



D I G I T A L I M A G I N G

Das Document Channel Magazin

November-Dezember 6-2021

fischer
BUSINESS TECHNOLOGY



Kyocera/Fischer
Neues Kapitel in einer
langen Partnerschaft

www.di-branche.de



jaka/Morgenstern

Jan Toews sieht ‚seine‘ Firma als Teil der Morgenstern-Gruppe perfekt für die Zukunft gerüstet



Scanfabrik

Für Mike Markovski hat die Corona-Krise einen regelrechten Digitalisierungs-Schub ausgelöst



GRZ/windream

Thomas Gabis weiß, dass er sich auf den windream-Support zu 100 Prozent verlassen kann



Integral

Jan Hagemann investiert in eine moderne Farbtoner-Produktion am Firmenstammsitz Kerken



FISCHER BUSINESS TECHNOLOGY VERLÄNGERT PARTNERSCHAFT MIT KYOCERA BIS 2035

„ICH SEHE ERST DIE CHANCEN UND NICHT DIE RISIKEN“

Es ist ein ungewöhnlicher Schritt, der das nächste Kapitel in einer langjährigen Partnerschaft aufschlägt: Anfang Oktober haben Dietmar Nick, Geschäftsführer bei Kyocera Document Solutions, und der geschäftsführende Gesellschafter von Fischer Business Technology, Jörg Fischer, in Grasbrunn bei München ihre Partnerschaft bis 2035 verlängert. Das hohe beidseitige Commitment ist typisch für die Geschäftsbeziehung des bayerischen Systemhauses mit seinem Premium-Herstellerpartner. Freilich wisse heute niemand, welche Produkte und Lösungen in 14 Jahren überhaupt gefragt seien, räumt Fischer offen ein. Aber darauf komme es ihm gar nicht an, denn: „Wenn Kyocera es nicht schafft, wer dann...?“ Belohnt wird dieses Commitment mit einem großen Vertrauensvorschuss aus Meerbusch: So wird Fischer sehr früh in die strategischen Weichenstellungen bei Kyocera eingebunden – und kann sich perfekt darauf einstellen.

⇒ Jörg Fischer:
„Wir arbeiten seit 24 Jahren zusammen, und das hat beiden Seiten nur gut getan – da erscheinen mir weitere 14 Jahre als gute Chance für beide Parteien.“



**FISCHER BUSINESS TECHNOLOGY/
KYOCERA DS** Manche Prägung begleitet einen Menschen sein Leben lang. Bei Jörg Fischer war es die Erfahrung, als das von seinem Vater gegründete Fachhandelshaus Anfang der 90er-Jahre plötzlich stark unter Druck gekommen ist. Grund dafür war die damalige Entscheidung des mit Abstand wichtigsten Herstellerpartners Gestetner, seinen Direktvertrieb zu Lasten der Fachhandelspartner massiv zu forcieren. Seitdem reagiert Fischer „allergisch“ auf ungesunde Abhängigkeiten, und schaut noch genauer hin, wenn es um die Auswahl seiner Geschäftspartner geht. „Als ich mehr Verantwortung in der Firma übernommen habe“, erläutert Fischer, „war es mein Ziel von Anfang an, Abhängigkeiten zu minimieren“. Konkret bedeutete das damals zu Beginn der 90er-Jahre, mit Utax ein starkes Gegengewicht zu Gestetner aufzubauen. Auch heute noch beschreibt sich Jörg Fischer selbst als vorsichtig, aber auch entscheidungsfreudig, wenn



↑ Dietmar Nick: „Das gegenseitige Vertrauen ist zu 100 Prozent da. Zwischen uns gilt noch der Handschlag: Was wir vereinbaren, wird von beiden Seiten eingehalten.“

Jörg Fischer: „Wie sollen wir als Fachhandelshaus so große Veränderungen wie den Einstieg ins DMS-Geschäft oder den Trend zur Cloud alleine je schaffen – ohne einen starken Partner an der Seite...?“

alles passt. So hat er Anfang März letzten Jahres, als die Corona-Pandemie ihre ersten Schatten vorauswarf, praktisch über Nacht entschieden, das Unternehmen komplett umzurüsten, um die Mitarbeiter bestmöglich vor der drohenden Gefahr zu schützen. Zugleich war er sehr froh, dass man in Grasbrunn aus eigener Kraft und unbeschadet durch die Corona-Krise gekommen ist. „Entscheidend für mich ist“, so Fischer, „dass wir unabhängig sind und solide Erträge erwirtschaften“. Die Umsatzbetrachtung ist für ihn von sekundärem Interesse.

