

Back to the Roots

Spezialistentum

Microsoft für Mittelstandsbetriebe unterschiedlicher Größe anbietet (Microsoft Axapta, Microsoft Navision, Microsoft CRM). Die Partner entwickeln die Microsoft-Anwendungen gezielt für die typischen Prozesse und Anforderungen einer Branche weiter – für holzverarbeitende Betriebe ebenso wie für Buchverlage. Hierdurch erhalten die mittelständischen Kunden Branchen-individuelle Produkte, ohne dass sie die Kosten einer teuren Individual-lösung tragen müssen.

Vorteile für alle

Die Zusammenarbeit zwischen Hersteller, Partner und Mittelständler ist eine Win-win-Situation: Der IT-Hersteller hat mit seinen Partnern glaubwürdige Botschafter im Mittelstand und kann den Kunden über die Systemhäuser eine optimale Beratung bieten. Die Systemhäuser wiederum haben in einem Unternehmen wie Microsoft mit seinen Produkten und Technologien einen starken Impulsgeber, der dafür sorgt, dass sie sich erfolgreich im Wettbewerb behaupten können. So hat eine volkswirtschaftliche Studie errechnet, dass sich jedem neuen Arbeitsplatz bei Microsoft rund 50 bei seinen Partnern zuordnen lassen. Und der mittelständische Kunde? Er ist Anstoß und Hauptnutznießer des Modells, denn es ermöglicht ihm die Mischung aus einem Ansprechpartner „um die Ecke“, kompetenter Beratung sowie individuellen Lösungen einerseits und ausgereiften Produkten sowie Investitions-sicherheit durch Microsoft als Kraft im Hintergrund andererseits.

*Fachautor: Wolfgang Brehm,
Bereichsleiter Partner Program & Sales
Group der Microsoft Deutschland
GmbH*

Seit Jahren beobachten wir die Konsolidierung der Märkte, was eine natürliche Reaktion auf die wirtschaftlich schwierigere Situation darstellt. Damit einhergehend sind Hersteller quasi gezwungen, sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren.

Wenn die Kaufkraft sinkt, ist jeder Unternehmer mehr denn je gefordert, wirtschaftlicher zu handeln. Dies ist oft die Basis für das Entstehen von Partnerschaften. Die Notwendigkeit oder der Wunsch, eine Partnerschaft einzugehen, kann verschiedenste Grün-

Anzeige

de haben. So unterscheiden sich auch Art, Ausprägung und Intensität eines solchen Bündnisses, jedoch haben Sie meist dasselbe Ziel: kosteneffizienter arbeiten zu wollen.

Wir befinden uns in einem Verkäufermarkt, der sich einer geringen Investitionsbereitschaft gegenüber sieht. Ein häufiges Ziel, welches die Grundlage zur Partnersuche darstellt, ist die Ausweitung oder Vervollständigung des eigenen Produktportfolios oder die Erhöhung der Marktanteile. Hier stellt sich nicht mehr die Frage, ob man einen „fehlenden“ Anwendungsbereich selbst entwickeln und die damit verbundenen

Kosten inklusive Markteinführung aufwenden kann. Vielmehr geht es um Fragen wie: Wer sind die Spezialisten auf dem Gebiet und welcher dieser Anbieter oder welches Produkt passen am besten zum eigenen Unternehmens-/ Geschäftsumfeld. Wer über genügend Finanzmittel verfügt, kauft sich die Anwendungsbereiche bzw. Marktanteile, andere gehen den Weg der Partnerschaften.

Dieses Vorgehen, über Partner weitere Dienstleistungs- oder Produktbereiche abzudecken, ist nicht nur in der Software-Branche zu finden. In der Logistikbranche ist das Arbeiten im Netzwerk schon lange etabliert und eigentlich unumgänglich.

Ganz pragmatisch gedacht, dienen Partnerschaften auch der Kostenteilung in Bereichen wie Marketing, Vertriebs- oder Entwicklungskosten sowie der Bündelung von vorhandenen Ressourcen für mehr Effektivität. Ein weiterer Vorteil ist der Standortvorteil. Selbst Niederlassungen für die regionale Betreuung im In- oder Ausland anzubieten, ist sehr kostenintensiv und kann aufgrund der Wettbewerbssituationen in der Regel nicht auf die Preise umgelegt werden.

Neben den unterschiedlichen wirtschaftlichen Gründen, die für eine Partnerschaft sprechen, ist der vertriebliche Verkaufsansatz, über die vorhandene gute Kundenbeziehung des Partners selbst zum Zuge zu kommen, durchaus legitim. Wichtig ist dabei, bedarfsgerecht zu agieren, um den Kunden durch diese Partnerschaft einen Mehrwert bieten zu können.

Fachautorin: Roswitha Habersetzer