Inhalt

TOP-THEMA: E-COMMERCE

8 Alle wollen Multi-Channel
E-Tailer bekommen Konkurrenz aus dem stationären Handel

14 „Ein Online-Shop ist die verdammte Pflicht jedes Retailers“
Interview mit Redcoon-Geschäftsführer Heckel

16 Auch Expert sucht seinen Weg
Der schrittweise Einstieg der Verbundgruppe in den Multi-Channel-Handel

20 Direktvertrieb im Netz wird zum Regelfall
Der Trend zum eigenen Online-Shop der Hersteller dürfte alle Branchen erfassen

www.channelpartner.de/e-commerce

/news/

6 **Speicherpreise** | **Gebrauchtsoftware** | **Kundenfreundlichstes Systemhaus**
7 **Seagate/La Cie** | **Apple/Also Actebis** | **Samsung** | **TomTom** | **Norman**

/hersteller/

22 **Citrix:** Angriff im Enterprise-Markt – Manager Müller im Interview

/netzwerke/

24 **Devolo:** das Heimnetzwerk überwachen
Lancom: Switch mit 52 Ports

/cloud/

26 **Roundtable auf dem Channel-Sales-Kongress:** Woran es im Cloud-Geschäft noch hakt

/security/

28 **Attacken aus dem Web:** Wie Hacker vorgehen
29 **McAfee:** immer mehr Schadsoftware
Watchguard: virtualisierte Systeme bei Kunden absichern

/drucker/

30 **„Die Stimme Deutschlands ist die stärkste in Europa“:** Brother-Chef Koike im Interview
32 **„Keine 59-Euro-Drucker bei Media Markt verschleudern“:** Kyocera-Chef Schlierkamp im Interview

/distribution/

34 **bluechip:** Hausmesse in Leipzig zum 20. Geburtstag
36 **Ingram Micro:** erweiterte Horizonte – Rückblick auf die Hausmesse IM.Top

/tk-business/

37 **LTE:** Ein Drittel der geplanten Standorte ist abgedeckt

/mittelstand/

38 **Fachkräftemangel:** ohne Mitarbeiter kein Umsatz
39 **Extra Computer/Microsoft:** kleine Firmen mit IT aufmotzen

/windows/

40 **Microsoft:** wenig Infos zu Lizenzpreisen
41 **Windows-8-Geräte:** Touchscreens machen die Hardware teuer

/mobile/

42 **Lenovo:** EMEA-Partner auf Consumer und SMB-Markt eingeschwört

/storage/

44 **Speicherarchitektur:** Warum Tiered Storage die Zukunft gehört
46 **Stordis:** Storage-Appliances für High Performance Computing

/systemhaeuser/

48 **Backend-Boni:** Wie Systemhäuser die Gelder einsetzen
49 **Allgeier:** Übernahme von b+m

/szene/

74 **Ingram Micro:** Party nach Hausmesse

/Rubriken/Sonstiges/

4 Leserbriefe/Meinungen, Impressum
6 Nachgefragt, Aktuell aufgeschnappt
50 **Der CP-Querschläger:** Sicherheit am Computer – geht das?
51 Service

Editorial
Dr. Ronald Wiltscheck,
stellv. Chefredakteur
von ChannelPartner

Multi-Channel ist ein Muss

Müssen tatsächlich alle stationären Händler auch ihren eigenen Webshop aufbauen? Wenn sie Unterhaltungselektronik vertreiben, dann ja, so lautet das Fazit unseres Autors und E-Commerce-Experten Matthias Hell. Im Übersichtsartikel ab Seite 8 zeigt er auf, dass Fachhändler mit Ladengeschäft 2011 online stärker zulegen konnten als die reinen E-Tailer. Sicherlich, wenn man quasi von null startet, sind die Steigerungsraten besonders hoch. Trotzdem: Stationäre Fachhändler sind im Vorteil, da sie jederzeit in direkten, persönlichen Kontakt mit ihren Kunden treten können.

Welche Rolle der Multi-Channel-Vertrieb bei Deutschlands größter CE-Handelskette spielt, erfahren Sie ab Seite 14 im Interview mit Reiner Heckel, Gründer und Geschäftsführer des von Media-Saturn übernommenen E-Tailers Redcoon. Wie es um die Multi-Channel-Strategie bei der Verbundgruppe Expert steht, schildert unser Autor ab Seite 16.

