



Epson Industry

Solutions Center: Lösungskompetenz für vertikale

Märkte | Seite 1

Referenzstory:
Activboards ersetzen
nach und nach klassische
Tafeln | Seite 2

Nachhaltigkeitsbericht: Epson veröffentlicht Erfolge der letzten 20 Jahre | Seite 3 "Produkte gezielt beim Kunden platzieren": Fachhändler bewerten 2008 und sehen in die Zukunft | Seite 4

EDITORIAL



Liebe Fachhandelspartner,

Wissenschafts-Ausstellungen haben aktuell Konjunktur: Hoch komplexe Zusammenhänge werden den Besuchern anschaulich und praxisnah vermittelt, Interaktivität wird groß geschrieben. Nach einem ganz ähnlichen Prinzip funktioniert unser Epson Industry Solutions Center in Meerbusch – allerdings mit der Zielgruppe Geschäftskunden, die sich von der Einsatzvielfalt der Epson Technologien begeistern lassen.

Die meisten der Besucher haben bereits klare Anforderungen an die Technik, die sie für ihr Business einsetzen möchten. Das Epson Industry Solutions Center ist eine hervorragende Plattform, diese Anforderungen im offenen Gespräch mit unseren Experten zu erörtern und anschließend im Praxiseinsatz zu testen. Die außergewöhnliche Atmosphäre des Zentrums fördert die Kreativität – nicht selten entstehen vor Ort vollkommen neue Lösungsansätze. Die Kunden erleben Epson und seine Partner als kompetentes, flexibles und einfallsreiches Team. Damit schaffen wir neben einem guten Gefühl vor allem Eines: Vertrauen.

Mit partnerschaftlichen Grüßen

F. Soll

Ihr Frank Schenk Senior Manager Business Unit Professional Graphics & Systems Devices

I Termine frühzeitig vereinbaren

Das Epson Industry
Solutions Center in Meerbusch ist eine ideale Plattform für Fachhändler, um sich – auch gemeinsam mit Kunden – über die Epson Technologien zu informieren. Aufgrund der hohen Nachfrage empfiehlt sich eine frühzeitige Terminvereinbarung für alle drei Fachbereiche unter EISC@Epson.de.

Epson Industry Solutions Center Lösungskompetenz für vertikale Märkte





I Realistische Bedingungen

Flink zuckt der Roboterarm hin und her, greift Plastikteile vom Fließband und legt sie in einer Kiste ab. Fertig. Der Roboter stellt seine "Ohren" auf und wackelt mit dem "Kopf". "Ein bisschen Show gehört natürlich auch dazu", schmunzelt Volker Spanier. Der Leiter des Fachbereichs Factory Automation ist sichtlich stolz, "seine" Produkte im Epson Industry



Solutions Center (EISC) präsentieren zu können. "Früher konnte sich sogar im Epson Team niemand so richtig vorstellen, was wir machen."

Mittlerweile kommen Kunden aus ganz Europa und Indien, um ihre Anforderungen live zu testen. So sortiert ein Roboter statt Stahl schon mal Brötchen, ein anderer wird zum Tortenbeschriften programmiert. Spanier: "Die Besucher erleben unsere 6-Achs-Roboter, Scara und Linearmodule unter realistischen Bedingungen – und erhalten einen Eindruck von ihrer Leistungsfähigkeit."

Ähnlich praxisorientiert geht es im Bereich Kassensysteme zu: "Einkaufsgutschein für Ihren nächsten Besuch" steht bunt auf einem Kassenzettel. "Mit Farbdruck kann sich der Handel vom Wettbewerb abheben", betont Frank Schenk, Epson Senior Manager Business Unit Professional Graphics & Systems Devices. 60 Prozent Marktanteil hat Epson bei Kassendruckern in Deutschland. Und Schenk möchte weiteres Potenzial im Medizin- und Bankenbereich erschließen.

