

VERHANDLUNGEN

Vier Investoren wollen Elmeg kaufen

Wie Harald Trautwein, Gesamtvertriebsleiter des Peiner Unternehmens Elmeg auf Anfrage bestätigte, wurden vier konkrete Übernahme-Angebote abgegeben. Auch der vorläufige Insolvenzverwalter Ulrich Kreissel bestätigte in einem Schreiben, dass IT-BUSINESS NEWS vorliegt, dass diese Investoren „ein ernsthaftes Fortführungsinteresse an der Elmeg bekundet haben“. Nach Kreissels Ermittlungen können sowohl für die Elmeg Production GmbH & Co. KG, als auch für die Elmeg GmbH & Co. KG Kommunikationstechnik die Insolvenzverfahren eröffnet werden. In dieser Woche wird Kreissel entsprechende Gutachten an das zuständige Insolvenzgericht in Gifhorn übersenden und die Eröffnung des Verfahrens zum 1. Oktober beantragen. Wie das Unternehmen betont, kann Elmeg auch in der aktuellen Situation alle Gewährleistungsansprüche erfüllen. Mit direkten Geschäftspartnern, also den Elmeg-Distributoren, wurden zusätzliche Vereinbarungen getroffen, um die Gewährleistung sicherzustellen. So wurde in Zusammenarbeit mit dem vorläufigen Insolvenzverwalter ein



HARALD TRAUTWEIN, Gesamtvertriebsleiter Elmeg

spezielles Treuhand-Konto für diese Fälle eingerichtet. Darüber hinaus sucht der TK-Hersteller – wohl auch, um Beständigkeit zu demonstrieren – verstärkt den Kontakt zu Kunden und Resellern und plant eine Roadshow in 14 deutschen Städten sowie in Salzburg, Wien und Zürich. Dabei werden sich die jeweils für die Region verantwortlichen Key-Account-Manager den Fragen der Händler und Kunden stellen. ■ sr

ANZEIGE

AKTUELL

HP-PARTNER FLIEGEN NACH LILLEHAMMER

Zehn Jahre nach den olympischen Winterspielen in Lillehammer startet Hewlett-Packard dort im März 2004 seine ProCurve-Olympiade. Es kämpfen Partner aus 19 EMEA-Ländern in Disziplinen wie Eishockey, Biathlon und Snowboard-Fahren um den Sieg. Die 30 deutschen Teilnehmer qualifizieren sich im Rahmen einer Sales-

Promotion rund um die Netzwerkprodukte der ProCurve-Reihe. Dabei gilt es, 4.000 Meilen zu sammeln. Das lässt sich mit Erreichen der ProCurve-Umsatzziele, aber auch mit der Beantwortung von Quizfragen zum Thema ProCurve erreichen. Die Anmeldung erfolgt über die Website bis spätestens 30. September. ■ pi

ERSTE VIP-DAYS FÜR DIE ERFOLGREICHSTEN PARTNER

Für Acer scheint fast immer die Sonne

Am liebsten spricht man bei Acer über Notebooks. Die verkauft die deutsche Vertriebsorganisation nämlich inzwischen fast wie geschnittenes Brot. Um 55 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal stieg der Absatz im zweiten Quartal des Jahres 2003, laut IDC liegt Acer mit einem Marktanteil von knapp 10 Prozent auf dem dritten Platz hinter FSC und Gericom, noch vor HP, Medion und der auf den sechsten Platz zurückgefallenen Toshiba. Und es soll so weitergehen: „Der August war der beste Billing-Monat in der Geschichte der deutschen Acer“. Auf dem europäischen Parkett ist die Lage sogar noch positiver. Hier nimmt Acer mit seinen Notebooks den zweiten Platz hinter HP ein, bei gleich hohem Wachstum wie hierzulande. Stolz präsentierte Geschäftsführer Oliver Ahrens diese Zahlen vor Partnern und Distributoren bei den ersten Acer VIP-Days – drei Tage im überwiegend sonnigen Mallorca.