BEZIEHUNG MIT HANDSCHLAGS-QUALITÄT

Echtheit und Verlässlichkeit sucht der Branchenkenner auch in seinen Geschäftsbeziehungen. In Dietmar Nick, dem Geschäftsführer von Kyocera Document Solutions, hat er beides gefunden – deshalb leben die beiden seit vielen Jahren eine Partnerschaft auf Augenhöhe. „Für Jörg ist vieles eine Frage des Vertrauens, das steckt quasi in der DNA von Fischer Business Technology“, sagt Nick. Und fügt hinzu: „Dieses gegenseitige Vertrauen ist zu 100 Prozent da. Zwischen uns gilt noch der Handschlag: Was wir vereinbaren, wird von beiden Seiten eingehalten.“ Was freilich nicht bedeutet, dass immer alles eitel Sonnenschein ist. Jörg Fischer: „Wir führen durchaus harte Diskussionen in der Sache. Denn Reibungen gibt es in jeder Beziehung – das ist normal.“

Bei einem der ersten Aufeinandertreffen war Nick noch für die Kyocera-Distribution verantwortlich und fühlte sich im Kreis der Kopierer-Fachhändler, dem auch Jörg Fischer angehörte, noch ein wenig als „IT-Fremdkörper“. Nach der Mita-Übernahme im Jahr 2000 „durfte“ er endlich auch mit den Fachhändlern sprechen, erinnert sich Nick. Und hatte für diese dann auch ein sehr attraktives Angebot in der Tasche: ein Komplettportfolio aus Druckern und Kopierern/MFP – wenig später basierend auf einer einheitlichen Plattform-Technologie – dazu das IT-Know-how, das vielen Fachhändlern damals noch völlig fehlte.

In Grasbrunn hat man schnell erkannt, dass man davon nur profitieren kann. Deshalb hat das Haus Fischer schon 1997 einen Vertrag als Druckerpartner mit Kyocera geschlossen – damals noch sehr unge-



wöhnlich für einen Kopiererhändler. Jörg Fischer erinnert sich: „Das hat uns stark geholfen, in die IT-Welt hineinzuwachsen.“ Dass man damit Ende der 90er-Jahre eine Ausnahme im Fachhandel war, daran störte er sich nicht. „Gegen den Strom zu schwimmen und anders zu sein als die anderen, halte ich sogar für wichtig“, betont Fischer.

ALLER ANFANG IST SCHWER

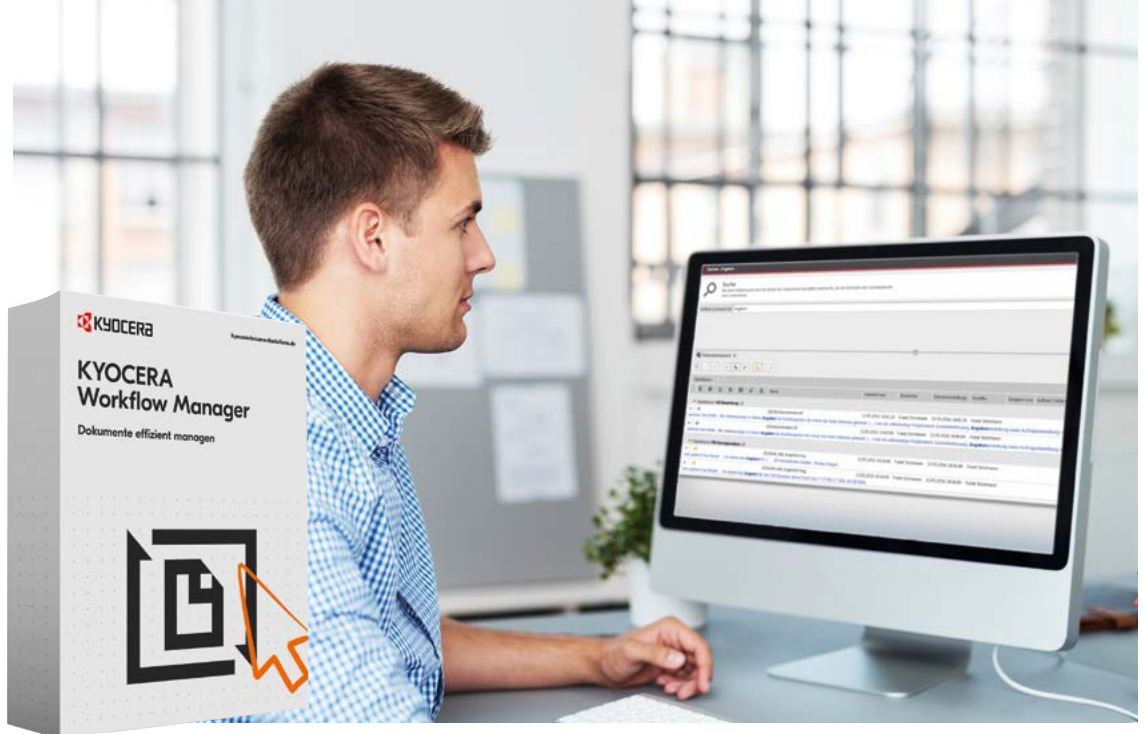
Auch bei anderen Entwicklungen hat man in Grasbrunn auf die Expertise und Einschätzung seines langjährigen