Seit 2003 leitet Frank Schenk die Abteilung Großformatdrucker, die Epson ebenfalls im EISC präsentiert: Vom DIN A2-Drucker Epson Stylus Pro 3800, der kaum größer ist als ein normaler Drucker, bis hin zum zweieinhalb Meter breiten Epson Stylus Pro 11880, der 64-Zoll-Poster druckt. Kunden wie Architekten oder Grafiker testen hier gemeinsam mit ihren Fachhändlern branchenspezifische Software und Anwendungen.

2009 wird das EISC um Lösungen aus dem Bereich Epson Electronics erweitert (Herstellung von Chips, 3LCD-Paneln).

Wie zur Erinnerung, welche Fortschritte die Technik unserer Zeit machen kann, steht im Eingangsbereich des EISC ein EP-101. Den weltweit ersten kommerziellen Digitaldrucker entwickelte Epson vor 40 Jahren. Spanier: "Unsere Aufgabe ist, technologische Meilensteine zu setzen – und dies stellen wir im EISC praxisnah unter Beweis."

Il Erfolgskonzept Interaktion

Trainings mit hohem Praxisanteil – diesen Wunsch haben fast alle Fachhändler. Bei sperrigen Schulungsprodukten lässt sich dies aber nicht immer verwirklichen. Das Epson Industry Solutions Center erweist sich in dieser Hinsicht als ideale Lösung. Großen Zuspruch erfuhren beispielsweise im Dezember Schulungen für ProFocus-Händler zum Epson Stylus Pro 7900/9900.

Michael Dörper, Vertriebsmitarbeiter der Computer Publishing Systeme Luzar GmbH & Co. KG, Düsseldorf, urteilt: "Die Ausstattung des EISC ist in

punkto Hardware und Rechner sehr gut. Die Kombination aus Präsentation und Praxiseinsatz in kleinen Gruppen ist klasse. Ich kann jedem nur raten, sowohl die



Internetschulung unter www.training. epson.de als auch das Training im EISC wahrzunehmen, denn man profitiert im Verkaufsgespräch von tiefer Produktkenntnis."

Kollege Fritz Zarm von der PBS GmbH in Essen fügt hinzu: "Der Ablauf ist gut, schwer zu toppen. Hier lerne ich effizienter, als wenn ich es mir zu Hause selbst erarbeiten müsste. Die Interaktion mit den Epson Mitarbeitern macht das Konzept des EISC aus."





Partner im Fokus

03/08

Marketing

II Activboards ersetzen nach und nach klassische Tafeln Referenzstory: Epson Projektoren an der International School of Düsseldorf



Immer häufiger ziehen digitale Medien in das Klassenzimmer ein und lösen in Verbindung mit interaktiven Whiteboards Tafel und Kreide als Unterrichtsmedium ab. Als führender Anbieter von Projektoren im Marktsegment "Bildung und Erziehung" stellt Epson leistungsfähige Hilfsmittel für den modernen Schulunterricht bereit und erfüllt mit seiner 3LCD-Technologie die besonderen Anforderungen von Pädagogen an einen Schulbeamer. Ergebnis: Kreativität, die nutzt, und Technologie, die ankommt.

Seit 40 Jahren gehört die International School of Düsseldorf (ISD) zum Stadtbild der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt. 1968 von amerikanischen Eltern gegründet, zählt die ISD mit rund 1.000 Schülern aus 52 Nationen heute zu den bedeutendsten Einrichtungen ihrer Art in Deutschland. Rund 120 Lehrkräfte aus 23 Nationen stehen zur Verfügung, der Unterricht wird überwiegend in englischer Sprache gehalten.

"Die ISD verfügt über eine vorbildliche technische Ausstattung, die moder-

ne Technologien mit neuesten pädagogischen Erkenntnissen verbindet", erläutert Patrick D'Arcy, Leiter der Abteilung Information & Communication Technology. "Jeder Klassenraum der International School Düsseldorf ist mit einer Whiteboard/ Projektor-Kombination ausgerüstet. Sie ersetzen konventionelle Kreidetafeln und gestatten einen interaktiven Unterricht mit computergenerierten Projektionen. Dabei kann das Activboard mit einem Spezialstift wie eine klassische Wandtafel benutzt werden. Die Schrift wird jedoch von einem PC aufgenommen und via Projektor auf das Board projiziert. So entsteht der Eindruck eines realen Tafelbildes, das alle Vorteile eines PC-Bildschirmes liefert", so D'Arcy.

