verfügen die Geräte mit 24 Bildern/Min. in Farbe über die schnellste Scangeschwindigkeit in dem Segment. Bei den Modellen WorkForce Pro WF-C5210DW und WF-5290DW (mit PCL-Unterstützung) handelt es sich um reine Drucker, die ihre Vorgänger WF-5110DW und WF-5190DW ablösen, eine der erfolgreichsten Business-Inkjet-Reihen am Markt. Bei den WF-C5710DWF und WF-C5790DWF (mit PCL-Unterstützung) handelt es sich um 4-in-1-Modelle, die neben Drucken auch Kopieren, Scannen und Faxen können. Diese Modelle der Serie sind ab Februar im qualifizierten Handel verfügbar.



Die neue Epson WorkForce Pro WF-C5000er-Serie (Bild: WorkForce Pro WF-C5790DWF) senkt die Kosten in Unternehmen, leistet einen Beitrag zum Umweltschutz und steigert die Produktivität.

Weitere Informationen unter:

www.epson.de

www.epson.de/neudenken

¹ Im Vergleich zu den zehn meistverkauften Farblaserdruckern in West-, Mittel- und Osteuropa, mit einer Druckgeschwindigkeit zwischen einer und 30 Seiten pro Minute, wie von IDC in den zwölf Monaten bis Juni 2017 definiert. Daten von BLI.

² Im Vergleich zu den zehn meistverkauften Farblaserdruckern in West-, Mittel- und Osteuropa, mit einer Druckgeschwindigkeit zwischen einer und 30 Seiten pro Minute, wie von IDC in den zwölf Monaten bis September 2017 definiert. Daten von BLI.



Die neue Epson WorkForce Pro WF-C5000er-Serie bietet Unternehmen kostengünstige, effiziente Druck-, Scan- und Kopierlösungen.

Auch Analyst Korb rät Unternehmen, einen kritischen Blick auf die langfristige Roadmap eines solchen Systems zu werfen. Sein Rat: Der Anwender muss prüfen, ob mit neuen Programm-Versionen auch echte Neuerungen ausgeliefert werden und nicht nur Patches, die lediglich etwaige Fehler ausbessern. Überdies hält er es für sinnvoll, das Microsoft-System mit einer zusätzlichen Sicherheitsebene zu versehen, wie sie die Solgari-Software bereits ab Werk enthält. „Wenn man die Cloud-Lösung von Microsoft zusätzlich mit ei-

ner Voll-Verschlüsselung ausstattet, dann dürfte garantiert kein Dritter mehr Freude an fremden Daten verspüren“, meint Korb.

Das Fazit: Das deutsch-irische Kombiangebot deckt offenbar die aktuellen Bedürfnisse nach modernen Cloud-Lösungen ab, die pfiffig Aspekte wie CRM und Telekommunikation optimieren. Der geneigte Investor sollte allerdings vor dem Kauf prüfen, inwieweit die Lösung auch die langfristigen Ziele bei der Bewältigung künftiger Anforderungen in der Kundenkommunikation abdecken kann. ■

Deutschland und dessen Strategie müssen wir hier entschieden dementieren.

„Die Zusammenarbeit mit dem Xerox-Management in Deutschland ist partnerschaftlich, konstruktiv und keineswegs unterkühlt.“

Mit der Neuausrichtung des Konzerns und dem größten Produktlaunch der Konzerngeschichte im Jahre 2017 sind die deutschen Konzessionäre zufrieden. Seit diesen Maßnahmen ist der Kanal der Xerox-Konzessionäre in Deutschland wieder auf Wachstumskurs. Die in dem Rundschreiben der XRX-Group getätigten Aussagen spiegeln lediglich die Meinung eines einzelnen ehemaligen Konzessionärs wider und nicht die des gesamten Vertriebskanals. Auch die Zusammenarbeit mit dem Xerox-Management in Deutschland ist partnerschaftlich, konstruktiv und keineswegs „eisenhaltig“ und unterkühlt. Dies auch, wenn kritische Fragen diskutiert werden.

