7/13

ChannelPartner

IDG 8.4.2013 / 19. Jahrgang / B 13743 / Euro 3,80

www.channelpartner.de – Die Medienplattform für den ITK- und CE-Handel

Weitere Themen

26 Rettung: Wortmann übernimmt B.com
Geschäftsführer bleiben – jeder dritte Mitarbeiter muss gehen

28 Drucker: Wie lange halten die Produkte?
Hersteller wehren sich gegen eine „Studie" der Grünen

36 Bechtle: Systemhaus-Chef Olemotz verrät Pläne
Infrastruktur, Virtualisierung, Netzwerke, Storage, Big Data

46 Händlertest: AVM FritzBox 6840 LTE im Einsatz
Zwei CP product experts nehmen den LTE-Router unter die Lupe

E-COMMERCE BOOMT

Ohne Online geht nichts mehr

Die Anzahl der stationären Läden geht immer weiter zurück – insbesondere im IT-Segment. Doch der isolierte Webshop kann den Reseller auch nicht retten. Mit welchen Multi-Channel-Konzepten On- und Offline-Händler heute schon punkten, lesen Sie **ab Seite 10**

Großer Themenschwerpunkt
E-COMMERCE auf **14 Seiten!**

„Eine Online-Komponente ist heute für den Einzelhandel existenziell wichtig."

Seite 22

Exklusivinterview mit Frank Roebers, Vorstandschef von Synaxon

Mehr zum Online-Handel unter
www.channelpartner.de/e-commerce

Inhalt

TOP-THEMA: E-COMMERCE

10 Die Zukunft des Fachhandels liegt im Netz
Wie der Brückenschlag zwischen Ladengeschäft und Online-Shop gelingen kann

20 „Wir sind auch offline der beste Händler“
Interview mit Notebooksbilliger-Chef Arnd von Wedemeyer

22 „Online ist existenziell“
Interview mit Synaxon-Chef Frank Roebers

24 „Multi-Channel ist keine Ausflucht für wacklige Strategien“
Interview mit Oxid-Chef Roland Fesenmayr

www.channelpartner.de/e-commerce

/news/
8 **Fujitsu** | **Media Markt** | **Acer**
9 **Lenovo** | **Veeam** | **Tech Data** | **Sage**

/distribution/
26 **B.com:** Rettung durch Wortmann
27 **Ingram Micro** | **Also**

/hersteller/
28 **Produkthaltbarkeit:** Druckerhersteller wehren sich
30 **Citrix:** Rückzug aus dem Virtualisierungsgeschäft
32 **IBM:** Wie Partner die Channel-Strategie bewerten

/retail/
34 **Media-Saturn:** keine klare Tendenz im Online-Geschäft

/systemhaeuser/
36 **Bechtle:** Optimistisch für 2013
38 **Cancom** | **Computacenter** | **Allgeier**

/kooperationen/
40 **„Qualität ist wichtiger als Quantität“:** Interview mit Euronics-Chef B. Kober

/virtualisierung/
42 **VMware:** Hersteller hat künftig auch Public-Cloud-Dienste im Sortiment

/netzwerke/
43 **TP-Link** | **Zyxel**

/drucker/
44 **„Lasertechnologie bietet mehr Leistung“:** Interview mit den Samsung-Managern KiHo Kim und JS Eun

/haendlertests/
46 **AVM:** zwiespältiger Eindruck von der FritzBox 6840 LTE

/szene/
66 **Fujitsu:** Händler auf Abenteuertour in der marokkanischen Wüste

/Rubriken/Sonstiges/
6 Leserbriefe/Meinungen, Impressum
8 Nachgefragt, Aktuell aufgeschnappt
48 **Der CP-Querschläger:** Der Retter aus Ostwestfalen
49 Service

Wo gibt es das ChannelPartner-Heft in elektronischer Form?

Im Zuge der Verbesserung unseres Leserservices haben wir auf unserer Homepage das „PDF-Archiv“ angelegt. Unter **www.channelpartner.de/pdf-archiv/** können Sie ab sofort die einzelnen Heftausgaben als PDF-Dateien für jeweils 2,99 Euro herunterladen (Online-Bezahlsystem „ClickandBuy“).

Editorial
Dr. Ronald Wiltscheck, Chefredakteur von ChannelPartner

Online und Offline: Das Beste aus beiden Welten

Der Wandel im Handel ist in vollem Gange, immer mehr Artikel werden online bestellt. Im IT-Segment ist diese Entwicklung schon sehr weit fortgeschritten, hier hat der E-Commerce-Anteil bereits die 20-Prozent-Marke überschritten.