Alle Projektoren der Schule sind fünf Tage die Woche, mindestens acht Unterrichtsstunden am Tag im Einsatz. Für die ISD sind daher hohe Zuverlässigkeit, einfache Anwendung und eine gute Bildqualität von Bedeutung.

"Insbesondere in Hinsicht auf die Benutzerfreundlichkeit, Lebensdauer und einfache Wartung überzeugen die Modelle der Firma Epson auf ganzer Linie. Die momentane Ausstattung der Klassenräume wird daher Zug um Zug gegen eine Whiteboard Lösung mit Epson Projektoren umgestellt", erklärt D'Arcy. "Die drei Jahre Garantie auf Projektor und Lampe gibt uns zusätzlich Planungssicherheit."

Zuverlässig im Dauereinsatz

Merkmale wie eine Linsen-Abdeckung zur Präsentationsunterbrechung, Start ohne Wartezeit, Diebstahlschutz sowie einfache Handhabung kommen den Nutzern in der Schulpraxis entgegen. Lehrer schätzen zudem die Augen schonende Epson 3LCD-Technologie. Augenbeschwerden oder vorzeitige Ermüdung – gerade bei Kindern und Jugendlichen ein Problem – bleiben aus.

Patrick D'Arcy: "In der Elementary School kommen Epson EMP-400We Projektoren zum Einsatz, die für die heranwachsenden Kinder in der Höhe verstellbar sind. Durch ihr gutes 60-Zoll-Breitbild bei einem Abstand von gerade mal 65 Zentimetern zum Activboard geben sie größtmögliche Freiheit beim Aufstellen. Auch gibt es aufgrund der Nähe des Projektors zum Board keinen ablenkenden Schatten."

Lehrer schätzen 3LCD-Technologie

In den Klassen der Senior School bewährt sich das Modell Epson EMP-83, das jeweils fest an der Decke fixiert wird. "Das Modell sorgt durch eine Helligkeit von 2.200 ANSI Lumen selbst in tagheller Umgebung für gut lesbare Projektionen", berichtet D'Arcy. Eine weitere hilfreiche Funktion bietet der Epson EMP-83 mit dem Wartungssystem Easy MP Network Monitoring: Eingebunden in ein Netzwerk,

lässt sich der Zustand des Projektors einfach und schnell über das Netzwerk überprüfen. So werden potenzielle Störfaktoren bereits erkannt, bevor sie den Unterricht stören



II Clever verkaufen Referenzstory als Empfehlung nutzen

Mund-zu-Mund-Propaganda ist auch in Zeiten multimedialer Werbung enorm wirksam. Denn ein Bericht über persönliche Erfahrungen ist besonders glaubhaft. Mit Referenzstorys kann sich der Fachhandel ein ähnliches Prinzip zu Nutze machen: Unternehmer erzählen von ihren branchenspezifischen Aufgabenstellungen und den Erfahrungen mit Epson Produkten. IT-Entscheider oder Geschäftsführer



anderer Firmen erkennen hier ihre eigenen Anforderungen wieder und informieren sich über Lösungsmöglichkeiten.

Anwenderberichte mit Epson Produkten wie Projektoren, Druckern und Large-Format-Geräten finden sich zum Download unter www.epson-presse.de in der Rubrik "Referenzen".

Häufig bietet es sich auch für Fachhändler an, von einer gelungenen Installation eine Referenzgeschichte zu erstellen, um damit weiteren Kunden seine Kompetenz und die Produktqualität zu demonstrieren. In Frage kommen besonders bekannte oder große Kunden, innovative Lösungen, neue Produkte wie Business Inkjets und Branchenlösungen mit Vorbildcharakter.

