

# „Wir wollen gemeinsam wachsen“

Francotyp-Postalia, weltweit tätiger Dienstleister und Experte für die Briefkommunikation, vertreibt seine Produkte und Lösungen künftig auch über den klassischen Bürofachhandel und IT-Systemhäuser. FP-Vertriebspartner haben damit die Möglichkeit, ihr Angebotsspektrum sinnvoll zu erweitern und ihre Kunden ganzheitlich beraten zu können.



gang zum Posteingang und -ausgang seiner Kunden“, erklärt Grethe weiter. „Darüber hinaus kann der Bürofachhandel auch seine qualifizierte Servicemannschaft für Frankier- und Kuvertiersysteme einsetzen. Diese sind von der Komplexität her vergleichbar mit Druckern und Kopierern.“

Neben dem Vertrieb von Hardwaresystemen bietet FP den Fachhändlern zudem die Möglichkeit, FP-Softwarelösungen und Dienstleistungen zu vertreiben. „Diese Option bieten wir sowohl dem klassischen Bürofachhandel an als auch IT-Systemhäusern, die vornehmlich Leistungen rund um die Themen Datenverkehr, Infrastruktur, Systemadministration und eben Software vertreiben“, erklärt Grethe. „Unser grundsätzliches Ziel ist es, dass jeder autorisierte Fachhändler all unsere Produkte und Leistungen verkaufen kann – egal ob analog oder digital. Aber natürlich passen wir uns dem Profil des jeweiligen Partners an und legen gern unterschiedliche Schwerpunkte.“

Zu den FP-Softwarelösungen gehört zum Beispiel die De-Mail, also eine sichere und schnelle Alternative zu E-Mail und Brief: Die De-Mail erlaubt erstmals den gesetzskonfor-

**F**rancotyp-Postalia (FP), Komplettdienstleister für die Briefkommunikation, erweitert seine Vertriebsstrategie und will seine Produkte und Lösungen – von der klassischen Frankiermaschine bis hin zum De-Mail-Gateway – künftig auch über regional verankerte Fachhändler vertreiben. Dabei richtet sich das börsennotierte Traditionsunternehmen mit Hauptsitz in Birkenwerder bei Berlin zum einen an den klassischen Bürofachhandel und zum anderen an IT-Systemhäuser. Diese sollen das bestehende Handelspartnernetz von FP ergänzen, dessen Mitglieder vor allem im Frankier- und Kuvertiermaschinensegment aktiv sind.

„Im klassischen Bürofachhandel wollen wir Spezialisten aus dem Bereich Druck- und Kopierlösungen ansprechen“, erklärt Thomas Grethe, Vorstand für Vertrieb, Marketing und

Unternehmenskommunikation bei Francotyp-Postalia. Die Fachhändler können ihr Angebotsspektrum zum Beispiel durch die Frankier- und Kuvertierlösungen von Francotyp-Postalia erweitern – diese FP-Produkte schließen sich direkt an das bestehende Geschäft der Fachhändler an. Mit seinen Frankiermaschinen richtet sich FP an den gleichen Zielkundenmarkt.

## ZUGANG ZU NEUEM GESCHÄFT

Vorteil für den Händler: Die Frankier- und Kuvertiermaschinen von FP sind preisstabil und versprechen zudem ein starkes Aftersales-Geschäft, das sich vor allem aus Serviceleistungen und dem Verkauf von Verbrauchsmaterialien generiert. „Mit unseren Produkten eröffnen wir dem Bürofachhandel einen Zu-

men Versand vieler Dokumente, die bisher per Brief verschickt werden mussten. Mit seinen De-Mail-Angeboten richtet sich FP sowohl an Selbstständige und kleine Unternehmen als auch an größere Unternehmen und Behörden. Sie alle profitieren davon, viele Dokumente nun deutlich schneller und günstiger digital verschicken zu können als bisher per Post.

Zusätzlich bietet FP auch Hybridmail-Lösungen an. Hybridmail bedeutet intelligente Druckauslagerung: Ein Kunde muss seine Post, seine Rechnungen oder Auftragsbestätigungen nicht mehr selbst ausdrucken, kuvertieren, frankieren und zum Briefkasten bringen – sondern verschickt sie künftig einfach per Mausclick. Das Schreiben geht digital auf den Weg, FP druckt es aus, konfektioniert und frankiert den Brief und übergibt ihn schließlich zur Zustellung.