Ein Grund mehr für uns, sich mit dem Thema Online-Handel intensiver zu beschäftigen. Exklusiv für ChannelPartner hat der E-Commerce-Experte Matthias Hell die wichtigsten Mitspieler in diesem Markt zu den aktuellen E-Tail-Trends befragt, unter anderem Arnd von Wedemeyer (notebooksbilliger.de) und Frank Roebers (PC-Spezialist).

Hierbei ging Hell insbesondere auf den Multi-Channel-Aspekt ein. Sein Fazit: Es gibt keine Patentlösung: Jeder Online- und Offline-Händler muss seinen Weg finden, wie er die beiden Welten am besten kombinieren kann.

Manche Kunden wollen ihre online bestellte Ware im Geschäft abholen, andere schauen sie sich nur im Laden an („Showroom“) und ordern dann im Webshop. Hier kommt es darauf an, den Kunden im Internet nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Der Preis spielt dabei eine wichtige Rolle, doch erfolgreiche Händler binden Kunden mit Zusatzservices an sich. Diese Dienstleistungen bieten sie dann online oder im Laden persönlich an.

Es gilt, mit dem Kunden in Kontakt zu bleiben, denn oft ergeben sich aus seinen Wünschen neue Geschäftsmodelle. In der neuen hybriden On-/Offline-Welt des Handels bleibt es auf jeden Fall sehr spannend.

TP-LINK®
The Reliable Choice

Netzwerk-Power

AV500-Nano-Powerline-Adapter Starterkit
TL-PA4010PKIT mit Frontsteckdose

500Mbps über bestehende Stromleitungen
Ideal geeignet für HD-Videostreaming

Nano-Design 95x58x42mm
Adapter passt sich optisch optimal an die Steckdose an

Sicherheit per Knopfdruck
Per Knopfdruck einfach eine 128-bit AES-Verschlüsselung einrichten

Strom sparen
Reduziert den Stromverbrauch um bis zu 85%

www.tp-link.com.de

api COMPUTERHANDELS GMBH
b.com www.bcom.de
INGRAM MICRO Partner Smart
SIEWERT & KAU DISTRIBUTIONLIVE
TAROX
Tech Data The Difference in Distribution
WAVE Computersysteme GmbH
WORTMANN AG IT – Made in Germany

Lieferung solange der Vorrat reicht. Spezifische Angaben ohne Gewähr.

E-COMMERCE

Die Zukunft des Fachhandels liegt im Netz

Der Online-Handel macht Retail und Fachhandel das Leben zunehmend schwer. Doch auch für den stationären Handel gilt: Ohne Online geht nichts mehr. Denn für das Überleben des Fachhandels spielt die richtige Online-Strategie eine wichtige Rolle.

Der Themenschwerpunkt „E-Commerce" im Überblick

Die Zukunft des Fachhandels liegt im Netz – Wie der Brückenschlag zwischen Ladengeschäft und Online-Shop gelingen kann (S. 10)

„Wir sind auch offline der beste Händler" – Interview mit Notebooksbilliger-Chef Arnd von Wedemeyer (S. 20)

„Online ist existenziell" – Interview mit Synaxon-Chef Frank Roebers (S. 22)

„Multi-Channel ist keine Ausflucht für wacklige Strategien" – Interview mit Oxid-Chef Roland Fesenmayr (S. 24)

Mehr zum Thema Online-Handel
www.channelpartner.de/e-commerce

Wer sich für die Zukunft des stationären Einzelhandels interessiert, blieb Ende 2012 unweigerlich an einem Satz in der Tageszeitung „Die Welt" hängen: „Wenn die neuen Anbieter aus dem Netz nur zehn Prozent des Umsatzes auf sich ziehen sollten, verschwinden viele traditionelle Händler vom Markt", hieß es da.

Wer diese Prognose wagte, war nicht irgendein praxisferner Handelsforscher, sondern Karl-Erivan Haub, Miteigentümer der Tengelmann-Gruppe und einer der weitsichtigsten Köpfe der deutschen Handelsbranche. Viele Einzelhändler könnten einen Verlust von zehn Prozent des Umsatzes nicht kompensieren, führte Haub weiter aus, und wären somit nicht in der Lage, eine entsprechende Umsatzverschiebung zu überleben. „Grundsätzlich werden die Online-Angebote die längst überfällige Konsolidierung des Einzelhandels beschleunigen", so die Prophezeiung des Handelsexperten.

Indizien dafür, dass Haub recht haben könnte, häufen sich. Am prominentesten ist sicherlich die Pleite der Drogeriekette Schlecker Anfang 2012. Auch ein Jahr nach der Insolvenz stehen laut einer