Epson unterstützt Fachhändler bei der Erstellung von Referenzstorys: Händler können Installationen von Epson Produkten bei thomas.dammann@ epson.de für die Erstellung eines Anwenderberichtes anmelden. Voraussetzung hierfür ist die Referenzgenehmigung des Kunden. Der Anwenderbericht wird auch auf der Epson Homepage veröffentlicht. Nach Absprache ist auch die Veröffentlichung in einem Handels- oder Spezialmagazin möglich.

II Potenzial "Existenzgründer" Epson erschließt vertikale Märkte



Die Erschließung vertikaler Märkte bleibt für Epson weiterhin ein Top-Thema. Erhebliches Potenzial besteht beispielsweise bei Existenzgründern: In Deutschland entstehen jährlich mehr als 300.000 neue Unternehmen, und nahezu alle benötigen auch Ausgabegeräte. Der Handel kann hier aufgrund der besonderen Eigenschaften Epson Business Inkjetdrucker empfehlen: Hohe Druckgeschwindigkeit und Qualität, geringe Seitenpreise und sehr niedriger Stromverbrauch.

Damit dies kein Geheimtipp bleibt, spricht Epson Existenzgründer, Kleinunternehmer und innovative Köpfe aus dem Mittelstand mit einem ebenso außergewöhnlichen wie innovativen Marketingkonzept an: In Zusammenarbeit mit Experten der Microsoft Plattform MSN erteilen unter www.epson.de/tinteimbuero konkrete Ratschläge für die Führung eines erfolgreichen Start-Ups und die Expansion aufstrebender Unternehmen.

Online-Tipps für den Start-Up

Das Projekt wird europaweit unter dem Titel "Experten für ein besseres Business" durchgeführt. In Deutschland begleitet es Stefan Schwartz, Autor des Bestsellers "Existenzgründer für Dummies". Er gibt Interessenten individuelle Tipps für den Einstieg in die Selbstständigkeit. Zum Start des Webportals befasst er sich mit dem Themenkomplex "Existenzgründung" und geht in den Folgewochen auf weitere Fragestellungen wie den steigenden Finanzbedarf beim Wachstum oder dem Aufbau einer Belegschaft ein.

"Wichtige Tipps für Existenzgründungen" stellt den Auftakt zu einer Reihe von fünf weiteren thematischen Schwerpunkten dar, die das Epson Online-Portal bis März 2009 Schritt für Schritt ergänzen und abschließen.





Partner im Fokus

03/08

Unternehmensinformationen

I Aufladen ohne Kabelsalat

Kabellose Datenübertragung in Form von WLAN ist seit Jahren bekannt. Jetzt gibt es einen neuen Trend: Kontaktlose Energieübertragung. Basierend auf elektromagnetischer Induktion kann diese neue Technologie beispielsweise zum kabellosen Aufladen von Mobilgeräten eingesetzt werden.

Bereits im November 2007 stellte der Seiko Epson Konzern seine Produktreihe zur kontaktlosen Energieübertragung vor. Hierbei handelt es sich um eine Kombination aus zwei Modulen, die eine von Epson entwickelte Technologie zur kontaktlosen Übertragung elektrischer Energie nutzen. Während die Erstvorstellung die Übertragung von maximal 0,5 Watt ermöglichte,





präsentierte Epson jetzt ein Nachfolgemodell mit einer Maximalleistung von 2,5 Watt (5 Volt, 500 Milliampere).

Die in den Modulen eingesetzten flachen Spulen - das Sekundärmodul ist nur 0,8 Millimeter dünn – ermöglichen den Einsatz in besonders designorientierten Geräten. Probleme von Mobilgeräten durch Kontaktabnutzung sind mit dieser Epson Technologie passé.

