

Corel mit Multichannel-Strategie

»Ich will Kunden nicht zwingen, Software zu mieten«

Für Corel bleibt der indirekte Vertrieb ein wichtiges Standbein – einen Zwang zu Abo-Modellen lehnt der Softwarehersteller nach wie vor ab.

Andreas Dumont

Der kanadische Softwarehersteller Corel ist vor allem für sein Zeichenprogramm für Vektorgrafik »Corel Draw« und die Bildbearbeitung »Paint Shop Pro« bekannt, vertreibt aber auch etwa den Textverarbeitungs-klassiker »Word Perfect«, den Komprimierer »Winzip« und die Videobearbeitung »Video Studio«. Anders als etwa der Konkurrent Adobe lehnt Corel Zwangsabos weiterhin ab und bietet seine Software auch im klassischen Lizenzmodell und als Software-

Großer Anteil indirekter Verkäufe

Boxen an. Im Interview mit CRN betont Rainer Artelt, Sales Director EMEA bei Corel, dass man auch weiterhin stark auf den Channel setze.

»Corel setzt nach wie vor auf eine Multichannel-Strategie. Generell konzentrieren wir uns stärker als zuvor auf B2B, ohne B2C zu vernachlässigen«, führt



Rainer Artelt,
Sales Director
EMEA bei Corel

Artelt aus. Der Vertrieb über die Distribution und das breite Partnernetzwerk nehmen dabei eine entscheidende Rolle ein. »Wir unterstützen unsere Partner

nicht mit einem One-size-fits-all-Ansatz. Unser örtliches Vertriebsteam erarbeitet mit unseren Partnern vielmehr maßgeschneiderte Konzepte. Diese reichen von einem eigenen Partner-Portal über Marketing- und Sales-Unterstützungsmaßnahmen bis zu gemeinsamen Veranstaltungen etwa auf Messen.«

»Corel ist auf allen Channel-Ebenen vertreten, vom Corporate Reseller und SMB-Fachhändler bis zu Retail und Etail im Consumer-Segment«, so Artelt weiter. Das Unternehmen habe ein umfangreiches Portfolio an Desktop-Softwarelösungen für professionelles Grafikdesign, Bildbearbeitung, Videoschnitt sowie Komprimierungs- und Dateiverwaltungslösungen und eine Vielzahl an Bezugsmöglichkeiten. Der Anteil an Abos steige zwar, jedoch sei die Anzahl der Zwangs-Abo-Gegner insbesondere in Deutschland nach wie vor groß.

Ingram Micro als Distributor

Eines habe seit nun mehr als 30 Jahren bei Corel jedoch Bestand: die enge und langfristig angelegte Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern – und das solle auch so bleiben. »Künftig wird Corel seine Partner noch stärker als zuvor unterstützen und gemeinsame Erfolge noch besser honorieren.« Mit Erscheinen der neuen Winzip-Generation hat Corel die Zusammenarbeit mit Ingram Micro weiter ausgebaut. Ingram Micro ist seit Ende vergangenen Jahres neuer Generaldistributor der Winzip-Produktlinie im deutschsprachigen Raum. Mit »Winzip 22 Enterprise« hätten IT-Admins die Möglichkeit, in Backups persönliche Daten nach bestimmten Kriterien auszuschließen – eine klare Anforderung der Datenschutzgrundverordnung. Corel pflegt darüber hinaus mit nahezu allen anderen namhaften Distributoren langjährige Beziehungen. »Sowohl im Consumer-Bereich als auch bei Firmenkun-

den erzielen wir einen großen und für Corel wichtigen Teil unserer Verkäufe indirekt über Partner«, ergänzt Artelt. Auch wirtschaftlich steht Corel offenbar gut da. Als Unternehmen im Privatbesitz veröffentlichte man keine Zahlen. »Nur so viel darf ich verraten: Corel ist sehr profitabel, investiert große Summen in die Weiterentwicklung der Produkte und wird, insbesondere im Firmenkundenbereich, weiter expandieren. Für Reseller könnte die Zeit, um gemeinsam mit Corel zu wachsen, daher kaum besser sein«, so der Manager.

