



## STARKE-DMS SETZT AUF EINEN SELEKTIVEN PARTNERVERTRIEB

# „WIR ENTWICKELN NICHT IM ELFENBEINTURM“

Das in dritter Generation inhabergeführte Kasseler Systemhaus Starke + Reichert zählt mit 150 Mitarbeitern zu den festen Größen in Nordhessen und Thüringen. Der Schwerpunkt des Computer-Compass-Mitglieds liegt auf dem IT-Systemhaus-Geschäft. Vor gut 15 Jahren hat man mit Starke-DMS einen eigenen Geschäftsbereich aufgebaut, der sich rein auf die Entwicklung und den deutschlandweiten Vertrieb der gleichnamigen ECM-Lösung fokussiert. Die Software, die über ein selektives Partnernetz vermarktet wird, überzeugt nicht zuletzt durch die niedrige Einstiegshürde und hohe Flexibilität: 75 % der Neuentwicklungen basieren auf konkreten Kundenwünschen.



↗ Eike Jan Doose: „Im DMS-Geschäft geht es mehr ums Missionieren, als ums Verdrängen. Das macht natürlich mehr Spaß.“

ßen Software-Anbietern versteht man in Kassel – alleine über die Verbindung mit Starke und Reichert – die Zwänge und Notwendigkeiten der Vertriebspartner ebenso wie die Bedürfnisse kleinerer, mittelständischer Kunden. „Unsere Projekte starten im unteren vierstelligen Bereich“, erläutert Doose. Diese niedrige Einstiegs-

hürde sei gerade für Kleinunternehmen entscheidend: „Viele hören einem gar nicht mehr zu, wenn man gleich Projektpreise von 20.000 Euro oder mehr aufruft.“ Weiterer Vorteil sind die kurzen Entscheidungswege sowie die hohe Flexibilität in der Software-Entwicklung. „75 % unserer Neuentwicklungen basieren auf konkreten Kundenanforderungen und Wünschen“, erläutert der Vertriebsleiter nicht ohne Stolz. Und fügt hinzu: „Wir entwickeln nicht im Elfenbeinturm.“ Dieser hohe Wert ist tatsächlich bemerkenswert und zeigt, dass Kundennähe keine abstrakte Marketingfloskel in Kassel ist. Doose: „Wir sehen uns als Digitalisierungspartner für die Kunden. Genau hinzuhören, welchen Bedarf sie haben, ist schon der halbe Erfolg.“

## KLASSE STATT MASSE

In punkto Vertrieb setzt man bei Starke-DMS primär auf ein indirektes Modell über ein selektives Netz von bundesweit 29 Partnern. Aus historischen Gründen gibt es auch noch einen regionalen Direktvertrieb, der im Neukundengeschäft aber eine untergeordnete Rolle spielt. „Unser Fokus liegt ganz klar auf dem indirekten Vertrieb“, so Doose. Man unterteilt die Partner in drei Gruppen: 14 der 29 Partner sind (A) sog. ‚Professional Partner‘, die über eigene ECM-Kompetenz verfügen und oft schon seit vielen Jahren ein erfolgreiches DMS-Geschäft machen. Die übrigen 15 Partner werden nochmal unterteilt in (B) Sales Partner und (C) Lead Partner. Erstere haben zumindest einen DMS-Vertriebspezialisten, der Kundenanfragen vorqualifiziert, bevor sie an Starke-DMS weitergegeben werden. Letztere haben eine reine Vermittlerrolle ohne eigne DMS-Kompetenz: Sie leiten Kundenanfragen direkt weiter und erhalten dafür eine angemessene Provision. Während die Professional Partner bei Vertragsabschluss selbst Vertragspartner sind, werden Verträge bei Sales und Lead Partnern entweder mit Professional Partnern oder – in Regionen ohne solche – direkt mit Starke-DMS geschlossen. Mittelfristig soll das Partnernetz ausgebaut werden – allerdings mit Augen-