Ferner möchten wir uns an keinen Spekulationen beteiligen, was für die XRX-Group die Intention eines solchen Anschreibens an ihre ehemaligen Kunden war. Fakt ist jedoch, dass die Xerox GmbH den Vertrag mit der XRX Group Ende Januar fristlos gekündigt hat. Dies ist

XEROX

Händlerverband bezieht Stellung

In unserer Ausgabe INFO-MARKT Nr. 3/2018 veröffentlichten wir Auszüge aus dem Inhalt eines Rundschreibens, das die XRX-Gruppe in Vallendar (Koblenz) und Wiesbaden an die eigenen Kunden verschickte. Der geschäftsführende Gesellschafter Jörg-Christian Gollub erläuterte seine Gründe und Sichtweise, warum er die „Mono-Brand-Partnerschaft bzw. Ein-Markenstrategie zwischen ihm und der Xerox GmbH in Neuss beendete. Wir haben den Inhalt des Anschreibens seinerzeit auch deswegen unkommentiert veröffentlicht, weil wir erst einmal die Reaktionen im Markt abwarten wollten. Die waren dann allerdings so heftig und zahlreich, dass sie die Brisanz dieser Thematik in außergewöhnlicher Weise widerspiegeln.

In dieser Woche erreicht uns nun die Stellungnahme des Vereins der Händler der Xerox Vertragspartner in Deutschland e.V. in Frankfurt, die wir im Folgenden genauso unkommentiert weitergeben wie das Schreiben Gollubs an seine Kunden. Der Vorstandsvorsitzende Andreas Lapp schreibt: „Seit ihrer Veröffentlichung ist das Postfach unseres Vorstandsbüros mit Schreiben unserer Mitglieder

reich gefüllt. Wir sind hier dringend angehalten, einige Dinge und Aussagen richtigzustellen. Die getätigten Aussagen über die Marktfähigkeit von Xerox in



Andreas Lapp, Geschäftsführer der Lapp OHG und Vorstandsvorsitzender des Xerox-Händlerverbandes in Deutschland: „Seit ihrer Veröffentlichung ist das Postfach unseres Vorstandsbüros mit Schreiben unserer Mitglieder reich gefüllt. Wir sind hier dringend angehalten, einige Dinge und Aussagen richtigzustellen.“



Machen Sie mit uns Karriere!

Für das Verkaufsgebiet Niedersachsen/ Bremen
sowie für den Raum Hamburg
suchen wir jeweils zum nächstmöglichen Termin einen:

Vertriebsprofi (w/m) im Außendienst



Ihre Aufgaben:

Nach einer gründlichen Einarbeitungsphase durch unsere erfahrenen Vertriebsprofis werden Sie vorrangig für die Akquise von Neukunden und den Ausbau von Bestandskunden im Bereich B2B tätig sein. Sie sind zuständig für die Erstellung von Lösungskonzepten und den Vertrieb von digitalen, multifunktionalen Kopier- und Drucksystemen sowie interaktiver Präsentations- und Schulungstechniken.



Ihr Profil:

Sie überzeugen durch Ihre Begeisterungsfähigkeit, verfügen über einschlägige Berufserfahrungen im Vertrieb und haben ein sicheres und kompetentes Auftreten. Ihr Motor ist die Leidenschaft für den Vertrieb und die Freude am Umgang mit Menschen. Darüber hinaus verfügen Sie idealerweise über eine kaufmännische bzw. betriebswirtschaftliche Ausbildung. Ihr Arbeitsstil ist durch selbstständiges, kunden- und erfolgsorientiertes Handeln geprägt. Eine gute Kommunikations- und Verhandlungsgeschick runden Ihr Profil ab. Sie sind routiniert in der Anwendung von Microsoft-Office und besitzen sehr gute IT- und Netzwerkkennnisse.

Der Besitz eines Führerscheins (Klasse B bzw. Klasse 3) ist für diese Position Voraussetzung.



Unser Angebot:

Es erwartet Sie eine interessante Aufgabe mit viel Eigenverantwortung in einem Team. Ihnen langfristige Perspektiven und Raum für eigenverantwortliches Handeln sicherzustellen, werden Sie von uns und unseren Partnern, in dem Sie vorrangig für die Neukundengewinnung verantwortlich sind, im Rahmen von Projektrahmen für Ihre Kunden entwickeln. Sie erhalten ein leistungsorientierten Vergütungsmodells (Fixum + Provision) und selbstverständlich einen Firmenwagen zur Verfügung.



