

CRN

Position



Kunde

All for One Steeb AG

Seite
Rubrik

16

Ausgabe
13.06.2013/Nr. 24/2013

Medienart Printmedien
Medientyp Fachpresse
Erscheinungsweise wöchentlich
Branche IT Allgemein
Bundesland Überregional
Nielsengebiet nicht zugeordnet

Auftrags-Nr. 13612
Kunden-Nr. 31272
Thema-Nr. 051.069

Suchbegriff(e) 1. All for One, -Steeb AG

Verlag CMP-WEKA Verlag GmbH, 85540 Haar, Richard-Reitzner-Alle 2, Tel.: 089 25556 1511, Fax: 089 25556 1597
E-Mail: info@crnde, URL: www.crn.de

Redaktion Computer Reseller News Redaktion, 85540 Haar, Richard-Reitzner-Allee 2, Tel.: 089 25556-1511, Fax: 089 25556-1597
E-Mail: redaktion@crn.de, URL: www.crn.de

Publikation	Auflage *		Reichweite** (in Mio.)	Medien-Nr.
	verkauft	verbreitet gedruckt		
CRN - Computer Reseller News	2.631	25.494 26.100 ¹	0,14 ^a	6973

Quelle(n): * 1. IVW ** a. gewichtet

© Copyright des Artikels liegt beim Verlag

© AUSSCHNITT Medienbeobachtung

051.069

8

Hauptausgaben
0697313164

▲ Berechnet > 1: 2



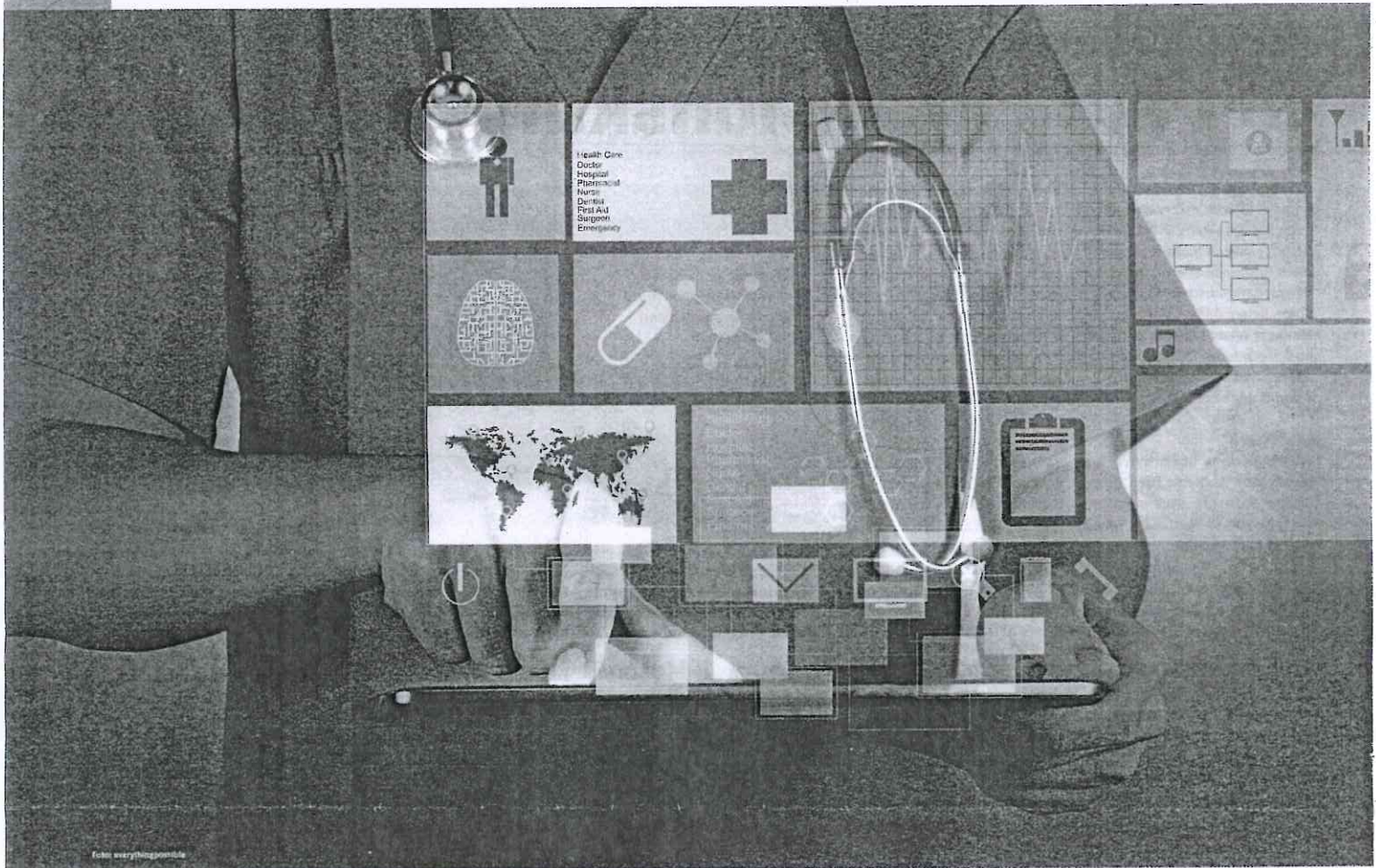
AUSSCHNITT

MEDIENBEOBACHTUNG

Deutsche Medienbeobachtungs Agentur GmbH | Media Monitoring Agency | Agence d'Observation des Médias
Postfach 11 03 80 | D-10833 Berlin | Gneisenaustraße 66 | D-10961 Berlin, Germany | Tel: +49 30 203987 - 0
Fax: +49 30 203987 - 77 | sales@ausschnitt.de | www.ausschnitt.de



482219792



Branchenspezialisten gefragt

Hohe Hürden für Systemhäuser in vertikalen Märkten

Vertikale Märkte wie Education und Healthcare gewinnen in der IT-Branche an Bedeutung. Die Anforderungen an Systemhäuser sind dabei allerdings hoch: Sie brauchen nicht nur Fachwissen für Speziallösungen, sondern müssen auch die Kultur der jeweiligen Branche verstehen. Einige Dienstleister haben den Schritt dennoch bereits gewagt.

Ulrike Garlet

Immer mehr IT-Hersteller und Distributoren entdecken das Geschäft mit Branchenspezialisten. Insbesondere der Healthcare-Markt gilt als gefragte Zielgruppe. Denn Krankenhäuser und Arztpraxen, Reha-Einrichtungen und Seniorenwohnheime arbeiten häufig noch mit veralteter Infrastruktur und stehen vor einem Erneuerungszyklus. Zusätzliches Umsatzpotenzial versprechen Speziallösungen für das Gesundheitswesen. Dazu gehören Mobility-Lösungen wie die Ausstattung des Pflegepersonals mit Tab-

**MEHR
AUF
crn.de**