I Kindergarten ist winterfest Initiative "190 Tage soziales Engagement"



Inmitten von Business-Konzepten und Marktanalysen kann der Bezug zum Wesentlichen schon mal ungewünscht verblassen. Deshalb unterstützt Epson seine Mitarbeiter, Verantwortung für die Gemeinschaft zu übernehmen, und zwar mit der Initiative "190 Tage soziales Engagement". Das Unternehmen stellt die 190 Mitarbeiter je einen Tag pro Jahr für soziales Engagement frei. So wie kürzlich die Abteilung Sales Operations, die unter anderem das Backoffice des Vertriebs darstellt. Das Team brachte einen Kindergarten in Meerbusch auf

Einen guten Start in den Tag garantierten die Kollegen den Kindern zunächst einem "gesunden Frühstück".

Anschließend te eine Hälfte der "Sozialarbeiter" den Kindern spielerisch die Mülltrennens. Als Belohnung erhielten die "Umwelt-Scouts" "Waldwichtel-Helfer-Tuch" und einen Umweltorden.

Die andere Gruppe kümmerte sich um das Außengelände. Das Hochbeet für

den Kräuteranbau war porös, zwei neue Hochbeete wurden gebaut. Außerdem beschnitt das Team Hecken und einen Weidentunnel. Viel Arbeit für Menschen, die ihren Tag normalerweise im Büro verbringen. "Am nächsten Tag kamen die Kollegen teils mit kleineren Blessuren und Rückenschmerzen ins Büro. Aber den Spaß wollte keiner missen", so Sheela Reinelt, Managerin Sales Operations.

Auch die Beziehung zu den Kindern entwickelte sich herzlich. Denn die Kleinen wollten wissen, was die Großen sonst so machen. Reinelt: "Wir haben spontan beschlossen, dass die Kinder uns in der Epson Zentrale besuchen. Und im Frühjahr wollen wir die Aktion im Kindergarten wiederholen."

I Händler pflanzen neuen Wald

Zupacken war die Devise bei der Baumpflanzaktion in Schwarzenberg im sächsischen Erzgebirge. Gemeinsam mit Fachhändlern der Region setzten Epson Deutschland Geschäftsführer Henning Ohlsson und Vertriebsdirektor Paul Schmidt 400 Bergahorn-Stecklinge als Beitrag zum Klimaschutz. "Unsere Dienstwagenflotte vebraucht zirka 500.000 Liter Diesel im Jahr. Ein zwölf Hektar großer Wald kann das dabei ausgestoßene Kohlendioxid in fünf Jahren kompensieren.



(v.l.) Epson Fachhändler Oliver Oehme, Geschäftsführer der Oliver Oehme EDV-Service GmbH in Chemnitz, Jens Walther, Geschäftsführer der Walther Büroorganisation und Einrichtung GmbH in Plauen, Lutz Scheibel, Geschäftsführer der Professional Technical Systems in Lichtenau, Henning Ohlsson und Paul Schmidt

Nachhaltigkeitsbericht 2008

"Ein Unternehmensklima, das jedem erlaubt, das Beste aus gegebenen Kompetenzen zu machen." Minoru Usui, Präsident der



Nachhaltigkeit ist für Epson ein Prinzip. Ich möchte ein Unternehmensklima för- sich bringt. Dass Epson es ernst meint das das Unternehmen in den Bereichen Produktqualität, Mitarbeiter, Kundenzufriedenheit und vor allem Umwelt aktiv lebt. Jetzt hat der Seiko Epson Konzern den "Nachhaltigkeitsbericht 2008" mit den Erfolgen der vergangenen 20 Jahren als Broschüre veröffentlicht.

Epson steht für Produktqualität und favorisiert die Verwendung von unternehmenseigenen Technologien, wie Micro PiezoTM oder 3LCD: Denn ihre Entwicklung kann Epson hinsichtlich Präzision und Innovation beeinflussen. 2006 hat Epson die Quality Value Chain entwickelt: Ein System, das gewährleistet, dass Kunden-Feedback in alle Geschäftsprozesse einfließt.

