

VOM PRODUKTLIEFERANTEN ZUM PROZESSBERATER

Der Output-Markt befindet sich im Wandel. Kunden erwarten einen kompetenten Partner für Output-Management und die Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse. Warum sich der Fachhandel vom klassischen Lieferanten zum Prozesspartner entwickeln muss, erläutert unser Gastautor Dirk Huisinga, Vertriebsleiter beim Druckgeräte- und IT-Service-Verbund LKS.

Der deutsche Managed Print Services (MPS)-Markt, über Jahrzehnte ein Garant für stabile Cashflows im IT-Channel, durchläuft derzeit eine systemische Zäsur. Während die kumulierten IT-Budgets im Mittelstand 2026 signifikante Zuwachsraten im Software- und Cloud-Segment verzeichnen, erodiert das klassische Kerngeschäft durch sinkende Output-Volumina und disruptive Preisstrukturen. Für den qualifizierten Fachhandel markiert diese Entwicklung jedoch kein Ende, sondern den Übergang in eine neue Wertschöpfungsebene: Die Ära des Managed Process Partners. Die Transformation passiert dabei nicht über Nacht. Wer heute beginnt, Lösungen jenseits der reinen Hardware zu implementieren, sichert sich eine gute Position und kann – wenn der nächste Re-Investment-Zyklus ansteht – als unverzichtbarer Begleiter in die digitale Zukunft punkten.

Die neue Realität: Wertschöpfung jenseits der Hardware

Die Welt unserer Kunden dreht sich heute um effiziente Abläufe. Ob im Headquarter oder im Homeoffice – die Prozesse müssen fließen. Für den Handel bedeutet das: Die eigentliche Wertschöpfung findet außerhalb der Hardware statt. Die Marge von morgen steckt in der Automatisierung und in klugen KI-Lösungen, die den Arbeitsalltag spürbar entlasten. Wer diese Prozesse versteht und absichert, ist für den Kunden wertvoller als jeder reine Logistik-Partner. Unser neues Leitbild lautet daher: Weniger Seiten, aber mehr Wert pro Seite.



„Die Rolle des „Prozess-Architekten“ sichert uns den Platz als unverzichtbares Rückgrat der modernen Bürowelt“, betont unser Gastautor Dirk Huisinga, Vertriebsleiter beim europaweit aktiven Druckgeräte- und IT-Service-Verbund LKS.

Darüber hinaus müssen wir begreifen, dass unsere Kunden längst global agieren. Ein Unternehmen in Deutschland erwartet heute, dass sein Partner auch die Standorte im Ausland mit derselben Zuverlässigkeit betreut. Es reicht nicht mehr aus, „nur“ regional stark zu sein. Gefragt sind Netzwerke, die internationale On-Site-Services ermöglichen und somit eine Vertrauensbasis schaffen, die weit über den Preis hinausgeht.

Neue Impulse für Europa

Der Fachhandel hat somit einen entscheidenden Vorteil gegenüber externen Beratern: Er ist bereits beim Kunden etabliert und genießt zumeist ein über Jahre gewachsenes Vertrauen. Es ist daher an der Zeit proaktiv über KI und Prozessautomatisierung zu sprechen, bevor es Dritte tun. Die Rolle des „Prozess-Architekten“

sichert uns den Platz als unverzichtbares Rückgrat der modernen Bürowelt.

Doch nicht nur die Anforderungen wandeln sich – die gesamte Marktarchitektur bietet neue Chancen. Während etablierte Giganten teilweise fusionieren, bringen hochagile neue Player frischen Wind und innovative Technologien nach Europa. Diese Impulse fordern uns heraus, beleben aber auch das Geschäft. Wer sich europäisch vernetzt und neue Technologien adaptiert, nutzt den Schwung dieser globalen Bewegung, um im heimischen Markt als moderner, international agierender Partner zu glänzen.

Ein weiterer wesentlicher Differenzierungspunkt ist die Wissenssicherung als Wachstumsmotor. Denn: Der Fachkräftemangel ist eine der größten Hürden unserer Zeit. Mit „LKS TecAI“ haben wir jedoch eine technologische Antwort. Die KI-Plattform fungiert als digitales Gedächtnis, in dem das geballte Wissen aus über einer Million Serviceeinsätzen der letzten 30 Jahre steckt. Selbst neue Mitarbeiter finden darin per Chat sofort die Lösung für komplexe Probleme. So bleibt das Know-how zukünftig sicher im Unternehmen und ermöglicht einen standardisierten Top-Service – völlig unabhängig von der aktuellen Personallage.

Doch gerade bei Thema Branchen-KI gilt: Collaboration schlägt Isolation. In einer Welt, in der Wissen alles ist, dürfen wir Know-how nicht in Silos verstecken.

Hersteller-eigene KIs greifen oft zu kurz, da wir im Feld markenübergreifend agieren. Wir brauchen eine Lösung für das gesamte Portfolio.

Dabei gilt das Grundgesetz der KI: Je mehr Nutzer das System speisen, desto präziser wird es. Dank moderner KI-Technik funktioniert dieser Austausch heute multilingual über alle Sprach- und Landesgrenzen hinweg. Das Internet ist exakt so gewachsen: durch Vielfalt, Tiefe und Vernetzung. Und unser Erfolg mit „LKS TecAI“ beweist: Wenn wir uns zusammentun, erreichen wir unsere Effizienzziele in Rekordgeschwindigkeit.

Die goldene Ära des Prozesspartners beginnt jetzt

Der Markt braucht Pioniere. Wir sollten aufhören, „alten Wein in neuen Schläuchen“ zu verkaufen – diese Ära ist unwiderruflich vorbei. Stattdessen müssen wir wieder lernen, echtes Feuer zu machen und mit Begeisterung voranzugehen. Wer bereit ist, sein Wissen zu teilen, international zu denken und als leidenschaftlicher Berater aufzutreten, wird als Gewinner hervorgehen. Denn: Die Zukunft des Fachhandels ist digital, vernetzt und stärker als je zuvor. www.lks-concept.de

XEROX

NEUE VERTRIEBSSTRUKTUR VORGESTELLT

Nach dem Abschluss der Lexmark-Übernahme hat Xerox seine Vertriebsstruktur neu aufgestellt. Ziel ist es, den Vertrieb zu vereinheitlichen, den regionalen Fokus zu schärfen und das Wachstum voranzutreiben. Zu den zentralen Elementen der neuen Struktur gehört ein einheitliches Segmentierungsmodell für Nordamerika und Westeuropa. Der Direktvertrieb konzentriert sich dort künftig auf Enterprisekunden, während Partner den erweiterten Hardware-Vertrieb sowie die Betreuung kleiner und mittlerer Unternehmen übernehmen. Im Zuge der Neuaufstellung besetzt Xerox auch zentrale Führungspositionen neu. In Westeuropa übernehmen Thomas Valjak (Channel) und Danny Molhoek (Managed Accounts) Verantwortung. Im DACH-Markt bündet Michael Lang



die Lexmark- und Xerox-Aktivitäten im Channel- und Behördensektor. Holger Wadewitz übernimmt die Leitung des neuen Named-Account-Teams. Melanie Goddard verantwortet künftig in der westeuropäischen Named-Accounts-Organisation die Bereiche Global Accounts, Regional Service Managers und Alliances. www.xerox.de