lets ebenso wie IP-basierte Alarmierungssysteme und der virtuelle Arztbesuch per Videokonferenz.

Education entwickelt sich ebenfalls zum beliebten vertikalen Markt, denn Schritt für Schritt hält IT auch in Schulen, Universitäten und Erwachsenenbildungseinrichtungen Einzug. Neben klassischen Leistungen wie Hardwareausstattung, Installation von Anwendersoftware sowie Services per Fernwartung gibt es für den Bildungssektor mittlerweile eine Reihe von maßge-

schneiderten Angeboten. So lassen sich mit speziellen Telepresence-Lösungen etwa Klassenzimmer und Hörsäle in aller Welt verbinden, während berührungssensitive Tafeln neue Unterrichtskonzepte ermöglichen.

Aber auch die Hotellerie, die Automobilindustrie, der Einzelhandel, öffentliche Auftraggeber sowie Banken und Versicherungen sind gefragte Zielgruppen im IT-Markt. Um sich in den einzelnen Branchen erfolgreich zu positionieren, sind Hersteller wie Distributoren jedoch meist auf IT-Dienstleister angewiesen, die nicht nur das technische Know-how haben, um

Speziallösungen zu integrieren, sondern auch die Prozesse und Probleme der jeweiligen Branchen verstehen – und die unterscheiden sich, je nachdem ob es um die Vernetzung von Supermarktketten oder um E-Learning per Telepresence geht.

Eine echte Branchenspezialisierung ist für Systemhäuser dementsprechend mit sehr hohen Investments verbunden. Denn neben dem technischen Fachwissen braucht ein Dienstleister auch den richtigen »Stallgeruch«, um sich in vertikalen Märkten durchsetzen zu können: Er muss sich in Branchenverbänden engagieren, gezieltes Branchen-Marketing betreiben

»Wenn man sich eine vertikale Ausrichtung geben möchte, muss man sich mit der Branche auseinandersetzen.«

Reiner Louis,
Vertriebsvorstand bei Computacenter



und nicht zuletzt die oftmals ganz eigene Sprache der Branche sprechen. »Wenn man sich als Unternehmen eine vertikale Ausrichtung geben möchte, dann kommt man nicht umhin, sich mit dem Industriebereich, dem Geschäft und den Besonderheiten der Branche auseinanderzusetzen. Das ist sicherlich eine Herausforderung, denn der Wissensaufbau kostet Zeit. Aber wenn man sich auf eine vertikale Branche fokussieren möchte, kommt man nicht umhin, dies zu tun«, betont Reiner Louis, Vertriebsvorstand bei **Computacenter**.