Grundlage für überdurchschnittliche Leistungen eines Unternehmens sind motivierte und bestmöglich ausgebildete Mitarbeiter.

dern, das jedem erlaubt, das Beste aus gegebenen Kompetenzen zu machen", betont Minoru Usui, Präsident der Seiko Epson Corporation. Ausbildung und permanente Weiterbildung sind aus diesem Grund wichtige Faktoren in der Unternehmensphilosophie.

Auch Verantwortungsbewusstsein für die Gesellschaft ist bei japanischen Unternehmen traditionell fest in der Firmenphilosophie verankert. Dazu gehört für Epson der Erhalt einer lebenswerten Umwelt. 1988 kündigte der Konzern an, in fünf Jahren ozonschädliches FCKW aus den Geschäftsprozessen zu eliminieren - gesagt, getan.

Eines der vordringlichen Anliegen Epsons ist, den CO₂ -Ausstoß zu verringern – auch wenn dies fundamentale Änderungen mit hat der Konzern bereits mehrfach bewiesen. Im Bereich Projektoren hat Epson mit der Einführung von E-TORL (Twin Optimized Reflection Lamp) das Gewicht der Projektoren verringert und die Helligkeit erhöht. Dadurch wurde innerhalb von zehn Jahren der Energieverbrauch um 90 Prozent gesenkt.

Der Scanner Epson Perfection V500 Photo nutzt eine weiße LED- Lichtquelle, die praktisch keine Aufwärmzeit benötigt und sich sofort nach der Nutzung wieder abstellt. So wurde der Energieverbrauch um 53 Prozent gesenkt.

Die neuen Business Inkjetdrucker erreichen dank ihres 1-Zoll großen Druckkopfes eine Druckgeschwindigkeit, die bislang nur Laserdrucker vorweisen konnten. Der Energieverbrauch der Epson Tintenstrahler eines vergleichbaren Laserdruckers.

Im Fiskaljahr 2007/2008 hat Epson ein erstes Etappenziel erreicht: Das Unternehmen verringerte den CO₃-Ausstoß pro verkaufter Einheit um 53 Prozent verglichen mit dem Jahr 1990. Allein von 2003 bis 2007 senkte das Unternehmen den CO₂-Ausstoß um 200.000 Tonnen.

Damit nicht genug: Epson achtet bei der Auswahl von Zulieferern darauf, dass Komponenten, Rohmaterialien, Verpackungsmaterial und genutzte OEM-Produkte umweltschonend hergestellt werden. Die Rate der "grünen" Einkäufe liegt seit der zweiten Hälfte des Fiskaljahres 2004 bei 100 Prozent.

Der Epson Nachhaltigkeitsbericht 2008 (Englisch) ist online unter www.epson. com verfügbar.





Partner im Fokus

03/08

Partnerforum

II "Produkte gezielt beim Kunden platzieren" Epson Fachhändler bewerten 2008 und blicken in die Zukunft

"Wie ist 2008 bei Ihnen gelaufen - und welche Erwartungen haben Sie an 2009?" Der Stimmungsbericht zum Jahresende aus dem Epson Fachhandel ist zu einer schönen Tradition geworden. Das Fazit vorweg: Die Zusammenarbeit mit Epson läuft rund, die Partner blicken trotz aller Unkenrufe optimistisch in die Zukunft und setzen große Hoffnungen in den Technologiewandel hin zu Business Inkjetdruckern.

Oliver Oehme, Oliver Oehme EDV-Service GmbH, Chemnitz: Wir haben 2008 unseren ersten Vertrag mit Epson erhalten und unsere Umsatzziele weit übertroffen.



Besonders gut laufen Lasermultifunktionsgeräte. Auch in die Business Inkjetdrucker legen wir große Hoffnungen. Epson sollte hier weiter mit Werbung für Kundennachfrage sorgen. Wir nutzen nächstes Jahr die Mailing-Vorlagen, um Branchen gezielt anzusprechen.

