

Erfolgsgeschichte – und noch viel Potenzial

Der Sortimentsbereich Konferenz- und Präsentationsprodukte spielt beim Trierweiler Großhändler **soft-carrier** eine wichtige Rolle. Die Neusser **Franken GmbH** hat sich als Spezialist für visuelle Kommunikationslösungen innerhalb weniger Jahre zum führenden Lieferanten entwickelt.

Die fortschreitende Digitalisierung zeigt Wirkung im Nachfrageverhalten der Endkunden und damit auch der soft-carrier-Handelspartner – und dies mit klaren Auswirkungen auf die Sortimentszusammensetzung. Dass sich viele klassische Bürobedarfsartikel auf dem Rückzug befinden, hat soft-carrier-Geschäftsführer Thomas Veit schon vor Jahren erkannt. Aber auch den Trend, dass von der Digitalisierung bestimmte Kategorien im analogen Umfeld profitieren werden. „Ein Bereich, in dem sich digital und klassisch perfekt ergänzen und zudem neue Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten hinzugekommen sind und weiter hinzukommen werden, ist der Sortimentsbereich Konferenz-, Planungs- und

Präsentationslösungen“, bestätigt soft-carrier-Marketingleiterin Monika Veit. Schon frühzeitig hatte man sich sowohl von der strategischen Ausrichtung her als auch konkret im Marketingteam mit der Kategorie intensiv beschäftigt und wichtige Marken und Lieferanten gelistet. Und dies mit beachtlichem Erfolg, wie die beeindruckenden Wachstumsraten unterstreichen.

Eine besondere Erfolgsgeschichte ist die Zusammenarbeit mit der Neusser Franken GmbH. Seit 2013 arbeitet soft-carrier mit dem etablierten Anbieter klassischer Planungs- und Präsentationslösungen zusammen, der auf mehr als 40 Jahre Erfahrung in dieser Kategorie bauen kann und ein umfangreiches Sortiment von Tafeln

und Flipcharts, Moderations- und Planungslösungen, Beschilderung und Displays bis einem vielfältigen Zubehör-Programm von Schreibfolien über Tafelreiniger bis zu Magneten zu bieten hat. Beide Partner profitieren seit dem Start von beachtlichen jährlichen Wachstumsraten im konstant zweistelligen, in den Anfangsjahren sogar dreistelligen Bereich. Allein in diesem Jahr konnte bis Ende Mai ein Plus von 38 Prozent realisiert werden; für das Gesamtjahr ist das Überschreiten der Millionengrenze realistisch prognostiziert, wie Franken-Geschäftsführer Manuel Franken betont. „Besonders erfreulich ist“, unterstreichen Monika und Thomas Veit, „dass hier keine Verdrängung stattgefunden hat, sondern zusätzliche Umsätze zum Vorteil unserer Händler und letztlich aller Beteiligten generiert werden konnten.“ Die Kategorie insgesamt und damit auch die anderen Lieferanten hätten von der positiven Entwicklung profitiert – „wenn auch nicht in der Größenordnung von Franken, der sich innerhalb von nur fünf Jahren zum führenden Player in dieser Kategorie entwickelt hat.“ Und auch Manuel Franken sieht die klaren Vorteile für den Kommunikationsprodukte-Spezialisten, der zu den etablierten Anbietern in der Branche gehört: „Die Zusammenarbeit mit soft-carrier hat für Franken vor allem echte Neukunden auf der Großhandelsebene wie beispielsweise Online-Händler und E-Tailer gebracht.“

Bleibt die Frage nach den Faktoren, die eine solche Erfolgsgeschichte überhaupt erst möglich machen. „Wichtig ist vor al-

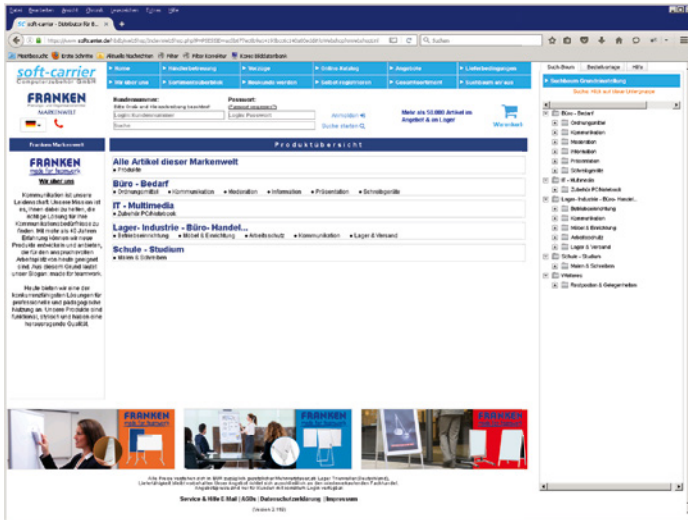


Schlagkräftig im Sortimentsbereich visuelle Kommunikation unterwegs (v.l.): Monika Veit, Manuel Franken und Thomas Veit

