

Dokumentenmanagement-Anbieter Setronic

Vom Systemhaus zum Hersteller

Aus individuellen Anforderungen entwickelt sich eine eigene Lösung, erste Vertriebspartnerschaften entstehen – und schnell ist der Wandel zum Hersteller in vollem Gange. Setronic ist diesen Weg erfolgreich gegangen und Geschäftsführer Christian Seitz zeigt sich auch knapp zwei Jahrzehnte später mit der Entscheidung mehr als zufrieden.

Stefan Adelmann | Ein Fax nicht ausdrucken zu müssen, sondern das Dokument elektronisch speichern zu können: Was heute zu den digitalen Standards gehört, war um die Jahrtausendwende noch ein herausforderndes Unterfangen – das den Grundstein für Setronics Wandel zum Hersteller legte. Dabei wurde das Unternehmen von Christian Seitz 1994 noch als klassisches EDV-Systemhaus vor allem mit Spezialisierung auf Arztpraxen gegründet. Das zu diesem Zeitpunkt aber noch wenig digitalisierte Dokumentenmanagement eröffnete Setronic und dem Geschäftsführer, einem „erklärten Feind gelber Post-Its“ und chaotischer Zettelwirtschaft, jedoch einen neuen Weg. Seitz und sein Team entwickelten mit „InfoOffice“ eine eigene Software-Lösung, bauten diese fortan weiter aus – und gewannen 2004, damals selbst noch Systemhaus, den ersten externen Vertriebspartner.

Plötzlich war eine Hotline notwendig

„Das war ein sehr interessanter Prozess“, blickt Seitz im Gespräch mit ICT CHANNEL zurück. „Wenn es ein Problem gab, mussten wir es ab diesem Zeitpunkt selbst lösen.“ Plötzlich waren Hotline und Produktsupport notwendig, das Unternehmen musste Partnern das passende Handwerkszeug für Vertrieb und Betrieb zur Verfügung stellen. Noch lief das Systemhaus-Geschäft zu diesem Zeitpunkt zwar parallel weiter, es stieß aber schnell an Grenzen. Immerhin sehen es die wenigsten



Quelle: Setronic

» **Das war ein sehr interessanter Prozess. Wenn es ein Problem gab, mussten wir das ab diesem Zeitpunkt selbst lösen.**

Christian Seitz
Geschäftsführer von Setronic

Partner gern, wenn ein Software-Hersteller die zur Lösung passende Hardware gleich mit anbietet. Daher trennte Seitz die Firmen 2008, nachdem sich das Systemhaus im Gegensatz zum Hersteller-Geschäft rückläufig entwickelte. Heute gibt es den IT-Dienstleister zwar noch, er beschäftigt aber lediglich zwei Mitarbeiter und betreut Setronic gewissermaßen exklusiv.

Nicht ohne Vertrauen

Mittlerweile vertreibt Setronic selbst zu 100 Prozent indirekt und verfügt über ein überregional gut aufgestelltes Partnernetzwerk. Diese Partner sieht Seitz in einer wichtigen Schnittstellenfunktion. Immerhin gelte es, das Vertrauen

in die Software-Produkte über die Partner zum Kunden zu bringen. Denn Vertrieb basiere letztlich immer auf Vertrauen, vor allem in einem komplexen Markt wie der IT. „Nur so kann man Erfolg haben“, unterstreicht der Geschäftsführer. Und den konnte Setronic vor allem zuletzt für sich verbuchen. Besonders vor dem Hintergrund der beschleunigten Digitalisierungsbemühungen vieler Unternehmen hat der Hersteller seinen Umsatz in den vergangenen eineinhalb Jahren verdoppelt, die Zahl der Mitarbeiter hat ebenfalls signifikant zugelegt. Zahlreiche Kunden setzen auf die Setronic-Produkte – von „Zwei-Mann-Handy-Shops bis hin zu Kliniken mit hunderten Lizenzen“, von Unternehmen aus dem Maschinenbau bis hin zu Anwaltskanzleien, berichtet Seitz. Das breite Spektrum ist gewollt, die eigene Lösung bietet über 80 Schnittstellen auch zu branchenspezifischen ERP- und CRM-Systemen.

Diesen Rückenwind wollen die Karlsruher jetzt nutzen, weiter wachsen, neue Partner gewinnen – jedoch „keine One-Man-Shows“, unterstreicht der Geschäftsführer. Die komplexe Lösung setze eine gewisse Größe der Systemhäuser voraus, die entsprechend in Support und Fortbildung investieren müssten. Das soll sich aber wiederum lohnen. Immerhin habe die Zeit im Homeoffice in vielen Unternehmen das Interesse an Dokumentenmanagement und der Digitalisierung im Allgemeinen weiter gestärkt. „Und unser Leitsatz ist: ‚Mit uns in drei Tagen in die digitale Welt!‘“ ■