

Die richtigen Akzente setzen

Wer den Druckermarkt zu seinem Kerngeschäft gemacht hat, wird es auch im nächsten Jahr nicht leicht haben, weiß Bert Jansen Balthasar, Geschäftsführer von Printing for Business (PFB). Es sei denn, er setzt in dem Bereich auf das richtige Pferd und kann flexibel auf neue Anforderungen reagieren.



„Die Märkte und Technologien, auf die sich PFB konzentriert, wachsen jährlich um zehn Prozent, und dies nach allen relevanten Marktprognosen auch in den kommenden Jahren.“

BERT JANSEN-BALTHASAR,
Geschäftsführer der Printing for Business (PFB) GmbH

FACTS: Wie steht es um das Druckergeschäft in Europa, vor allem aber in Deutschland? In welchen Bereichen sind eher positive, in welchen eher negative Entwicklungen zu verzeichnen?

Bert Jansen-Balthasar: Der Druckermarkt bleibt weiterhin schwierig und ist im Jahr 2017 in den ersten drei Quartalen in seiner Gesamtheit mit einem Minus von etwa 0,9 Prozent bei den Stückzahlen weiterhin rückläufig. Das Marktsegment, in dem sich PFB (Printing for Business) positioniert hat – also Auto-ID-Produkte für industrielle und logistische Anwendungen – wächst seit Jahren jedoch stetig. Auto-ID-Technologien sind nach wie vor bedeutende Werkzeuge und Hilfsmittel für die Prozessplanung, Steuerung und

Optimierung. Sie sind die Basistechnologien für IT, Logistik, Produktion und Automatisierung. Die Märkte und Technologien, auf die sich PFB konzentriert hat, wachsen jährlich um zehn Prozent, und dies nach allen relevanten Marktprognosen auch weiterhin in den kommenden Jahren.

FACTS: Die Digitalisierung macht auch vor dem Druckergeschäft nicht Halt. Was bedeutet diese seit Jahren stattfindende Entwicklung konkret für Fachhändler?

Jansen-Balthasar: „Konzentriere dich auf deine Stärken und positioniere dich entsprechend im Markt.“ Wer versucht – und dies ist branchenübergreifend relevant –, mit einer

Marge von zwei bis drei Prozent zu existieren, ist schon sehr schnell zum Scheitern verurteilt. Nutzen wir lieber die Digitalisierung mit all ihren Vorteilen, schaffen wir durch Transparenz und Kompetenz die Vertrauensbasis mit unseren Kunden. Der Preis wird auch sicherlich weiterhin noch eine Rolle spielen, aber eben nicht die alles entscheidende. Zeigen wir den Mehrwert auf, den wir bieten, und stellen dadurch sicher, dass unser Unternehmen sich nicht nur am Markt behauptet, sondern langfristig wachsen wird. Dies wird nur gelingen, wenn Unternehmen auf Marktveränderungen reagieren oder noch besser diese antizipieren – und nicht nur auf ihre Positionen beharren.

FACTS: Sind 3D-Drucker auch ein Thema, an dem man nicht vorbeikommt? Die Zahl der Hersteller nimmt in diesem Markt schließlich signifikant zu. Inwiefern beschäftigt sich PFB mit dieser Thematik?

Jansen-Balthasar: Wir beobachten sehr aufmerksam Veränderungen und Neuentwicklungen in den verschiedenen Marktsegmenten. Ein aktuelles Thema ist der 3D-Druck sicherlich. Jedoch sind die Anwendungen und Einsatzgebiete dieser Produkte vollkommen andere als der Themenkomplex Auto-ID, mit dem wir uns vorrangig beschäftigen. In diesem Bereich gibt es sehr viel spannende und neue Entwicklungen, auf die wir uns fokussieren und die unseren Kunden in den jeweiligen Anwendungen einen substanziellen Mehrwert bieten.

FACTS: Mit welchen allgemeinen Herausforderungen müssen sich Händler im nächsten Jahr vor allem auseinandersetzen? Was erwarten Sie für das Jahr 2018?

Jansen-Balthasar: Die weitere Digitalisierung und der Vertrieb über Plattformen sowie E-Commerce werden auch 2018 zu einer weiteren Konsolidierung der Händlerlandschaft führen. Wir werden uns auf unsere Stärken konzentrieren und uns in Verhandlungen so positionieren, dass der Preis eben nicht entscheidend ist. PFB wird seine Kunden konsequent aktiv begleiten, Projekte langfristig planen und einen Mehrwert bieten, den der Kunde auch bereit ist zu honorieren. Dies ist uns in den vergangenen

Jahren gelungen, und wir sind überzeugt, auch für 2018 die richtigen Akzente setzen zu können. Auf Veränderungen reagieren und sich richtig zu positionieren, dies wird eine der der Herausforderungen für 2018 sein.

FACTS: Wie hat PFB sich für das kommende Jahr aufgestellt, um den Anforderungen des Druckermarkts gerecht zu werden?

Jansen-Balthasar: Die guten Entwicklungen in den vergangenen Jahren haben uns die Möglichkeiten gegeben, auch 2018 in die Stabilisierung und den weiteren Ausbau unserer Marktposition zu investieren. Das bisherige Wachstum unseres Unternehmens wird begleitet vom Ausbau der firmeneigenen Infrastruktur und der personellen Verstärkung unseres Teams in allen wichtigen Ressorts. Für das nächste Jahr sind eine Reihe von Projekten aufgesetzt, deren Ziel es ist, unsere Marktposition nicht nur Umsatzmäßig zu steigern, sondern auch für unsere Kunden Lösungen zu erarbeiten, die nachhaltig wirken und einen deutlichen Mehrwert für sie darstellen. Die zwei führenden Messen im kommenden Jahr – die Logimat für die Logistikbranche und die EuroCIS für den Handel – werden uns Gelegenheit geben, den dort anwesenden Entscheidungsträgern unsere Lösungen zu präsentieren. Wir sehen uns insgesamt gut aufgestellt, um unsere ambitionierten Ziele für 2018 zu erreichen.

Anna Köster ■