



BEROLINA TREIBT STRATEGISCHE NEUAUSRICHTUNG VORAN

„WIR HABEN KEIN HARDWARE-DIKTAT“

Schon mehrfach hat die berolina Schriftbild GmbH & Co. KG in den letzten knapp 50 Jahren ihr Geschäftsmodell den sich verändernden Marktbedingungen angepasst und sich so sukzessive vom Farbband- und Tonerkartuschen-Hersteller zum Druck- und Dokumentenspezialisten weiter entwickelt. Der jüngste Schritt in diesem Prozess war die Verlagerung der Produktion aus Zossen ins rumänische Oltenita: Dort hat bekanntlich Turbon seine europäische Fertigung und produziert in Zukunft nach den Vorgaben aus Zossen die berolina-Premiumkartuschen. Damit kann man sich in Zossen künftig zu 100 % auf das Kerngeschäft mit herstellerunabhängigen MPS-Lösungen fokussieren. Ein wichtiger Baustein dabei ist die Anpassung des Franchise-Konzepts und die Gewinnung neuer Partner.



BEROLINA „Die Kooperation mit Turbon ist die konsequente Weiterentwicklung unserer Strategie der letzten Jahre.“ Alexander Busch wirkt überzeugt – nicht nur von der Notwendigkeit sondern auch den Vorteilen der Entscheidung, die Produktion aus Zossen nach Rumänien zu verlagern. Natürlich sei es ihm alles andere als leicht gefallen und ein für alle Beteiligten schmerzlicher Schritt gewesen, räumt der geschäftsführende Gesellschafter des Berliner Traditionsunternehmens offen ein. „Aber wir haben mit Turbon einen Partner gefunden, der gut zu uns passt – insofern haben wir jetzt die bestmögliche Lösung erreicht.“ Viel Wert legt Busch auf die Differenzierung, dass man die Produktion zwar an Turbon abgegeben hat – nicht aber das Know-how: So sind die erfahrenen Mitarbeiter aus der Entwicklung und Technik an Bord geblieben und bilden die ‚Brücke‘ nach Rumänien: Sie sind sozusagen der Garant, dass die hohen Qualitätsstandards für die berolina-Premiumkartuschen auch in Zukunft eingehalten werden.

„Bei MPS-Projekten muss der Vertrieb frei sein von den Zwängen, das transaktionale Geschäft pushen zu müssen, wenn das Monats- oder Quartalsende naht...“

berolina steht seit knapp fünf Jahrzehnten für innovative Premiumprodukte und Dienstleistungen rund ums Drucken. „Wir sind Dienstleister im gewerblichen Segment“, erläutert Busch, „und stehen für Werte wie Verlässlichkeit und Qualität.“ Im Fokus standen und stehen Mehrleistungskartuschen fürs MPS-Vertragsgeschäft. Hier hat das Unternehmen, das im nächsten Jahr sein 50-jähriges Jubiläum feiern wird, eine lange Tradition: „Wir sind die Erfinder der Mehrleistungskartusche.“ Ursprünglich hatte man – damals noch in Berlin – spezielle Farbbänder mit einer höheren Reichweite entwickelt und sich damit einen Namen gemacht. Mit der Umstellung vom Impact- auf den Non-Impact-Druck hat man dieses Know-how dann auf Lasertoner-Kartuschen und später auch auf Tintenpatronen übertragen.

FREI VON HARDWARE-ZWÄNGEN

Das ist 30 Jahre her, und der Markt hat seitdem mehrere gravierende Umbrüche erlebt: Auf die Digitali-

↗ Alexander Busch: „Wir sind in der Lage, alles abzudecken, was Kunden rund ums Thema MPS haben wollen. Die Tonerkartuschen treten dabei völlig in den Hintergrund.“



↪ Blick auf den berolina-Stammsitz im brandenburgischen Zossen, südlich von Berlin.