Dass Epson Preise für viele Produkte und Verbrauchsmaterial erhöht, macht es uns nicht leichter, zumal der Mitbewerb stark ist. Grundsätzlich ist unsere Strategie auf verstärktes Wachstum – auch mit Epson – ausgelegt. 2009 wollen wir die Qualitätskriterien für Premium Fokus Partner erfüllen:

Dominik Märzluft, Computer & Networks Office and Graphic Solutions, Augsburg: Das Verhältnis zwischen Epson und uns ist positiv, partnerschaftlich und offen. 2008 ist für uns sehr positiv gelaufen, besonders auch in Hinblick auf Epson Produkte und Business Inkjetdrucker: Die niedrigen Seitenpreise sind gegenüber dem unteren Laserdrucker-Segment konkurrenzfähig.

Für 2009 erwarten wir durch die Finanzkrise keinen Einbruch, weil wir hauptsächlich Kunden aus dem SMB-Bereich und aus dem Mittelstand bedienen, die in der Regel nicht direkt betroffen sind.

Klaus Ziegler, Geschäftsführer von TeleVideo, Karlsruhe: Das Jahr 2008 war durch starke Absatzschwankungen gekennzeichnet und unterm Strich nur mittelmäßig. Für 2009

> haben wir positive Erwartungen und rechnen durch Auflösung von Investitionshemmungen mit einem besseren Ergebnis.



Business Inkjetdrucker sind ein sehr attraktives Produkt. Ein wenig leiden sie noch unter dem Image der Laserdrucker, die bislang als das Non plus Ultra aufgebaut wurden. Epson kann das Produkt sicher durch weitere Werbemaßnahmen im Markt etablieren. Die Marketing-CD ist da ein gutes Hilfsmittel. Unser Verhältnis zu Epson ist offen und sehr gut. Wünschenswert wäre eine ausgewogenere Steuerung von Aktionen über die ganze Produktpalette.

Thomas Zitzer, Geschäftsführer Ingenodata AG, Basel: Bis Oktober ist das Jahr sehr gut gelaufen, aber in den letzten drei Monaten ist eine Dämpfung eingetreten. Hätte man mich im Juli nach den Aussichten für 2009 gefragt, hätte ich gesagt, dass es hoffentlich so



weiter gehen wird mit Wachstumsraten im zweistelligen Bereich. Seit drei Jahren sind wir Premium Fokus Partner mit einem Shop in Shop Bereich, in dem wir Epson sehr prominent ausstellen. Insgesamt sind wir sehr glücklich mit Epson. Der Schweizer Geschäftszweig funktioniert, wir werden vom Epson Team gut

Ich persönlich finde es super, dass Epson mit den Business Inkjets in Bereiche der Laser vordringt. Für uns ist dieser Bereich schwierig, denn wir agieren hauptsächlich im Privatbereich und

Education Sektor. Diese Kunden bevorzugen kleine Farblaser sowie Tintenstrahl-Multifunktionsdrucker etwa um 200 Franken.

Karl Lorentschitsch, Computer Center Lorentschitsch GmbH, Salzburg: Der Epson B-500DN ist ein phantastisches Gerät, irrsinnig schnell, sehr günstige Betriebskosten. Das sind gute Verkaufsargumente, man schont Umwelt und Geldbörse,

> eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten. In diesen Bereich setzen wir große Hoffnungen.



Uns gibt es seit 30 Jahren in Salzburg. Daraus ergibt sich ein Vertrauensverhältnis: Wir erklären den Kunden, dass es einen Technologiewandel gibt und dass – gegebenenfalls – dieses neue Gerät günstiger für sie ist. Mit einer Excel-Tabelle rechnen wir dies vor, und der Kunde ist überzeugt. Denn Gewerbetreibende und die öffentliche Hand schauen weiter in die Zukunft. Außerdem haben wir für Epson Produkte mit Aussendungen und E-Mail-Newslettern geworben. Wir schauen uns den Geschäftsbereich des Kunden an

und platzieren Produkte gezielt in gewisse Marktbereiche.