Nirgends ist der Wettbewerber so nah wie im Web – nämlich nur einen Mausklick entfernt. Erschwerend kommt das Online-Engagement der Hersteller selbst hinzu. 63 Prozent der IT-Markenanbieter in Deutschland nutzen das Internet als Vertriebskanal, Tendenz steigend. Wie sie dabei vorgehen, lesen Sie ab Seite 20.

Doch klassische Fachhändler haben nach wie vor ihre Daseinsberechtigung – als neutrale und unabhängige Berater, die ihre Kunden vor Fehlkäufen bewahren und ihnen die gewünschten Produkte nicht nur liefern, sondern auch installieren und reparieren.

BUILT FOR
THE HUMAN
NETWORK
CISCO
GESCHAFFEN FÜR
INNOVATIONSKRAFT
IM GESAMTEN
PRODUKTIONSPROZESS.
Es gibt sie bereits, die Fertigungsstraßen in der Automobilindustrie, die Probleme mit Hilfe des Netzwerks eigenständig diagnostizieren und beheben. Und auch die virtuellen Konferenzräume, die Experten weltweit dank TelePresence-Technologie an einen Tisch bringen und so eine Kommunikationsumgebung für den Ideenaustausch in Echtzeit schaffen. Das Cisco® Intelligent Network bietet Unternehmen aus der Fertigungsindustrie eine Plattform für mehr Innovation, höhere Rentabilität und Wettbewerbsvorteile. 90 % der Fortune Global 500-Fertigungsunternehmen vertrauen auf uns.
Sie möchten mehr erfahren?
Besuchen Sie cisco.de/go/built.

NACHGEFRAGT

Beim Thema Sicherheit am Computer bzw. im Internet ist mir zuletzt aufgefallen, dass ...

... die Anwender immer sorgloser werden.	24 %
... die Angriffe immer raffinierter werden.	32 %
... die Schäden größer werden.	9 %
... die Security-Lösungen immer hilfloser werden.	12 %
... heutzutage nichts anders ist als vor zwei, drei Jahren.	23 %

Quelle: Umfrage auf www.channelpartner.de
Lesen Sie dazu auch die Kolumne des CP-Querschlägers „Sicherheit am Computer – geht das?“ auf Seite 50.

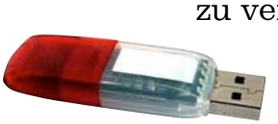
Aktuell aufgeschnappt

„Für eine Global Company reicht es nicht, nur weltweit präsent zu sein. Das Unternehmen muss auch global agieren.“

GIANFRANCO LANCI, President EMEA und Senior Vice President Lenovo Group

BIS ZU ZWEI EURO MEHR

Abgaben drohen Speicher zu verteuern



Ab 1. Juli fordern mehrere Verwertungsgesellschaften (Zentralstelle für private Überspielungsrechte/ZPÜ, VG Wort und VG Bild-Kunst) bis zu zwei Euro Sonderabgaben pro verkauftes Speichermedium. Das könnte den Preis zahlreicher Datenträger, beispielsweise USB-Sticks und Speicherkarten, um bis zu ein Drittel nach oben treiben, schätzt der Bitkom. Konkret fordern die Verwertungsgesellschaften für USB-Sticks und Speicherkarten mit bis zu vier Gigabyte eine Abgabe von 91 Cent. Auf leistungsfähigere USB-Sticks sollen 1,56 Euro Abgaben fällig werden, bei Speicherkarten über vier Gigabyte sogar 1,95 Euro.

Markenartikel mit einer mittleren Speicherkapazität von acht Gigabyte sind im Handel schon für rund fünf Euro erhältlich. Künftig droht hier eine Preissteigerung um etwa 1,50 Euro. Gegen die Erhöhung der Urheberrechtsabgaben will sich der IT-Verband mit einem gerichtlichen Schiedsstellenverfahren wehren. *RB*

GEBRAUCHTSOFTWARE

Microsoft erleidet Niederlage

Im Kampf gegen den Handel mit sogenannter gebrauchter Software war Microsoft bisher immer recht erfolgreich. So durchsuchte die Polizei am 25. August 2011 die Geschäftsräume der Berliner NewsXL GmbH (Betreiberin von www.softwarebilliger.de) und beschlagnahmte mehr als 18.000 Datenträger mit dem Betriebssystem Windows XP. Dagegen legte NewsXL Einspruch beim Amtsgericht ein. Dieses Gericht gab Microsoft recht.