↑ Blick auf den Firmenstammsitz von Fischer Business Technology in Grasbrunn südöstlich von München.



↔ Viel verspricht man sich in Meerbusch von den neuen Speed License-Maschinen, bei denen sich zusätzliche Features aus der Cloud freischalten lassen.

⇒ Software-Lösungen wie der Kyocera Workflow Manager tragen zwar erst 10 Prozent zum Umsatz hierzulande bei – aber bereits 40 Prozent zum Profit.



Dietmar Nick: „Ich kann mir gut vorstellen, dass wir in Zukunft mit einem Workflow Manager plus Services gleich viel verdienen wie mit einem Hardware-Projekt, das 100 Maschinen umfasst“.

Herstellerpartners vertraut. Stichwort Einstieg ins DMS-Business: Da gehört Fischer Business Technology zum ‚glorreichen Dutzend‘ Kyocera-Partner, die den Workflow Manager von der ersten Stunde an vermarktet haben. Dass die Einführung der Kyocera-eigenen DMS-Lösung mühsam und die erste Version des Workflow Managers – gelinde gesagt – noch viel Luft nach oben hatte, hat man in Grasbrunn nicht weiter kritisiert. Hier zeigt sich, dass Jörg Fischer auch nicht ansatzweise seine Bodenhaftung verloren hat. „Wie sollen wir als Fachhandelshaus so große Veränderungen wie den Einstieg ins DMS-Geschäft oder den Trend zur Cloud alleine je schaffen – ohne einen starken Partner an der Seite?“, lautet seine mehr rhetorische Frage.

Die er gleich selbst beantwortet: „Ich sehe viel mehr die Chancen als die Risiken, wenn wir diesen Weg gemeinsam mit dem zukunftsorientiertesten Hersteller gehen.“ Unter diesen Voraussetzungen sieht er im DMS-Markt enormes Wachstumspotenzial für sein Unternehmen. Für Fischer ein weiteres Argument pro Kyocera, da in der Firmengruppe mit den Kyocera Group Companies Alos und AKI ausgewiesene Knowhow-Träger gebündelt sind. „Bei Kyocera bekomme ich unterschiedliches Know-How rund um DMS und Informationsmanagement aus einer Hand. Das hat für mich als Händler handfeste Vorteile wie kurze Wege und weniger Aufwand.“

Solide Entwicklung

Die knapp 40-jährige Geschichte von Fischer Business Technology nahm ihre Anfänge 1983, als Horst Fischer das Fachhandelshaus, das damals noch unter Horst Fischer Vertriebs GmbH firmiert hatte, in Ottobrunn bei München gründete. Fischer kam aus dem Direktvertrieb von Gestetner – später NRG, heute Ricoh – und bis Anfang der 90er-Jahre war Gestetner auch wichtigster MFP-Herstellerpartner. Es folgte ein Markenwechsel auf Utax, und 1997 schloss man den ersten Vertrag mit Kyocera ab – als Druckerpartner. Zeitgleich begann man mit der Vermarktung der Seitenpreis-Lösung ‚Printpool‘. Durch die Mita-Übernahme im Jahr 2000 vertiefte sich die Partnerschaft mit Kyocera – jetzt konnte man Drucker und MFP aus einer Hand beziehen. Seitdem sind die Meerbuscher mit Abstand wichtigster Herstellerpartner von Fischer Business Technology.