sierung der Hardware folgte der Schwenk von Monochrom auf Farbe, und in jüngster Vergangenheit rücken zunehmend die digitalen Dokumentenprozesse in den Mittelpunkt. In Zossen hat man sich diesem Transformationsprozess früh gestellt und sich Schritt für Schritt vom Farbband- und Tonerkartuschen-Hersteller zum Dokumentenspezialisten weiter entwickelt. Bereits seit 2004 konzipieren und bauen die ‚berolina Druckarchitekten‘ ihren gewerblichen Kunden unter dem Label ‚berolina 360 Grad MPS‘ eine herstellerunabhängige und optimierte Druck- und Dokumenten-Infrastruktur auf. Das beginnt bei der kostenoptimierten Hardware-Landschaft und geht über das professionelle Flottenmanagement und die automatisierte Supplies-Belieferung bis hin zur Software-gestützten Druckkosten-Kontrolle und Geräte-Fernwartung. So ist das Verständnis von professionellen Managed Print Services (MPS) in Zossen. Alexander Busch: „Wir sind in der Lage, alles abzudecken, was Kunden rund ums Thema MPS haben möchten. Die Tonerkartuschen treten dabei völlig in den Hintergrund.“ Das bedeutet im Umkehrschluss aber nicht, dass man seinen Kunden möglichst das Komplettpaket ‚aufzudrücken‘ versuche, wie das von den Hardware-Herstellern gerne gemacht wird: Die verstehen unter Konsolidierung bekanntlich vor allem eines – die Ablösung möglichst vieler Fremdmaschinen durch eigene Geräte. „Wir setzen in der Regel auf die vorhandene Hardware-Infrastruktur auf und bieten zwar den kompletten MPS-Baukasten aus einer Hand, aber der Kunde entscheidet, was er

„Wir suchen neue Partner und bieten interessierten Fachhändlern sehr viel Know-how und einen exzellenten Support rund ums Thema MPS aus einer Hand.“

tatsächlich benötigt und möchte. Anders als die OEMs arbeiten wir damit wirklich umweltverträglich, da wir Elektroschrott und Müll aktiv vermeiden.“ Die Herstellerunabhängigkeit ist zweifelsohne eines der wichtigsten USP von berolina. „Wenngleich wir Partner von Xerox, Utax und HP sind, unterliegen wir keinem Hardware-Diktat“, so Busch, „und sind nicht gezwungen, eine be-



↪ Beim ‚berolina 360 Grad MPS-Konzept‘ geht es um eine ganzheitliche Optimierung der Dokumenten-Infrastruktur von B-to-B-Kunden.



Wichtigste Partner auf Hardware-Seite sind Xerox, Utax und HP.

stimmte Stückzahl an MFP oder Druckern einer Marke rauszustellen.“ Das sei bei den Direktvertriebs-Organisationen der OEMs völlig anders: Deren Verkäufer hätten zwei Herzen in ihrer Brust schlagen und seien ständig hin- und hergerissen – zwischen der bestmöglichen Lösung für den Kunden und dem Zwang, möglichst viele eigene Maschinen zu platzieren. Diese Zerrissenheit würde – je nach dem aktuellen Druck der Zahlen – oft zu Lasten der Kunden gehen. „Bei MPS-Projekten muss der Vertrieb frei sein von den Zwängen, das transaktionale Geschäft pushen zu müssen, wenn das Monats- oder Quartalsende naht...“

„Unsere Vision ist klar: Die Digitalisierung schreitet zügig voran, und daran wollen wir bestmöglich partizipieren, indem wir unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ihre Dokumenten-Prozesse anbieten.“

KLARE VISION

Ohnehin komme es mehr auf die Software als auf die Hardware an, zumal die Geräte sich zunehmend angleichen. „Oft sind die Software-Lösungen das entscheidende Kriterium, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren“, weiß Busch aus Erfahrung. Dabei gehe es nicht nur um die Auswahl der Lösungen, sondern

vor allem um die nötige Kompetenz, um den IT-Spezialisten bei den Kunden auf Augenhöhe begegnen zu können. Beim Flotten- und Service-Management setzt berolina auf das Mercury FSM-Modul von Docuform: Dieses ist nahtlos mit der Warenwirtschaft verzahnt, sodass sämtliche Geräte- und Supplies-Informationen nicht nur gesammelt sondern automatisiert weiterverarbeitet werden. Die Verwaltung der Daten läuft zentral über die von Docuform bereitgestellten Server. Busch: „Das läuft sehr professionell, deshalb nutzen wir gerne die Dienstleistung von Docuform.“

Darüber hinaus setzt berolina für Anwendungen wie das Capturing, Accounting oder mobile Drucken entsprechend seiner Philosophie verschiedene herstellerneutrale Lösungen anderer Software-Anbieter ein. Managed Print Services sind für den Geschäftsführer auch „noch nicht das Ende der Fahnenstange“. Zwar werde das Thema MPS in den nächsten Jahren noch im Vordergrund stehen, doch zeichnen sich schon neue Ansätze wie „Pay per Seat – die Komplettausstattung eines Arbeitsplatzes vom Bleistift bis zum

Dokumenten-Workflow – ab. „Unsere Vision ist klar“, erläutert Busch. „Die Digitalisierung schreitet zügig voran, und daran wollen wir bestmöglich partizipieren, indem wir unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ihre Dokumenten-Prozesse anbieten.“

Dass das reine ‚Drucken‘, das derzeit noch die Wertschöpfung dominiert, mittelfristig an Bedeutung verlieren wird, findet er zwar schade – aufhalten lassen werde sich dieser Trend aber nicht.