## ANGEBOT ERWEITERN

Sowohl der Bürofachhandel als auch IT-Systemhäuser haben also die Möglichkeit, mit einer Zusammenarbeit mit Francotyp-Postalia ihr Angebotsspektrum deutlich zu erweitern. „Hinter dieser Erweiterung verbirgt sich großes Potenzial“, sagt Rainer Gross, der bei FP das Handelspartnermanagement leitet. „Wir unterstützen unsere Fachhändler auf dem Weg zu einem kompetenten Berater mit einem schlüssigen Gesamtangebot, der nicht nur einzelne Geräte bereitstellt, sondern ganzheitliche Lösungen entwickelt.“ Ein solcher ganzheitlicher Beratungsansatz stärkt die Bindung zum Kunden – und dieser profitiert

## INFO

### Thomas Grethe, neuer Vorstand für Vertrieb, Marketing und Unternehmenskommunikation bei der Francotyp-Postalia Holding AG

Seit dem 15. Juni verantwortet Thomas Grethe alle nationalen und internationalen Vertriebsaktivitäten. Der Bankkaufmann und Betriebswirt verfügt über umfassende Vertriebsexpertise in der IT- und Telekommunikationsbranche. Der 54-Jährige arbeitete als Vertriebsleiter und Geschäftsführer bei namhaften Unternehmen der Dokumentenmanagement-Branche, darunter Oki Systems, Konica Minolta Printing Solutions und Ricoh. Zuletzt war Grethe Sprecher der Geschäftsführung der Utax GmbH. E-Mail: t.grethe@francotyp.com



davon, dass er eine größere Zahl von Produkten und Leistungen aus einer Hand bekommt, und zwar von seinem gewohnten Ansprechpartner und direkt vor Ort. Somit steht jetzt nicht nur die Produktion der Dokumente im Vordergrund, sondern auch die anschließende Weiterverarbeitung und der Versand, sowohl physisch als auch elektronisch.

FP hat hierfür ein dreistufiges Partnermodell entwickelt, das die Zusammenarbeit mit den Fachhändlern genau definiert. Je nach Leistungsfähigkeit des Partners kann dieser entweder als „autorisierter“, „zertifizierter“ oder als „Premium-Partner“ auftreten. Die Einteilung in diese drei Gruppen hängt zum Beispiel von der Angebotsbreite der vermarkteten FP-Lösungen des jeweiligen Fachhändlers ab. „Uns ist sehr

daran gelegen, langfristige Partnerschaften mit den Fachhändlern aufzubauen“, erklärt Gross weiter. „Unsere Zusammenarbeit regeln wir in einem Vertriebspartnervertrag, der zum Beispiel eine Zielvereinbarung und eine Regelung zur Rückvergütung enthält.“

Konkret unterstützt FP den Fachhandel mit Werbematerialien und Vorführgeräten. Außerdem hat das Unternehmen ein Onlineportal aufgesetzt, auf dem sich die Partner mit FP regelmäßig austauschen können. Die FP-Fachhändler bekommen umfassendes Know-how in intensiven Schulungen für Vertrieb, Service und Softwarelösungen, denn kompetente und umfassende Kundenberatung sowie eine Servicequalifikation sind wichtige Voraussetzungen für eine hohe Kundenzufriedenheit. Des Weiteren unterstützt FP den Handel im Projektgeschäft; insbesondere bei der Realisierung von komplexen Softwarelösungen wie der Implementierung von Gateways und Zertifizierungslösungen in die IT-Infrastruktur der Kunden stehen Spezialisten der FP-Gruppe dem Fachhandel zur Verfügung.

Mit der erweiterten Vertriebsstrategie will Francotyp-Postalia mehr Präsenz vor Ort zeigen, seine Marktposition stärken und nicht zuletzt auch die Akzeptanz der neuen elektronischen Briefkommunikation – zum Beispiel der De-Mail – im Markt vorantreiben. Das soll recht schnell vonstattengehen, aber: „Qualität geht über Geschwindigkeit und es ist wichtig, die richtigen Partner zu haben“, bemerkt Gross abschließend. (dam) ■

## INFO

### Rainer Gross, Leiter Handelspartnermanagement

Seit Februar 2013 leitet Rainer Gross den Bereich „indirekter Vertrieb“. Er verantwortet in dieser Funktion die bestehenden Handelsvertretungen und den Aufbau des Partnerbereichs. Für diese Aufgaben bringt er langjährige Erfahrungen aus dem TK-Markt und Dokumentenmanagement in leitenden Funktionen mit. Interessierte Fachhändler und Systemhäuser können sich direkt an Rainer Gross wenden:  
Telefon: (0170) 912 41 42 oder per E-Mail unter r.gross@francotyp.com