Klare Linie für Erfolg

Der Erfolg von Acer hänge an Strategie und Portfolio. „Wir schaffen es, die gesamte Breite des Marktes zu bedienen. Zum einen als Vollsortimenter, der mit sei-

ABGEHOBEN. Die 30 besten Partner, zahlreiche neue Produkte, positive Abverkaufszahlen und eine klare Channel-Strategie – so sah die „Gepäckliste“ von Acer aus für die ersten „Very important Partner“-Days.

nem Portfolio auch Nischen abdeckt. Zum anderen ist es wichtig, die Positionierung als Hersteller und Marke zu vermitteln, und daneben ist auch die Kompetenz der Fachhandelspartner gefordert. In all diesen Bereichen sind wir hervorragend aufgestellt.“ Mit dem breiten Portfolio will Acer in Zukunft noch mehr punkten. Zehn neue Modell-Linien konnte Wilfried Thom, Geschäftsführer Mobile Computing bei Acer, den „Very important Partnern“ präsentieren. Highlight für Formel-1-Fans ist das Ferrari-Modell Aspire 1450 in Ferrari-Rot – schließlich ist Acer offizieller Sponsor des Rennstalls von Michael Schumacher. Leider kann Acer noch nicht in allen Produktbereichen solche Erfolge vorweisen. Doch das soll sich ändern: „Wir müssen unsere Begeisterung auch auf andere Produktbereiche übertragen“, weiß Ahrens. Damit diese Begeisterung im Fachhandel nicht getrübt wird, steht er zu einem klaren Channel-Konzept: „Kein Food! Keine Kaf-

feeröst! Keine Baumärkte! Keine Discounter!“ rief der Acer-Chef den Partnern zu. Nicht verweigern werde man sich dem IT-Retail, jedoch sollen die dort gesetzten Preispunkte nach einer kurzen Exklusiv-Phase immer auch dem Fachhandel zur Verfügung stehen.

Augenmerk auf Profit

Mit dieser Channel-Strategie hängt auch der Einbruch im Desktop-Markt zusammen. Mehr als 20 Prozent hat Acer hier eingebüßt. Laut Ahrens vor allem, weil man dieses Jahr auf große Deals mit Aspire-PCs verzichtete. „Wir haben nur profitable Aufträge angenommen“, so Ahrens, der allerdings auch zugibt, dass man im PC-Bereich noch Aufgaben vor sich habe: die Wertschöpfung bei Produktion und Fulfillment müsse verbessert werden.

Besser sieht es dagegen bei Monitoren aus. Zwei Trends hat man hier bei Acer im Blick: Größere Bildschirme setzen sich durch, so



OLIVER AHRENS, Geschäftsführer Acer Deutschland

haben 17-Zoll-LCDs bereits die 15-Zöller überrundet. Und es werden zunehmend mehr Flüssigkristall-Displays im Entertainment-Bereich eingesetzt. „Wir wollen kein Anbieter von LCD-Fernsehern werden, aber das Zweit- oder Dritt-Display, das sollte dann schon von uns sein“, gibt Geschäftsführer Ahrens die Linie vor.

Daneben behauptet sich Acer auch in anderen Bereichen: Communication & Multimedia wird mit WLAN-Hardware und MP3-Playern ausgebaut, im PDA-Bereich gibt es ebenfalls neue Modelle und demnach ist ein Bundle für das umsatzstärkste Geschäft mit Navigationssystemen. ■ ha

SOFTENGINE WURDE ZEHN JAHRE ALT

Partner zum Geburtstag

EXPANSION. Softengine will sein Vertriebsnetz weiter ausbauen. Zu den 160 vorhandenen Händlern sollen sich künftig etwa 40 hinzugesellen.