EIGENSTÄNDIGKEIT BLEIBT ERHALTEN

In punkto Vertrieb setzt man in Zossen auf ein selektives Konzept: Zum einen (I) gibt es Franchise- und Lizenz-Partner im In- und Ausland, die seit vielen Jahren sehr eng mit berolina zusammenarbeiten und in allen wichtigen Punkten (Marketing, Support, IT) die zentralen Strukturen und Services nutzen. Zum anderen (II) gibt es sog. Distributoren, die nicht unter berolina

VOM HARDCOPY-HERSTELLER ZUM DOKUMENTEN-SPEZIALISTEN

Die berolina Schriftbild GmbH & Co. KG wurde 1968 in Berlin gegründet und hat seit 1994 ihren Firmensitz im brandenburgischen Zossen, südlich von Berlin. Das Unternehmen hat Standorte in 17 europäischen Ländern und betreut über seine Franchise- und Lizenzpartner rund 15.000 gewerbliche Kunden vor allem aus der Verwaltung, dem Handel und der Industrie. berolina ist mit Bürobedarf und Farbbändern groß geworden und hat sich dann zum Hersteller von Premium-Tonerkartuschen weiter entwickelt. Bis Ende letzten Jahres wurden diese am Stammsitz in Zossen produziert, bevor man eine Kooperation mit Turbon einging und die Produktion ins rumänische Oltenita verlagerte. Der bislang letzte Schritt in der Transformation vom Supplies-Hersteller zum Dokumenten-Experten erfolgte 2004 mit der Einführung des heutigen ‚berolina 360 Grad MPS-Konzepts‘ – einem ganzheitlichen Ansatz zur Optimierung der Druck- und Dokumenten-Infrastruktur von B-to-B-Kunden.

sondern im eigenen Erscheinungsbild auftreten. Auch wenn es klar definierte Regeln etwa für die Außendarstellung oder das Marketing gibt, so legt Busch Wert darauf, dass die individuellen Stärken der Partner erhalten bleiben. „Wir sind zwar einerseits eine große Familie, andererseits können die Partner ihre Eigenständigkeit aber dennoch ausleben.“

NEUE PARTNER GESUCHT

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens plant der Firmenchef auch das Franchise-Konzept an die geänderten Marktbedingungen anzupassen: Konkret will man den Partnern in Zukunft ein Set an Basis-Dienstleistungen anbieten, das dann individuell durch weitere, optionale Module ergänzt werden kann: Das können Leads-Kampagnen im Auftrag des Partners ebenso sein wie der Pre-Sales Support zur Präsentation von MPS-Konzepten oder die Unterstützung durch Software-Spezialisten bei Kundenterminen. Das zweistufige Modell soll mehr Flexibilität in der Zusammenarbeit erlauben und damit die Hemmschwelle für potenzielle neue Partner senken. Busch:



„Wir suchen neue Partner und bieten interessierten Fachhändlern sehr viel Know-how und einen exzellenten Support rund ums Thema MPS aus einer Hand.“ Dabei zielt man in Zossen weniger auf die ‚MPS-Profis‘ als vielmehr auf Händler, die entweder vor einem Generationenwechsel stehen und dabei Unterstützung benötigen, oder das Thema Managed Print Services mit einem starken Partner im Rücken neu erschließen wollen. Interessant sind dabei für berolina vor allem auch ehemalige Vertriebsprofis der OEM-Hersteller, die sich selbständig machen wollen und „frei unter einem Dach Gleichgesinnter“ arbeiten wollen. Busch: „Mit unserem starken Netzwerk können wir potenziellen neuen Partnern vieles abnehmen.“ |ho|

Die Tonerfertigung wurde Anfang des Jahres von Zossen ins rumänische Oltenita, dem Sitz der europäischen Turbon-Produktion, verlagert.