Stellen

Die
vollständige

Anzeige können

Sie sich in unserem

Stellen@Markt-Portal unter

www.infomarkt.de ansehen

ein Schritt, der nur aus sehr gutem Grund und dringendem Anlass gegangen wird. Um den Schaden in der Region möglichst fern der betroffenen Kunden zu halten, arbei-

tet Xerox, gemeinsam mit den beteiligten Konzessionärs-Kollegen, bereits an einer Lösung und wird sich mit den betroffenen Endkunden in Verbindung setzen“.

sowohl vom Vorstand des Verbands der Xerox-Vertragspartner als auch von unseren Mitgliedern positiv gesehen. Nahezu alle Produkte, die in der Vergangenheit für den deutschen Konzessionärs-Vertriebskanal wichtig waren, stammten schon immer aus der Fuji-Xerox-Entwicklungsschmiede und nicht von Xerox. Vor diesem Hintergrund rechnen wir mit weiteren Verbesserungen in der Preisgestaltung und der Innovationskraft des Fuji-Xerox-Konzerns.“

Kurz nach der Veröffentlichung erfolgte die Übernahme des Xerox-Konzerns durch die japanische Fujifilm. Auch zu diesem Artikel in unserem INFO-MARKT Nr. 5/2018 bezieht Lapp Stellung. Konkret: „Die Neugestaltung des Konzerns gemeinsam mit Fuji wird

INFO-MARKT wird, wie im Januar 2018 angekündigt, die Berichterstattung über die aktuelle Situation im Xerox-Vertriebskanal mit weiteren Stellungnahmen fortsetzen. Und darüber hinaus bisher noch nicht behandelte Aspekte beleuchten. ■

Anzeige

Manufaktur IT
Information Security Training for Business

Werden Sie Top Experte in der IT-Security!

- ✓ Individuelle Information Security und Awareness Trainings
- ✓ Erfolgreiches Vorbereiten auf internationale Security Zertifikate

CISSP CISM CISA
Mit uns erfolgreich zum Examen!

Jetzt informieren und anmelden!

www.manufaktur-it-training.de

TELEKOMMUNIKATION

Paradigmenwechsel

Die Branche steht in den nächsten fünf Jahren vor einschneidenden Marktveränderungen und muss sich jetzt entscheiden, wie sie ihre Kunden künftig mit attraktiven Angeboten binden will. Das sind unter anderem die Ergebnisse der A.T.-Kearney-Studie „NextGen: Succeeding with the Digital Consumer“. Sie wurde anlässlich des Mobile World Congress 2018 in Barcelona vorgestellt.

„Zwischen den ambitionierten Strategien der Telekommunikationsanbieter bei digitalen Services und Kundeninteraktionen und der Realität klafft eine große Lücke“, meint Dr. Florian Dickgreber, Partner der Unternehmensberatung A.T. Kearney. Er beruft sich dabei auf die Ergebnisse der oben genannten Studie „NextGen: Succeeding with the Digital Consumer“. Sie hat mehr als 60 Vorstände von Telekommunikations-Unternehmen aus Europa, dem Mittleren

Osten und Russland interviewt.

55 Prozent der Befragten wollen ihre Geschäftsmodelle in Richtung eines digitalen Navigators entwickeln, der neben einem Premiumnetz auch höchste Qualität für digitalen Service und digitale Inhalte anbietet. Doch in der Umsetzung kämpfen sie mit Silostrukturen und Ineffizienz bei der Nutzung von Echtzeitdaten. „Auffallend ist, dass ihr Produktmanagement und ihre Kundeninteraktionen noch nicht auf die neue Strategie ausgerichtet sind“, heißt es in der Studie.

Der digitale Navigator steht für ein Premiumnetz und exzellente Qualität bei digitalen Services und Inhalten, die über Dritte bereitgestellt werden. Weitere 32 Prozent zielen auf die Position des Premium Players für Kunden, die bereit sind, einen hohen Preis für nahtlose und integrierte Netzanbindung zu bezahlen. Neun Prozent verstehen sich als Datenanbieter (qualitätsvolle Netzverbindungen zu sehr niedrigen Preisen). Nur vier Prozent der Befragten sehen ihr Unternehmen als reinen Netzanbieter.

Digitale Services, TV- und Finanzdienstleistungen sind die Umsatzquellen der Zukunft

Die nächsten fünf Jahre bringen nach Ansicht der befragten Vorstände entscheidende Marktveränderungen mit sich. Digitale

Services, TV- und Finanzdienstleistungen sind in ihren Augen die Umsatzquellen der Zukunft, Netzverbindungen und Hardware werden dagegen einen Rückgang erleben.

Im Schnitt gehen sie davon aus, dass reine Netzverbindungen, die heute 71 Prozent des gesamten Umsatzes ausmachen, auf einen Anteil von 59 Prozent sinken. Der Umsatzbeitrag mit digitalen Services werde dagegen von heute lediglich sieben Prozent auf 14 Prozent steigen. Für die Erlöse mit Hardware wird ein Rückgang von elf auf neun Prozent vorhergesagt. Dennoch ist ein weiteres Angebot an Hardware und Netzverbindungen unerlässlich, um die Positionierung der Anbieter

in den Segmenten Smart Home, Unterhaltung und Sicherheit zu festigen.