Dagegen legte NewsXL dann bei der nächsthöheren Instanz, dem Landgericht Berlin, Beschwerde ein. Nun erfolgte das Urteil. Dabei wurden der Beschluss des Amtsgerichts Tiergarten aufgehoben und die Rechtswidrigkeit der Art und Weise, wie die NewsXL-Geschäftsräume durch Microsoft-Mitarbeiter durchsucht wurden, festgestellt.

NewsXL fordert die sofortige Rückgabe der Datenträger. Auch die jetzige Betreiberin des Portals, die Tyr Holding GmbH, wittert jetzt Morgenluft. *RW*

IN EIGENER SACHE

Kundenfreundlichstes Systemhaus gesucht

Welcher IT-Dienstleister wird dieses Jahr das Prädikat des bei Kunden beliebtesten Systemhauses erringen? Das wird derzeit in einer Umfrage der ChannelPartner-Schwesterpublikation Computerwoche ermittelt. Teilnehmen dürfen an dieser Befragung ausschließlich IT-Anwender.

Wollen Sie, dass auch Ihre Kunden Sie beurteilen? Dann lassen Sie doch Ihre Kunden wissen, dass diese Umfrage noch bis zum 30. Juni 2012 läuft.

Die Teilnehmer an der Befragung können attraktive Preise gewinnen. Und falls Sie es in einer der Bewertungskategorien aufs Siegertreppchen schaffen, werden Sie zum ChannelPartner-Systemhauskongress „Chancen 13“ am 22. und 23. August 2012 nach Düsseldorf eingeladen, wo Sie den Award „Deutschlands kundenfreundlichstes Systemhaus“ von der Computerwoche entgegennehmen können.

Zur Umfrage „Wie gut ist Ihr Systemhaus?“ geht es hier: **http://tiny.cc/CP-Umfrage** *RB*

E-TAILER BEKOMMEN KONKURRENZ AUS DEM STATIONÄREN HANDEL

Alle setzen auf Multi-Channel

DAS TRENDTHEMA MULTI-CHANNEL IST IN DER REALITÄT ANGEKOMMEN: BIS AUF WENIGE SKEPTIKER SETZEN INZWISCHEN FAST ALLE STATIONÄREN HANDELSKETTEN AUF E-COMMERCE, UND DIE ONLINE-HÄNDLER BAUEN IHR STORE-KONZEPT WEITER AUS.

Der Themenschwerpunkt „E-Commerce“ im Überblick

Alle wollen Multi-Channel – E-Tailer bekommen Konkurrenz aus dem stationären Handel (S. 8)

„Ein Online-Shop ist die verdammte Pflicht eines jeden Retailers“ – Interview mit Redcoon-Geschäftsführer Heckel (S. 14)

Auch Expert sucht seinen Weg – Der schrittweise Einstieg der Verbundgruppe in den Multi-Channel-Handel (S. 16)

Direktvertrieb im Netz wird zum Regelfall – Der Trend zum eigenen Online-Shop der Hersteller dürfte alle Branchen erfassen (S. 20)

Mehr zum Thema „Multi-Channel“:
www.channelpartner.de/ecommerce

In einer aktuellen Studie setzt sich das renommierte Beratungsunternehmen Roland Berger mit dem „Markt für Unterhaltungselektronik in Deutschland“ auseinander. Abhängig von den zu erwartenden Veränderungen der Branchenstruktur sowie den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen entwerfen die Studienautoren dabei vier Szenarien für die Entwicklung bis 2016. Diese reichen von einer fachhandelsdominierten Zukunft über ein herstellerzentriertes Szenario bis hin zum ungebremsten Schnäppchen-Wahn.

Ein Trend ist dabei allen Zukunftsszenarien gemeinsam: die ständig wachsende Bedeutung des Online-Vertriebs. Von 14 Prozent im Jahr 2006 sei der Online-Anteil bis 2010 auf 21 Prozent gestiegen und liege inzwischen bei rund einem Viertel. „Die deutsche Vertriebslandschaft für Unterhaltungselektronik wird sich auch in den kommenden Jahren weiter verändern, vorangetrieben durch das Internet“, lautet das Fazit der Studie von Roland Berger.

Kompetenzen aufbauen, Szenarien entwickeln

Als geeignete Maßnahme für den Handel sehen die Studienautoren vor diesem Hintergrund vor allem eine Handlungsoption: „Händlern von Unterhaltungselektronik empfehlen wir, sich szenariounabhängig starke Kompetenzen im Bereich Multi-Channel-Retailing aufzubauen.“ Denn in jedem der in der Studie entwickelten Szenarien würden Kunden Waren verstärkt online, aber auch weiterhin per Telefon oder im stationären Handel einkaufen.