Softengine hat Grund zum Feiern. Bereits zehn Jahre vertreibt der Softwarehersteller aus der Pfalz nun seine ERP-Lösungen – mit der Tochter Goto-maxx gehören seit sechs Jahren auch DMS-Produkte zum Portfolio. Nachdem der Hersteller ein-einhalb Jahre die Zügel im indirekten Kanal etwas schleifen ließ, konnten mittlerweile wieder 160 Händler gewonnen werden, um die 4.500 deutschen Softengine-Kunden zu beliefern. Alleine im vergangenen Jahr sind fünfzig neue Partner hinzugekommen. Doch das reicht dem Softwarehaus noch nicht. „200 Partner

wären eine gute, runde Summe“, so Vertriebsmitarbeiterin Corinna Becker, die im Gespräch mit IT-BUSINESS NEWS jedoch auch klarstellte, dass Softengine die 200er-Marke nicht überschreiten will. Um auf diese Zahl zu kommen, konzentriert sich der Hersteller auf zehn Roadshows, die Mitte Oktober anstelle der Systems bei der Akquise neuer Partner helfen sollen.

Dort können sich Fachhändler auch über die neuen Finanzierungsmodelle für Händler und Endkunden informieren. Dabei will sich Softengine vor allem an die Existenzgründer unter den



CORINNA BECKER, in Vertrieb und PR bei Softengine tätig

Kunden richten, die dank Basel II bereits genug Schwierigkeiten haben, neue Investitionen zu tätigen. Daher haben sie nun die Möglichkeit, neue Lösungen über 60 Monatsraten zu finanzieren.

Softengine fungiert dabei als Hausbank. Weitere Vertriebsunterstützung für Partner bieten vier für Leadgenerierung mit den Händlern zuständige Vertriebsmitarbeiter, die gemeinsam mit Partnern zum Endkunden fahren. Auf Wunsch kann sich ein Softengine-Systemhaus auch Telefonisten für drei Tage ins Haus holen, die dort Leadgenerierung betreiben. Für 125 Euro pro Tag können sich Partner von Softengine in der Zentrale in Hauenstein sowohl produkt- als auch vertriebstechnisches Know-how aneignen. Präsentationshilfen für das Verkaufsgespräch beim Kunden sind ebenfalls im Handreichreich im Internet zu finden. Wer selbst Module für die Softengine-Produkte entwickelt, kann zudem zusätzlich Geld verdienen. „Die Händler müssen es uns nur mitteilen“, so Corinna Becker, die berechtigtes Interesse daran hat, diese Module auch an andere Partner weiterzugeben. So könnte ein größeres Kundengesamtheit von den Erweiterungen profitieren. ■ pi

DISTRIBUTIONSVERTRÄGE

Hersteller	Distributor	Produkte	Beschreibung
AMD	Astra Datentechnik GmbH, Max-Planck-Str. 15, 50354 Hürth, Tel. 02233/6878-100, Fax 02233/6878-156, www.astra-gmbh.de	Box-CPUs	CPUs, vor allem für den Einsatz Entry- und Mainstream-Bereich mit dreijähriger Gewährleistungsfrist
Buhl Data	Advanced e-Business GmbH, Albert-Schwelzer-Str. 4, 35390 Gießen, Tel. 0641/71087-0, Fax 0641/76297, www.advanced-distribution.de	komplettes Portfolio	Finanz-, Steuer- und Büro-Software
GP Batteries	IME Innovative Marketing & Engineering GmbH, Südfurstr. 14, 66538 Neunkirchen, Tel. 06821/9190-0, Tel. 06821/9190-191, www.ime.de	komplettes Portfolio	Batterien und Akkus für Digitalkameras, kabellose Mäuse und mobile Devices
Rorke Data	Bell Microproducts Solutions GmbH, An der Trift 65, 63303 Dreieich, Tel. 06103/20558-0, Fax 06103/20558-10, www.bellmicro.eu.com	komplettes Portfolio	High-End Storage Lösungen für die Bereiche Audio, Video, Digital Publishing und Medical Imaging
WRQ	DNS GmbH, Industriestr. 10a, 82256 Fürstenfeldbruck, Tel. 08141/3536-0, Fax 08141/3536-897, www.dns-gmbh.de	komplettes Portfolio	Software-Lösungen für den Host-Zugriff und die Host-Integration



WOHL TEMPERIERT. Die AMD-Prozessoren werden im Bundle mit Kühlern ausgeliefert