Anbieter planen Vereinfachung ihrer Tarifstrukturen, Entflechtung von Handset- und Service-Verträgen und Etablierung mobiler Apps

Die Anbieter sehen es zur Erreichung ihrer strategischen Ziele als notwendig an, ihre Geschäftsmodelle umzubauen. Unter anderem mit der Vereinfachung ihrer Tarifstrukturen, der Entflechtung von Handset- und Service-Verträgen, der Etablierung bei mobilen Apps, die zum wichtigsten Kundenservice-Kanal geworden sind, doch sukzessive durch Sprachdi-

alogsysteme mit Künstlicher Intelligenz ersetzt werden.

Doch die Ressourcen-Priorisierung der Telekommunikationsunternehmen entspreche nicht eindeutig ihren Zielen, mehr digitale Services zu verkaufen und die Kundeninteraktionen zu digitalisieren: So sei das Produktmanagement mehr mit der Reduktion der Produktkomplexität beschäftigt als mit der Entwicklung neuer Produkte. Der Einsatz neuer Chatbot-Technologien und die Verknüpfung des Online-Shops mit dem physischen Point of Sales stünden in der internen Priorisierung in der Regel hinter dem Management der altgedienten Kanäle zurück.

CEYONIQ 
Technology

A KYOCERA GROUP COMPANY



Jetzt unser aktuelles
WHITEPAPER „7 IT-Trends“
herunterladen auf:
www.ceyoniq.com

7 Trends, die das EIM prägen werden

Die Studie von A.T. Kearney zeigt darüber hinaus, dass die Telekommunikations-Unternehmen, die digitale Navigatoren werden wollen, ihre Strategie zu langsam umsetzen und noch stärker an einer adäqua-

ten Unternehmenskultur arbeiten müssen. Die Interviewten sprechen von einem Mangel an Kompetenzen und Fähigkeiten in ihrem Haus als wesentliche Herausforderung bei der Umsetzung. ■

Erweiterungsgeschäft“, sagt Max Ertl, Geschäftsführer und verantwortlich für die weltweite Vertriebsstrategie bei der DocuWare GmbH in München.

Der Verkaufszyklus bei einer On-Premise-Lösung soll sich bei einem Cloud-System von bisher zwölf Monaten auf sechs Wochen reduzieren

DOCUWARE

Neues Partner-Modell

Rasant steigende Zuwächse beim Verkauf von DocuWare Cloud veranlassen ECM-Hersteller, sein Partnerprogramm zu ergänzen. Zielgruppe des neuen Partnertyps sind Systemhäuser, IT-Dienstleister und Value Added Reseller, die auf den Cloud-Zug aufspringen wollen. Als zertifizierte DocuWare-Cloud-Partner können sie Unternehmen einen schnellen und kostengünstigen Einstieg in die Digitalisierung ermöglichen.

Weltweit vertreiben rund 500 autorisierte DocuWare-Partner (ADP) in mehr als 70 Ländern die Dokumentenmanagement-Lösungen des Unternehmens. Seit der ECM-Anbieter in 2012 sein Portfolio um ein Public-Cloud-Angebot erweiterte, rückt dieses zunehmend in den Verkaufsfokus. Mit einem neuen Vertragsmodell, dem sogenannten DocuWare-Cloud-Partner-Programm, erhalten Systemhäuser, IT-Dienstleister sowie Value Ad-

sollen ihn einfacher und effizienter gestalten. Das notwendige Level bei der Qualifikation erlangen DocuWare-Cloud-Partner ausschließlich durch E-Learnings und die Teilnahme an Online-Kursen beziehungsweise Webinaren. Das neue Programm startet Mitte 2018 auf dem deutschen Markt, das bestehende Partnergeschäft bleibt von dieser Neuerung unberührt.

DocuWare-Cloud-Partner profitieren nach Angaben des Herstellers neben wiederkehrenden Cloud-Umsätzen von lukrativen, neuen Chancen im Dienstleistungs- und Beratungsgeschäft sowie guten Margen. Der Verkaufszyklus bei einer On-Premises-Lösung, also von der Präsentation bis zum

Das Marktpotential wird als riesig beschrieben. Je kleiner ein Unternehmen, desto seltener die Nutzung eines Dokumentenmanagement-Systems. Einer aktuellen Bitkom-Studie zufolge setzt nur jeder dritte Mittelständler eine ECM-Lösung ein; die Quote bei Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern liegt deutlich darunter. Doch unabhängig von ihrer Größe – zunehmender Kostendruck und die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen zwingen Betriebe, die Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse voranzutreiben.