2002 folgt mit der Gründung einer eigenen IT-Abteilung der nächste Meilenstein: Klar im Fokus steht das IT-Dienstleistungs- und Managed Services-Geschäft. Seit 2011 ist das Systemhaus Mitglied der Compass Gruppe, vier Jahre später folgt die Umfirmierung in Fischer Business Technology. Aktuell beschäftigt man an vier Standorten in (Grasbrunn, Rosenheim, Augsburg und Weilheim) 84 Mitarbeiter, die zuletzt Umsatzerlöse von knapp 14 Mio. Euro erwirtschaftet haben.

Jörg Fischer trat Anfang der 1990er-Jahre in die Firma ein und übernahm 1996 die Geschäftsführung von seinem Vater. Die Vertragsverlängerung mit Kyocera DS bis 2035 hat für ihn zweierlei Bedeutung: I) ein klares, langfristiges Commitment an den strategischen Partner Kyocera und II) eine solide Basis für die eigene Nachfolgeregelung, die eine zeitnahe Übertragung weiterer Geschäftsanteile auf seinen Sohn Nick vorsieht.

PRINTING-ÄPFEL NICHT MIT DMS-BIRNEN VERGLEICHEN

Dietmar Nick weiß natürlich, dass die Einführung des Workflow Managers nicht wirklich rund gelaufen ist. „Wir waren damals ein kompletter Newcomer, und es galt, richtig dicke Bretter zu bohren.“ Doch mittlerweile könnten sich die Erfolge durchaus sehen lassen: Immerhin 200 neue DMS-Kunden hat Kyocera in den letzten vier Jahren hierzulande gewonnen. Zugleich wehrt sich der Geschäftsführer gegen oberflächliche Vergleiche zwischen dem Printing- und DMS-Business. „Das DMS-Geschäft wird beim Umsatz vielleicht nie an den Printing-Markt rankommen. Beim Profit sieht es aber ganz anders aus!“

Um das zu verdeutlichen, verrät Nick ein paar bemerkenswerte interne Zahlen: Zwar liegt der Anteil des Software-Umsatzes bei Kyocera hierzulande erst bei 10 Prozent, doch trägt dieses bereits 40 Prozent zum Profit bei. Deshalb könne er sich gut vorstellen, „dass wir in Zukunft mit einem Workflow Manager plus Services gleich viel verdienen wie mit einem Hardware-Projekt, das 100 Maschinen umfasst“.

Bevor das DMS-Geschäft in Grasbrunn richtig Fahrt aufnimmt, steht mit der Cloud schon der nächste Technologie-Sprung vor der Tür. Bei Kyocera hat man in

den letzten Jahren mit Hochdruck daran gearbeitet, die technologische Basis dafür zu legen. „Alle unsere Software-Lösungen aber auch viele Hardware-Features werden bis spätestens 2024 in die Cloud wandern“, lautet Nicks klare Ansage. Damit spielt er nicht zuletzt auf die neue Hardware-Generation mit ‚Speed License‘ an, die in den nächsten Monaten ausgerollt werden soll. Bei diesen Maschinen können die Vertriebspartner je nach Kundenbedarf eine höhere Geschwindigkeit sowie verschiedene Software-Features wie zum Beispiel Follow2Print über die Cloud freischalten.

VOM CHEF VERORDNETE CLOUD-KOMPETENZ

Dreh- und Angelpunkt dieses neuen Produktkonzepts sind die Kyocera Fleet Services (KFS). Für Fischer sind diese viel mehr als nur ein Cloud-basiertes Flottenmanagement: „Die KFS bringen uns enorme Einsparungen bei den Serviceprozessen. Um beim Service weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, sind diese alternativlos und auch aus ökologischer Sicht ein großer Hebel, um Serviceprozesse umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten.“ In Grasbrunn verspricht man sich von den neuen Kyocera-Maschinen mit Speed License vor allem eine Verschlankung und damit Kostenreduzierung bei der Ersatzteillogistik.