ERP-Software für Systemhäuser und den Kopierfachhandel

Eine unternehmensweite Anwendung für alle Prozesse:

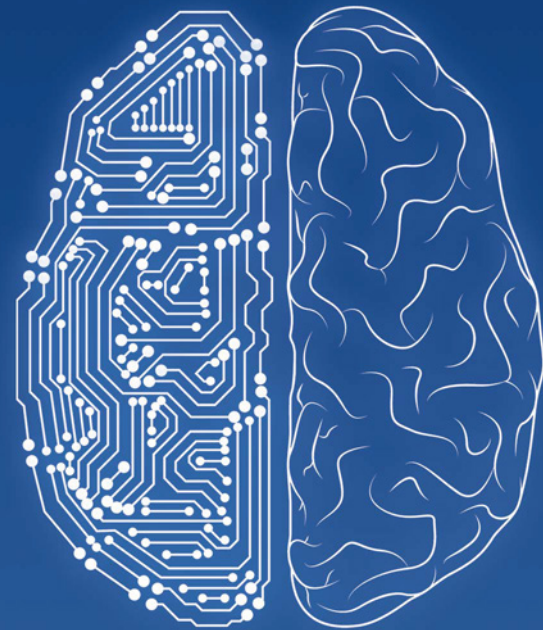
- Einfache Handhabung
- Schnelle Prozesse
- Intuitive Bedienung
- Hohe Anpassbarkeit
- Innovative Funktionen
- Regelmäßige Updates



Erfolgsgeschichte: die Franken-MarkenWelt bei soft-carrier



Ansprechend und informativ: der Franken-Katalog als Inspirationsquelle



Sie möchten wissen, was ein ERP-System für Ihr Unternehmen tun kann? Dann nutzen Sie die Gelegenheit:

Schauen Sie sich Videos zu aktuellen Funktionen und Neuheiten auf unserem YouTube-Kanal an.



lem, dass die Chemie zwischen den handelnden Personen stimmt und der absolute Wille vorhanden ist, gemeinsam etwas bewegen zu wollen“, bestätigen Thomas Veit und Manuel Franken unisono. Nur wenn sich beide Partner auf der gleichen Wellenlänge bewegen, seien solche Erfolge in so kurzer Zeit überhaupt erst möglich. Beide Unternehmen sind familiengeführt, schlagkräftig, pragmatisch und erfolgsorientiert – wichtig sei zudem das gegenseitige Verständnis und die Bereitschaft für einen engen Austausch. Und natürlich die professionelle Zusammenarbeit in puncto Content, Warenverfügbarkeit und die richtige Preispositionierung, erläutern Franken-Key-Account-Manager Peter Wenz und Nicole Weber, die im Marketingteam des Großhändlers die Betreuung von Franken übernommen hat. Hinzu kommen das gelistete umfangreiche Sortiment von knapp ein-

tausend Artikeln und die gemeinsame Analyse, welche Produkte besonders gefragt seien, sowie die darauf ausgerichteten Kommunikationsaktivitäten an die Handelskunden. Gerade die einfachen Lösungen wie Weißwandtafeln, Flipcharts und Magnete, so die Hitliste, werden von der Zielgruppe stark nachgefragt. „Das Gesamtpaket muss stimmen – und das Verständnis füreinander“, hebt Monika Veit besonders hervor. Dann seien auch oder gerade aufgrund der Digitalisierung sowie neuer Betätigungsfelder wie aktuell dem wachsenden Bedarf bei Schulungseinrichtung für Asylbewerber oder dem anhaltenden Trend zu Meetings und der Etablierung neuer Tagungshotels noch ausreichende Wachstumsperspektiven für den Bereich visuelle Kommunikation vorhanden.

www.soft-carrier.de
www.franken-gmbh.de