Gerade ihnen kommt der Einsatz einer Cloud-Lösung zugute, da beispielsweise Investitionen in Hardware und teure Wartung entfallen, die Abrechnung nach tatsächlich genutzten Services erfolgt, immer die aktuelle Software-Version im Einsatz ist und führende Anwendungen sich problemlos integrieren lassen. „Mit unseren Ready-to-use-Lösungen lässt sich ein neues Geschäftsfeld aufbauen, das raschen Profit und Zukunftssicherheit verspricht“, behauptet Ertl und versichert, dass die „DocuWare Cloud das führende DMS auf der Microsoft-Azure-Plattform ist. Diese Tatsache gibt den Partnern Sicherheit und ein zusätzliches Verkaufsargument.“ ■

Max Ertl, Geschäftsführer bei DocuWare: „Mit unseren Ready-to-use-Lösungen lässt sich ein neues Geschäftsfeld aufbauen, das raschen Profit und Zukunftssicherheit verspricht.“



ded Reseller die Möglichkeit, ihr Portfolio durch zukunftsorientierte Cloud-Lösungen zu ergänzen.

Vorkonfigurierte Workflows beschleunigen den Vertriebsprozess von cloudbasierter Software und

Abschluss, soll sich nach den bisherigen Erfahrungen bei einem Cloud-System angeblich von bisher drei bis zwölf Monaten auf sechs Wochen reduzieren. „Somit bleibt mehr Zeit für das Neu- und

Nutzen Sie wie bereits Ihre Mitbewerber das INFO-MARKT LIEFERANTEN-LEXIKON, um neue Kunden zu gewinnen!

Kyocera Premium Partner
KYOCERA
Green IT Das Systemhaus GmbH
Joseph-von-Fraunhofer-Str. 15
44227 Dortmund
Umsatz: > 25 Mio.
Tel. 0231-28680-0
Fax 0231-28680-100
info@greenit.systems
http://www.greenit.systems

GreenIT
Das Systemhaus

MLF Mercator-Leasing GmbH & Co. Finanz KG
Londonstraße 1
97424 Schweinfurt
Tel. 09721-4747-0
Fax 09721-4747-290
info@mercator-leasing.de
http://www.mercator-leasing.de

MERCATOR LEASING
Corporate Finance & Services

MORGENSTERN AG
F.-W.-Raiffeisen-Str. 5
72770 Reutlingen
Umsatz: > 25 Mio.
Tel. 07121-910-100
Fax 07121-910-240
info@morgenstern.de
http://www.morgenstern.de

MORGENSTERN
Wir bringen Leben in Ihre Dokumente.

Kyocera Premium Partner
KYOCERA
J.A. Hofmann Nachf. Maintal-Bürofachmarkt GmbH
Alfred-Nobel-Str. 8
97080 Würzburg
Tel. 0931-90088-0
Fax 0931-90088-10
www.jahofmann.de
mailto:buerofachmarkt.de
http://www.maintal-buerofachmarkt.de

J.A. HOFMANN
NACHF. GmbH

A-Z Bürosysteme GmbH
Otto-Hahn-Str. 2
29664 Walsrode
Umsatz: > 10 Mio.
Tel. 05161-70891-0
Fax 05161-70891-40
info@az-buerosysteme.de
http://www.az-buerosysteme.de

AZ
BÜROSYSTEME GMBH

Kyocera Premium Partner
KYOCERA
Bents Büro GmbH
Herrlich 10
Hilow-Riepe
328 9191-835
328 9191-841
@bents.com
www.bents.de

Kyocera Premium Partner
KYOCERA
bents

IT-HAUS GmbH
Europa-Allee 26/28
50823 Köln
Umsatz: > 200 Mio.
Tel. 06196-995400
mailto:leasing@bfl.de
mailto:leasing@bfl.de

IT-HAUS
Let's do IT together!

Büroring eG
Siemensstr. 7
42781 Haan
Tel. 02129-5571-0
Fax 02129-5571-119
info@buering.de
http://www.buering.de

BÜORING®

winwin Finance GmbH
Die bankenunabhängige
Finanzierungsgesellschaft
spezialisiert auf den Fachhandel
für Bürokommunikation, IT und
Telefonie

WIN Finance

BFL Leasing GmbH
Hauptstraße 131-137
51149 Köln
Umsatz: > 200 Mio.
Tel. 06196-995400
mailto:leasing@bfl.de
mailto:leasing@bfl.de