**STARKE-DMS** Eine gesunde Bodenhaftung wird in Kassel traditionell groß geschrieben. „Wir sehen uns als kleines Zahnrad in dem stark wachsenden Digitalisierungs-Markt“, so beschreibt Eike Jan Doose, Vertriebsleiter bei Starke-DMS, seine Sicht auf das eigene Unternehmen. In der Tat zählt die 2001 gegründete Geschäftseinheit (Details siehe Infokasten) eher zu den kleineren Playern im deutschen ECM-Markt. Was durchaus seine Vorteile hat: Im Gegensatz zu den gro-

„Insbesondere kleinere Unternehmen hören einem gar nicht mehr zu, wenn man gleich Projektpreise von 20.000 Euro oder mehr aufruft. Deshalb starten unsere Projekte im unteren vierstelligen Bereich.“

maß. Ein wichtiges Instrument dabei sind sog. ‚Management Workshops‘: Bei diesen trifft man sich mit den Geschäftsführern oder Vertriebsleitern von Systemhäusern und Fachhändlern, die an einer Zusammenarbeit interessiert sind, für einen Tag zum intensiven Austausch. „Am Ende des Tages“, erklärt Doose, „wissen beide Seiten, ob sie miteinander können und wollen – oder nicht.“ Da man viel Wert darauf legt, seine Partner gut zu kennen und ihnen einen soliden Support zu bieten, geht es in Kassel ohnehin mehr um Klasse denn um Masse...

## PROFIS IN DAUERSCHULDVERHÄLTNISSEN

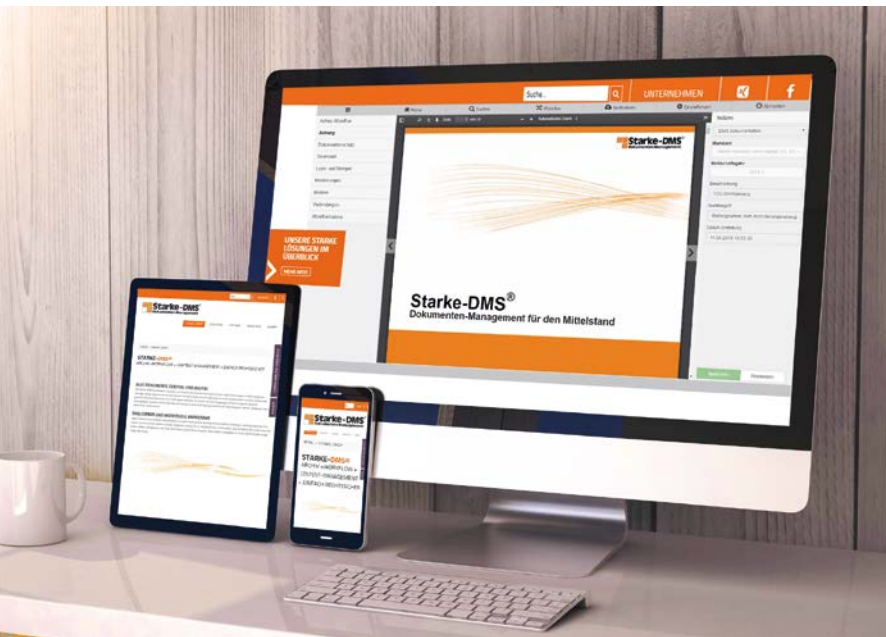
Eike Jan Doose war selbst gut elf Jahre im POM-Vertrieb (Paper Output Management) eines anderen Compass-Mitglieds tätig, bevor er zu Starke + Reichert wechselte, um dort die DMS-Vertriebsleitung zu übernehmen. Insofern kennt er beide Welten – POM und IT-Lösungsgeschäft – sehr gut. Er bereut den Wechsel in keiner Weise, schließlich mache es einen großen Unterschied, ob man Vertrieb in einem echten Wachstums- oder



Verdrängungs-Markt mache. „Im DMS-Geschäft geht es mehr ums Missionieren, als ums Verdrängen. Das macht natürlich mehr Spaß.“ Er schätzt, dass erst rund 30 % des Potenzials im DMS-Markt ausgeschöpft sind. Anders formuliert: Hier gibt es noch sehr viel Raum für weiteres Wachstum...