»Die Jahre 2016 und 2017 waren für Corel Meilensteine auf dem Weg zum Anbieter von kreativen und produktiven Lösungen für Geschäftskunden: von KMUs bis hin zu multinationalen Unternehmen. Corel hat sich intern neu ausgerichtet und das Firmenkundengeschäft durch Zukäufe wie etwa der »Mind Manager«-Produktlinie gestärkt. Gerade im Firmenumfeld sehen wir weiterhin sehr gute Geschäftsmodelle für Partner, da in diesem Bereich sachkundige Beratung entscheidend ist«, schließt Artelt. ■

MEHR
AUF
crn.de

www.corel.de

Neues Competence-Center für Licensing

Siewert & Kau startet Cloud-Marktplatz

Distributor Siewert & Kau erweitert sein Lösungsangebot um Cloud-Services: Der neue »Cloud-Marketplace« startet mit dem vollen Microsoft-CSP-Programm. Ein Onboarding-Team und ein neues Competence-Center für Licensing stehen den Partnern zur Seite.

Peter-August Schulte

Der Bergheimer Distributor Siewert & Kau bietet seinen Handelspartnern ab sofort ein Portal für Cloud-Services an. »Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung gewinnt die Verknüpfung von Hard- und Software weiter an Bedeutung und immer mehr IT-Lösungen werden in die Cloud verlagert. Mit dem neuen Cloud Marketplace wollen wir unsere Partner bei diesem Prozess begleiten und sie gezielt beim Auf-

und Ausbau des eigenen Cloud-Geschäfts unterstützen«, erklärt Thorsten Daniels, Geschäftsführer der Siewert & Kau Service GmbH. Der Grossist verspricht hierbei ein Selfservice-Portal, über welches Cloud-Services einfach bestellt, bezahlt, provisioniert und verwaltet werden können. Zum Start stehe der volle Umfang des Cloud-Solution-Provider-(CSP)-Programms von Microsoft zur Verfügung. Das Portfolio werde kontinuierlich durch weitere Cloud-Lösungen ergänzt.

Interessenten stehe überdies ein Onboarding-Team zur Seite: Dieses soll Kunden bei allen Fragen rund um die Anmeldung und die Auswahl des passenden Vertragsmodells unterstützen und beim Einrichten eines Portalzugangs helfen. Der Distributor ergänzt darüber hinaus seine

VAD-Beratungsschiene um ein neues Competence-Center, das sich dem Thema Cloud und Lizenzierungen widmet. Siewert & Kau hat hierfür mit Oliver Coors einen ausgesprochenen Spezialisten im Lizenzierungsumfeld für

sich gewonnen. Gemeinsam mit dem Competence Team soll Coors das Thema Licensing vorantreiben und auch die Weiterentwicklung des Marketplace mitgestalten. Coors kommt von der Wortmann AG, wo er 23 Jahre lang

beschäftigt war. Als Vertriebsspezialist für Server verantwortete er dort zudem seit rund 15 Jahren den Lizenzvertrieb von Microsoft, Acronis, Kaspersky sowie Eset und betreute sowohl Fachhändler als auch Systemhäuser.

Thorsten Daniels ist überzeugt: »Software ist einer der wichtigsten Umsatzträger im Channel. Allerdings verlagert sich das klassische Software-Business zunehmend als Anything-as-a-Service in die Cloud. Gut ein Drittel des Channel-Umsatzes resultiert heute bereits aus Services und ich bin mir sicher, dass der Cloud-Anteil daran deutlich steigen wird.« ■

www.siewert-kau.de

Oliver Coors leitet das neue Competence Center für Cloud und Licensing



Foto: Siewert & Kau