BFL
DIE IT-FINANZIERER

KCI Kompetenz Center Innovation by copynet innovation
Heidenkampsweg 45
20097 Hamburg
Tel. 040-238545-13
Fax 040-238545-15
mailto:rsiebert@kompetenzcenter-innovation.de
http://www.k-c-i.de

KCI KOMPETENZ CENTER INNOVATION
Innovationen durch Kompetenz

Ditcon GmbH
Fuggerstraße 26
51149 Köln
Umsatz: > 200 Mio.
Tel. 06196-995400
mailto:leasing@bfl.de
mailto:leasing@bfl.de

DITCON
Ein Unternehmen der GFC-Gruppe

Durch Klicken auf
einen Firmen-Eintrag gelangen Sie direkt
auf die entsprechende Homepage



OPTIMAL SYSTEMS

Gelungene Trendwende

Das Berliner Software-Haus ist 2017 erneut zweistellig gewachsen. Auch die Anzahl der Mitarbeiter sowie der Software-Installationen bei Kunden verzeichnet einen konstanten Anstieg. Für das laufende Geschäftsjahr kündigt der Anbieter eine neue Vertriebsoffensive mit einem Rebuild der Produkt- und Unternehmenskommunikation an.

„In 2017 haben wir als Firmen-gruppe einen Umsatz von 52,7 Millionen Euro erwirtschaftet und damit nicht nur ein schönes nächstes Level erreicht, sondern auch ein Wachstum von fast 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr realisiert, was unser Anspruch ist“, erklärt Karsten Renz, CEO und Gründer der Optimal-Systems-Gruppe in Berlin, bei der Bekanntgabe der jüngsten Geschäftsergebnisse.

Weiterhin teilte er mit, dass im letzten Jahr 170 neue Kunden gewonnen werden konnten und somit die Zahl der Software-Installationen auf 2.170 gestiegen ist. Die Mitarbeiterzahl der Unternehmensgruppe hat sich von 380 auf 400 erhöht. Bereits in 2016 gelang dem Anbieter eine

Steigerung des Umsatzes von über 14 Prozent (→ Tabelle 1). Auch die Anzahl der Mitarbeiter und der Kundeninstallationen verzeichnete in den vergangenen vier Geschäftsjahren ein stetiges Wachstum.

2013 sah die Lage noch ganz anders aus. Der Umsatz stagnierte, die Wachstumsprognosen wurden weit verfehlt. Produkte, die auf großer Bühne präsentiert worden waren, wurden kurze Zeit später wieder vom Markt genommen. Auch die geplante Expansion ins nicht deutschsprachige Ausland scheiterte (→ INFO-MARKT 7/2014). Die Folge: Optimal Systems, deutscher ECM-Anbieter der ersten Generation, wurde als heißer Übernahmekandidat gehandelt – so wie der Berliner Nachbar Saperion, der in jenen Tagen von Lexmark geschluckt wurde.

Inzwischen aber ist die Krise überwunden. Wer Unternehmenskennner nach den Ursachen für diese Trendwende fragt, hört immer wieder den Namen Gregor Wolf. Der Manager wechselte 2013 vom ERP-Hersteller Klopotek zu Optimal Systems, wo er zunächst das Produktmanagement und zwischenzeitlich auch die Software-Entwicklung leitete. Seit Sommer 2015 verantwortet er als Chief Operating Officer das Tagesgeschäft.

25 Jahre nach Gründung des Unternehmens steht die Persona-

Tabelle 1
Umsatzentwicklung der Optimal-Systems-Gruppe 2007–2017 (Mio. €)

Jahr	Umsatz	Änd. (%)
2007	19,0	–
2008	20,0	5,3
2009	21,8	9,0
2010	24,6	12,8
2011	29,1	18,3
2012	34,2	17,5
2013	34,3	0,3
2014	37,5	9,3
2015	40,4	7,7
2016	46,1	14,1
2017	52,7	14,3

Quelle: Optimal Systems

lie Wolf zudem für eine gelungene Wachablösung. Von den beiden Firmengründern ist nur noch Karsten Renz als CEO an Bord. Sein langjähriger Weggefährte Sven Sauer, viele Jahre CIO und Leiter der technischen Entwicklung, zog sich im April 2016 aus dem operativen Geschäft zurück. Dem Unternehmen bleibt er nun nur noch als Gesellschafter verbunden.

Der Wechsel hat viel Bewegung in die technologische und organisatorische Entwicklung des Unternehmens gebracht. So folgt die Software-Entwicklung inzwischen der agilen Scrum-Methodik, die den Anspruch erhebt, durch ihre Regeln und Rollenverteilung Produkt-Funktionalitäten in maximal vier Wochen zu liefern.