Bei aller Unterschiedlichkeit von POM- und DMS-Lösungs-Vertrieb sieht Doose durchaus auch Parallelen:

↑ [Blick auf den Firmenstammsitz von Starke + Reichert in Kassel: Das Systemhaus beschäftigt 150 Mitarbeiter – ein Drittel davon im Geschäftsbereich Starke-DMS.](#)



↗ Die komplett in Eigenregie entwickelte Software Starke-DMS überzeugt durch die niedrige Einstiegshürde und hohe Flexibilität.

„Die Vertriebslogik zwischen den beiden Bereichen ist sich weit ähnlicher als mit dem IT-Systemhaus-Geschäft.“ So würden sowohl bei Output- als auch DMS-Software-Projekten in der Regel mehrjährige Verträge inklusive Service und Wartung abgeschlossen. Hier

„Was wir bei DMS-Projekten machen, ist fürs Output-Geschäft klar disruptiv. Mit jedem Digitalisierungsprojekt machen wir letztlich aus einem POM-A-Kunden binnen weniger Jahre einen C-Kunden.“

sieht er auch die grundsätzlichen Stärken im Vertrieb von Output-Systemen: „POM-Fachhändler sind Profis in Dauerschuldverhältnissen und insgesamt deutlich vertriebsstärker als IT-Systemhäuser.“ Letztere seien es dagegen gewohnt, ihre Dienstleistungen adäquat in Rechnung zu stellen, was bei den Output-Spezialisten eher ein Manko sei.

## UNGEWOLLTER NEBENEFFEKT

Bei aller Vertriebsstärke haben die POM-Fachhändler jedoch einen gravierenden Nachteil: Sie haben die schiefe Ebene eines schrumpfenden Verdrängungsmarktes gegen sich – und niemand kann absehen, wie stark das Druckvolumen in den nächsten Jahren schrumpfen oder (im worst case) einbrechen wird. „Was wir bei DMS-Projekten machen“, räumt Doose offen ein, „ist fürs Output-Geschäft klar disruptiv“. Als konkretes Beispiel nennt er die Immobilien-Branche, die noch einen starken Nachholbedarf in Sachen Digitalisierung hat. „Mit jedem Digitalisierungsprojekt machen wir letztlich aus einem POM-A-Kunden binnen weniger Jahre einen C-Kunden.“ Das sei freilich keine Absicht sondern ein ungewollter Nebeneffekt – aufhalten lassen würde sich diese Entwicklung aber so oder so nicht... |ho|



↑ Im Gegensatz zum Output-Geschäft ist die Digitalisierung von Unternehmensprozessen ein stark wachsender Markt: Davon profitiert man bei Starke-DMS. (© Fotolia/Nmedia)

## SOLIDE GRÖSSE IN HESSEN UND THÜRINGEN

Das IT-Systemhaus Starke + Reichert blickt auf eine mehr als 60-jährige Geschichte zurück und wird seit 1. Januar in dritter Generation von Dr. Felix Reichert und Alexander Starke geführt. Neben dem Stammhaus Kassel, wo 100 Mitarbeiter beschäftigt sind, hat man noch Niederlassungen in Erfurt, Eisenach und Fulda mit weiteren 50 Angestellten. Ursprung und nach wie vor Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit des Computer-Compass-Mitglieds ist das IT-Systemhaus Business. 2001 lagerte man das wachsende Dokumentenmanagement-Geschäft in eine separate Geschäftseinheit – die Starke-DMS – aus. Von den insgesamt 150 Mitarbeitern bei Starke + Reichert ist ein Drittel dort beschäftigt. Schwerpunkt ist die Entwicklung und der Vertrieb der gleichnamigen DMS-Lösung, die alle gängigen Anforderungen an eine ECM-Software (Belegerkennung, Archivierung, Dokumentenmanagement, Digitalisierung der Ausgangspost und Workflows) abdeckt. Der Vertrieb erfolgt überwiegend indirekt über ein selektives Netz von knapp 30 Partnern bundesweit. Starke-DMS zählt deutschlandweit ca. 800 Kunden, 95 % der Installation sind ‚on premise‘.