Wie beim Thema DMS sieht Jörg Fischer auch den Cloud-Trend primär als „Riesenchance“ und weniger als Risiko. Im Geschäft mit Managed IT Services arbeitet man schon mit Cloud-Technologie. Und Anfang dieses Jahres hat man das Thema mit dem Einstieg in die Cloud-Telefonie nochmal forciert. „Das war eine politische Entscheidung von mir“, sagt Fischer. „Ich muss schließlich sicherstellen, dass unsere Firma zügig Cloud-kompetent wird.“

Eine echte Herausforderung für Kyocera ist die Abrechnung der Lizenzen beim Cloud-Modell. „Im Vertrieb ändert sich kaum etwas“, erläutert Nick. „Doch in der Abrechnung und beim Service wird es deutlich komplizierter: Die Kunden gehören ja nicht uns, sondern unseren Partnern. Das sauber über ein Cloud-Abrechnungsmodell abzubilden, ist alles andere als trivial.“

GEGEN DEN TREND DER ZEIT

Gegen den Strom zu schwimmen – diese Tugend hat sich Jörg Fischer bis heute bewahrt. Während das Flüchtige, Volatile auch in der Geschäftswelt immer stärker Einzug hält – wer von uns könnte nicht ein Lied in Moll darauf singen – marschiert man in Grasbrunn einmal mehr schnurstracks in die genau entgegengesetzte Richtung und setzt auf ein langfristiges Commitment an seinen langjährigen Herstellerpartner Kyocera. So haben Jörg Fischer

und Dietmar Nick Anfang Oktober in Grasbrunn ihren Partnervertrag nicht um 3, 5 oder 10 Jahre – sondern gleich um 14 Jahre bis 2035 verlängert!

Fischer konstatiert: „Wir arbeiten seit 24 Jahren zusammen, und das hat beiden Seiten nur gut getan – da erscheinen mir weitere 14 Jahre als gute Chance für beide Parteien.“ Nick ergänzt: „Ich freue mich sehr über diesen Schritt. Auch Kyocera committet sich damit auf eine langfristige Partnerschaft mit Fischer Business Technology.“ Wie gut sich die beiden verstehen, unterstreicht die Vorgeschichte zu dieser Vertragsverlängerung: Ein kurzes Telefonat im Juni, dann ein Meeting mit den Vertriebsleitern und jetzt abschließend das persönliche Treffen zwischen den beiden – fertig war das Ganze.

Dass beide Seiten gleichermaßen von dem hohen Commitment profitieren, darauf legen die langjährigen Geschäftspartner gleichermaßen Wert. Bereits 2010 hatte man sich bei einer gemeinsamen dreitägigen ‚Klausur‘ in Spanien gegenseitig in die Karten schauen lassen. Dietmar Nick: „Einen solchen Vertrauensvorschuss, dass wir einem Partner detaillierte Einblicke in unsere Strategie für die nächsten drei bis vier Jahre gewähren – das setzt ein hohes gegenseitiges Commitment voraus.“ Das wiederum weiß man in Grasbrunn durchaus zu schätzen. Und „bedankt“ sich seinerseits mit einem ebensolchen Vertrauensvorschuss in die Produktentwicklung bei Kyocera. „Niemand weiß, welche Produkte 2035 überhaupt im Markt gefragt sind“, so Fischer. „Aber das interessiert mich gar nicht: Wenn Kyocera es nicht schafft, wer dann...?“ |ho|

Jörg Fischer: „Die Kyocera Fleet Services bringen uns enorme Einsparungen bei unseren Serviceprozessen. Um beim Service weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, sind diese alternativlos.“

Dietmar Nick: „Einen solchen Vertrauensvorschuss, dass wir einem Partner detaillierte Einblicke in unsere Strategie für die nächsten drei bis vier Jahre gewähren – das setzt ein hohes gegenseitiges Commitment voraus.“



⇨ Dreh- und Angelpunkt der Kyocera-Cloud-Strategie sind die Kyocera Fleet Services (KFS), die die Serviceprozesse deutlich verschlanken sollen.