Als weiterer Indikator für Wachstum lässt sich die Eröffnung der neuen Geschäftsstelle in Kiel im vierten Quartal der abgelaufenen Berichtsperiode anführen. Zudem nahm mit dem Jahresbeginn 2018 ein neuer Standort in Belgrad den Betrieb auf. Die Serben sollen das Unternehmen in den kommenden Jahren primär bei



Karsten Renz, CEO und Gründer der Optimal-Systems-Gruppe: „Ein großer Teil der Ressourcen geht 2018 weiter in die enaio-Produktentwicklung.“

der Software-Entwicklung unterstützen, die laut Management im Kern aber in Berlin bleibt.

Auch im laufenden Geschäftsjahr rechnet Optimal Systems mit einer positiven Geschäftsentwicklung und erneuten Umsatzsteigerung. Um das Ziel zu erreichen, startet der Anbieter im ersten Quartal eine neue Vertriebsoffensive mit einem Rebuild der Produkt- und Unternehmenskommunikation. Dazu gehören regionale und branchenspezifische Kunden- und Informationstage, die vor allem den neuen Möglichkeiten der beiden Produktlinien gewidmet sind.

Darüber hinaus kündigt das Software-Haus ein umfangreiches Software-Release der Produktlinie ‚enaio redline‘ im Mai und das ‚enaio blueline‘ 9.0 Release im September an. Das zentrale Treffen der enaio-Anwender in Berlin ist im Herbst dieses Jahres geplant. „Ein großer Teil der Ressourcen geht 2018 weiter in die enaio-Produktentwicklung. Hier werden wir in diesem Jahr technologisch noch deutlicher überzeugen, denn vor allem rund um ECM und EIM aus der Cloud ist ein Marktfeld noch offen, das wir sehr gern Partnern und Endkunden anbieten wollen“, lässt Renz verlauten. ■

vestoren-Erfahrung im SAP-, Handels-, Versicherungs- und Produktionsumfeld, so die Verkaufsargumentation der kreativen Damen, bieten sie interdisziplinäre Strategieberatung aus einer Hand, werteorientiert, innovativ und individuell an. Von Business-Model-Innovation über Design Thinking bis zu Leadership Excellence reichen die Ansätze, um die Geschäftsmodelle, Prozesse und Arbeitsabläufe von Unternehmen fit für die digitale Transformation zu machen – und zwar über die gesamte Lieferkette hinweg, ob Beschaffung, Produktion oder Absatz. Dabei werden auch Trend-Themen, wie IT-Sicherheit, Compliance, Corporate Social Responsibility (CSR) und New Work, abgedeckt.

Um international weiter wachsen zu können, setzt nextexitfuture auf den Zulauf kompetenter Partnerinnen und Partner. Besonders willkommen im Netzwerk sind Unternehmensgründerinnen und -gründer, an die die Koordinatorinnen ihre Erfahrungen weitergeben.

Namen und Nachrichten

Bitkom-Branche

„Der IT-Mittelstand ist der Wachstumstreiber der digitalen Wirtschaft. In dieser Branche entwickeln sich die Unternehmen am schnellsten und treiben mit großer Agilität und Dynamik die Konjunktur voran, schaffen neue Arbeitsplätze und stärken den Standort Deutschland. Die 9.852 mittelständischen Unternehmen stehen für 35 Prozent des Umsatzes und 56 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der deutschen IT“, sagt Bitkom-Präsidiumsmitglied Dirk Röhrborn.

Indes: Der gravierende Fachkräftemangel spitzt sich weiter zu. Im IT-Mittelstand gibt es gegenwärtig 14.500 offene Stellen für IT-Experten. „Für Mittelständler ist es besonders schwierig, das Rennen um die klügsten und besten Köpfe zu gewinnen“, sagt Röhrborn. Noch schlimmer: Bis 2019 stehen in Deutschland insgesamt

240.000 Unternehmensnachfolgen an, viele davon in der IT. Die Regelung der eigenen Nachfolge zählt zu den größten Herausforderungen, zumal gute Manager nicht von den Bäumen fallen.

Der vollständige Bitkom-IT-Mittelstandsbericht 2018 ist abrufbar unter <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publicationen/Bitkom-Mittelstandsbericht-2018.html>.

Strategie-Beratung

Acht Gründerinnen der Next Exit Future GmbH (nextexitfuture) in Heidelberg gründen ein Netzwerk für ganzheitliche Strategieberatung für Mittelständler und öffentliche Verwaltungen. Die Kunden werden bei der Umsetzung neuer Arbeits- und Organisationsformen, die durch die fortschreitende Digitalisierung erforderlich werden, unterstützt.