Angesichts der hohen Anforderungen gibt es bislang relativ wenige Systemhäuser, die sich den einen oder anderen vertikalen Markt nicht nur als zusätzliches Standbein aufbauen, sondern sich konsequent als Branchendienstleister positionieren. »Systemhäuser erweitern zwar ihr Portfolio über Infrastruktur hinaus, dabei handelt es sich aber eher um Spezialthemen wie Videoüberwachung oder Dokumentenmanagement. Eine klassische Aufstellung nach Branchen sehen wir noch kaum«, hat etwa Olaf Kaiser, Geschäftsführer der Systemhauskooperation **iTeam** festgestellt. Die meisten Systemhäuser hätten eher eine breite Kundenklientel und würden branchenübergreifend arbeiten.

Obwohl bislang wenige Dienstleister in der Praxis auf eine vertikale Aufstellung setzen, wächst das Bewusstsein für die Wichtigkeit eines Branchenvertriebs. »Teile der comTeam angeschlossenen Systemhäuser beschäftigen sich bereits heute mit dieser Thematik – Tendenz steigend«, sagt Sven Glatter, Geschäftsführer des Systemhauskooperation **comTeam**.

Auch der Systemhausriese **Cancom**, der hersteller- und branchenunabhängig das komplette IT-Spektrum abdeckt, weiß um die Bedeutung. »Aus unserer Sicht wird es aber immer wichtiger, die Business-Themen unserer Kunden zu verstehen und entsprechend individuelle Lösungen zu bieten. Dazu gehört ein Verständnis für die Märkte unserer Kunden und deren Marktbearbeitungsmethoden«, betont Cancom-Chef Klaus Weimann.

»Eine durchziehende vertikale Ausrichtung wäre sicherlich auch für Computacenter eine optimale Struktur. Leider ist sie derzeit nicht umsetzbar, sagt auch Reiner Louis, Vertriebsvorstand bei Computacenter. Da die Kunden des Dienstleisters aus dem gesamten Bundesgebiet kommen und verschiedenen Branchen angehören, setzt Computacenter aktuell auf zwei ergänzende Ansätze. Zum einen ist das Systemhaus nach Regionen aufgestellt. »Bei diesen über die Regionsstruktur betreuten Kunden setzen wir darauf,

dass unsere Vertriebs- und Servicekollegen die Unternehmen sehr gut kennen und ein tiefes Verständnis von deren Geschäft und der Branche haben«, erklärt Louis. Zum anderen hat der Dienstleister bereits Kunden aus bestimmten Branchen zusammengefasst, etwa Unternehmen aus dem Automotive-Bereich oder öffent-

terräume angewiesen zu sein. Knapp 100 Schulen hat Urano nach eigenen Angaben bereits mit spezieller Schul-IT wie dem Notebookwagen und interaktiven Whiteboards ausgestattet.

Auf das Gesundheitswesen hat sich das Systemhaus **Informatics** spezialisiert, das maßgeschneiderte Lösungen für Kran-

Technisches Know-how und Branchenkompetenz gefragt

liche Auftraggeber. »In dem Bereich gibt es besondere Anforderungen bei den Ausschreibungsverfahren, aber auch in der Erbringung. Hier ist es besonders wichtig, die Erfahrungen in einer Geschäftseinheit zu bündeln«, beschreibt Reiner Louis den Ansatz.

Trotz der hohen Anforderungen gibt es allerdings bereits einzelne Dienstleister, die konsequent auf das Geschäft in ausgewählten Verticals setzen. So hat sich etwa **Urano** auf Schul-IT spezialisiert. Mit einem eigenen Team an Spezialisten hat das rheinland-pfälzische Systemhaus eigene mobile Lösungen und WLAN-Konzepte entwickelt, die speziell auf die Anforderungen von Schulen zugeschnitten sind. Dazu gehört etwa der »Mobile Notebookkoffer« in Form eines Trolleys. Die Lösung ermöglicht als komplett vernetztes System auf Notebookbasis IT-gestütztes Unterrichten und Lernen, ohne auf Compu-

tenhäuser, Radiologie und Veterinäre anbietet. Der IT-Dienstleister aus der Oberlausitz hat das Know-how, verschiedene Lösungen wie etwa Speicherfoliensysteme unterschiedlicher Anbieter, Direktradiographiesysteme oder medizinische Großgeräte wie CT und MRT in Projekten zusammenzuführen. Neben dem Aufbau von Fachwissen rund um IT-Systeme und Branchenkompetenz im Gesundheitswesen, hat das Mitglied der Systemhauskooperation **comTeam** damit bereits einen weiten Schritt hinter sich, den **comTeam**-Geschäftsführer Sven Glatter als den schwierigsten beim Einstieg in vertikale Märkte bewertet. »Die größte Herausforderung ist es, die Chance zu erkennen und den ersten Schritt zu gehen«, sagt er. ■

www.allforone.com
www.cancom.de
www.computacenter.de
www.comteam.de

www.informatics-systemhaus.de
www.iteam.de
www.urano.de