Die Vertriebsunterstützung von Epson klappt mit der neuen Mannschaft in Wien wieder sehr gut. Fragen werden rasch und professionell beantwortet. 2009 wird sich für uns eine größere Produktschicht bei Epson ergeben, mehr Click&More, mehr in Richtung neue Drucktechnologien und auch bei Beamern, wenn das Preis-/Leistungsverhältnis passt.

Frank Lorenz, F & M Computer Systemhaus, Berlin: Bei gewerblichen Kunden



konnten wir 2008 keine Abschwächung der Nachfrage feststellen. Es ist trotz leichter Rückgänge im Online-Shop bisher gut gelaufen. Beim Geschäft mit Epson Produkten merken wir, dass Epson nicht jede Preisspirale mitmacht. Wie die Geschäftsentwicklung im Jahr 2009 wird ist angesichts der Hiobsbotschaften in den Medien schwer absehbar.

> Die Zusammenarbeit mit Epson klappt einwandfrei. Auch die Veranstaltungen von Epson sind perfekt ausgerichtet, ob Profitage oder Road Show. Bei den Werbemaßnahmen würden wir uns von Epson noch etwas mehr Konstanz wünschen.

II Auf ein Wort Fachhändler fragen – Epson antwortet

genodata AG, Basel: Click&More lief in der Vergangenheit in der Schweiz nicht so richtig rund. Da die Lieferung von Geräten und Verbrauchsmaterial aus Deutschland erfolgte, gab es Probleme mit dem Zoll. Außerdem sind Geschäftskunden gewohnt, dass die Drucker bis in die Geschäftsräume geliefert und im besten Fall auch angeschlossen werden.



Schmidt, Paul Epson Vertriebsdirektor: Wir haben diese Problematik erkannt. Deshalb erarbeiten wir aktuell mit unserem

Thomas Zitzer, Geschäftsführer In- Schweizer Serviceunternehmen ESAG jedoch aufgrund ein neues Konzept für die Click&More-Logistik der Schweiz. Damit werden wir noch in diesem Epson Geschäftsjahr die Zoll- und Lieferproblematik in den Griff bekommen.

> Oliver Oehme, Geschäftsführer der Oliver Oehme EDV-Service GmbH, Chemnitz: Kommt die Urheberrechtsabgabe und wie wird sie umgelegt? Bietet Epson weiterhin Multifunktionsgeräte an?

> Henning Ohlsson, Geschäftsführer der Epson Deutschland GmbH: Die Urheberrechtsabgabe für Tintenstrahl-Multifunktionsgeräte liegt künftig bei 15 Euro. Da sie eine "Gebrauchsabgabe" ist, muss sich der Handel auf höhere Gerätepreise einstellen, er kann

seiner Service- und Beratungsleistung auch höhere Preise erzielen. Im unteren

Preissegment wird dies für Multifunktionsgeräte und Drucker möglicherweise zu rückgängigen Verkaufszahlen führen. Wir konzentrieren uns aber mit unserer Qualitätsstrategie vor allem auf Produkte über 100 Euro. Um unseren deutschen Fachhandel vor billigeren Angeboten aus dem europäischen Ausland zu schützen, schauen wir uns den deutschen Markt sehr genau an. Besteht der Verdacht, dass Angebote unter Umgehung der Urheberrechtsabgabe zustande gekommen sind, führen wir intensive Gespräche mit den jeweiligen Channelpartnern.

I Impressum

Herausgeber:

Otto-Hahn-Str.4 E-Mail:epson-info@epson.de Telefon: 02159-538-0 Telefax:02159-538-3000

Epson Deutschland GmbH

Eingetragen beim: Amtsgericht Neuss

HRB 12633 Geschäftsführer: Henning Ohlsson, Eiji Ide, Takehiko Takizawa

Ausgabe: Verantwortlich: 3/2008 vom 16.12.2008 Rolf-Hendrik Arens

Bene Kom, Meerbusch

Redaktion:

Dirk Rehberg, Sylvia Berndt, Benjamin Jochum, Rita Viehl (Layout) Epson (14), Sonstige (6)