Als Führungskräfte mit Vorstands-, Aufsichtsrats- und In-



Next-Future-Gründerinnen: Ganzheitliche Strategieberatung für Mittelständler und öffentliche Verwaltungen.

Euro-Log

Der IT-Dienstleister aus Hallbergmoos bei München verstärkt sich mit einem strategischen Investor SupplyOn. Der neue Partner zählt zu den Anbietern von Supply-Chain-Lösungen für die Industrie. Euro-Log verspricht sich einen Zugriff auf die weltweiten Niederlassungen, um sich schnell internationaler aufstellen zu können. „Die nachhaltigen Investitionen in unseren geplanten Ausbau beschleunigen nicht nur unser Wachstum in unseren Kernmärkten, sondern ermöglichen uns auch eine schnellere Expansion nach China und Nordamerika“, sagt Vorstand Jörg Fürbacher.

IT-Sicherheit/DSGVO

Ein falsches Management der Unternehmens- wie auch der Sicherheits-Infrastruktur wird auch nach dem Inkrafttreten der EU-DSGVO für zahlreiche Betriebsstörungen sorgen. Davor warnt die 7Alliance, ein Zusammenschluss von sieben IT-Unternehmen. Die IT-Sicherheitsexperten raten angesichts engmaschiger Datenvernetzung und der durch die digitale Transformation wachsenden Bedeutung von Rechenzentren dazu, unter professioneller Begleitung den möglichen totalen Ausfall zu simulieren.

Nur so könnten Lücken überhaupt verlässlich identifiziert und

könne sinnvoll gegengesteuert werden. „Lange Schlangen, Produktionsausfälle und möglicherweise eben auch Datenverlust – die Folgen einer IT-Störung etwa in der Verwaltung sind immens und potenzieren sich rasch. Daran wird auch die alleinige Konzentration auf die EU-DSGVO nichts ändern können“, prognostiziert Thomas Lechner, Geschäftsführer der Inst-IT GmbH in Bochum.

Canon

Helga Schiermeier, zuletzt für den Retail-Kanal des Consumer Geschäfts DACH verantwortlich, übernimmt bei Canon Deutschland die Position des Directors Business Operations. Die Managerin, die seit 2001 im Unternehmen ist, soll die Prozesse rund um das Order- und Vertragsmanagement sowie die Logistik optimieren und eine zen-



Helga Schiermeier, Director Business Operations bei Canon Deutschland: Sie soll in der neuen Position die Prozesse rund um das Order- und Vertragsmanagement sowie die Logistik optimieren und eine zentrale Schnittstelle für interne und externe Kunden darstellen.

Ihr Schulungspartner für Solution Sales



GMC sales training
The Professional Sales Academy

www.erfolg-ist-erlernbar.de
Tel. +49 89 97007410

trale Schnittstelle für interne und externe Kunden darstellen.

Gleichzeitig übernimmt Dr. Oliver Fix, seit 1993 bei Canon in verschiedenen Führungspositionen tätig, die neu geschaffene Position des Program Directors für das B2B-Geschäft. In dieser Funktion soll er die strategische Transformation des Bereichs vorantreiben und dabei einen besonderen Fokus auf die Nutzung bereichsübergreifender Synergien und das daraus resultierende Wachstumspotential legen.

IMPRESSUM

INFO-MARKT GmbH Fischerstraße 49 D-40477 Düsseldorf Tel.-Nr. 0211/687855-0 Fax 0211/687855-25 redaktion@infomarkt.de

INFO-MARKT ist eine wirtschaftlich unabhängige Publikation, die aktuell über die Büro- und Informationstechnik berichtet ■ Sie ist urheberrechtlich geschützt ■ Nachdruck, Vervielfältigung und E-Mail-Versendung sind gemäß unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom 1. Januar 2017 nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet ■ Gerichtsstand ist Düsseldorf ■ Alle Nachrichten erfolgen nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr ■ Geschäftsführung und Herausgeber: Dipl.-Volkswirt Hans-Joachim Schneider ■ Chefredaktion: Hans-Joachim Schneider ■ Redaktion: Sven Hansel, Christoph Ledder, Carola Merten, Irina Müller ■ Layout+Grafik: Daniela Imlau ■ Preise INFO-MARKT E-Paper IT-/MFP-/Drucker@Markt: 216 Euro/Jahr zzgl. gesetzl. MwSt, Einzelartikel über unseren Online-Shop unter www.infomarkt.de für 10,30 Euro zzgl. gesetzl. MwSt