

Für den Handel
Das war die Euroshop
2017 in Düsseldorf.
Ein Nachbericht

Für den Content
Die Auswahl an
Dienstleistern ist groß.
Ein Überblick

Für die Gewissheit
Ein Proof-of-play
belegt Abspielzeiten.
Ein Einblick



EuroShop



The World's No. 1 Retail Trade Fair
Nachbericht



**EXPO
4.0**

OFFIZIELLER
MEDIENPARTNER
www.EXPO-4.0.com

Von Null auf Vierzig

Den 20. Geburtstag feiert mancher mit einer pompösen Party, Glitzer und Glamour. Syscomtec Distribution begeht den runden Jahrestag lieber bescheidener, im engen Kreise. „Unser Jubiläum verbinden wir mit einem gemeinsamen Ausflug, zusammen mit unseren Mitarbeitern, Aufsichtsräten und Aktionären, sobald die Tage wärmer werden“, erzählt Claus Lohse, der den Großhändler für Digital Signage- und AV-Technik gegründet hat und heute noch als Vorstandsvorsitzender leitet. Am eigentlichen Geburtstag, der bereits kurz vor Weihnachten 2016 war, habe die Zeit nicht gereicht.

Wer die Kennzahlen von syscomtec kennt, den wundert das nicht. Denn mit seinen zehn Mitarbeitern betreut das Unternehmen aus **Oberhaching** südlich von München 2.851 Kunden und logiert 864 Produkte. Der Digital Signage-Bereich von syscomtec ist zwar erst halb so alt wie das Unternehmen, inzwischen aber zu einem bedeutenden Standfuß herangewachsen. 40 Prozent des Jahresumsatzes von 2,3 Millionen Euro erwirtschaftet der Verkauf von DS-Produkten an qualifizierte Händler und Produkthäuser.

Manches System dümpelt vor sich hin

Dabei sei das Potenzial von Digital Signage in Deutschland theoretisch noch deutlich größer gewesen, glaubt Claus Lohse. „In den vergangenen zehn Jahren blieb die



Mit ihnen stieg syscomtec in den DS-Markt ein: die Mediaplayer von Brightsign

Umsatzsteigerung in der DACH-Region weit hinter den Erwartungen zurück.“ Das liege an der technischen Herangehensweise in der Branche: „Der Content selbst, die Zielgruppenansprache – alles das, was das klassische Marketing schon seit Jahrzehnten predigt – ist vor lauter Technik oft nur Nebensache. So floppt oder dümpelt das ein oder andere Digital Signage-System vor sich hin“, kritisiert er und hofft, dass mit dem Preisverfall und der Professionalisierung langsam die Wende eintritt: „Mehr Angebote an leistungsfähigerer Hard- und Software zu günstigeren Preisen mit einfacher Bedienung sind beste Voraussetzungen für mehr Wachstum“, findet er.

Angefangen hat die Verbindung syscomtec und Digital Signage mit den violetten Mediaplayern des kalifornischen Her-

Bei der Gründung von syscomtec vor 20 Jahren war Digital Signage kein Thema. Heute macht der DS-Bereich 40 Prozent des Umsatzes aus. Kein Grund, sich auszuruhen.

stellers Brightsign, die syscomtec vor zehn Jahren ins Portfolio aufnahm: „Unser erster Auftrag mit den Playern ging 2008 über das Hamburger Systemhaus Amp-town an das Gezeitenmuseum in Bremerhaven“, erinnert sich Claus Lohse. „Die Verhandlungen mit Amptown erfolgten an unserem Messestand auf der Viscom.“ Die zweite wichtige DS-Marke ist heute ease-screen. Die Zusammenarbeit mit dem österreichischen Hersteller habe mit dem Ziel begonnen, für die Brightsign-Mediaplayer ein besseres Frontend zu entwickeln sowie heterogene Netzwerke über einen Client zu bespielen und zu verwalten. Die Zusammenarbeit entwickelte sich weiter bis zu gemeinsamen Messeauftritten auf der Integrated Systems Europe.

1996, als Claus Lohse und sein Partner Erich Müller syscomtec gründeten, war DS noch kein Thema. Damals war Claus Lohse für längere Zeit in Del Mar in Kalifornien. Dort besuchte er Messen und potenzielle Lieferanten. „Hieraus entwickelten sich dann zum Teil sehr lang anhaltende Geschäftsbeziehungen.“ Den ersten Auftrag wickelte das junge Unternehmen mit der kanadischen Firma Robotel ab, für die es ein didaktisches Lehrer-/Schülersystem vertrieb – zu der Zeit noch aus einem Souterrain in Taufkirchen heraus, einem Nachbarort der heutigen Heimat **Oberhaching**

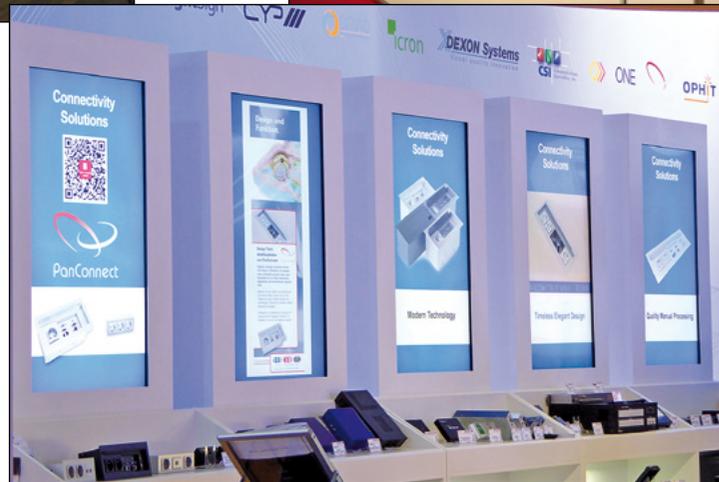


2.000 Dollar in bar

Nur wenig später übernahm syscomtec die Betreuung der Sharp-Fachhändler in Bayern. Samsung fand auf der Messe Photokina den Weg ins Portfolio, berichtet Claus Lohse: „2000 war Samsung unser Standnachbar und zeigte den digitalen Visualpresenter SVP6000. Die Bildqualität war sehr gut und der Preis sensationell.“ Syscomtec wollte ihn ins Portfolio aufnehmen, allerdings verlangten die Koreaner US-Dollar in bar für das Demogerät. „Es war eine kleine Herausforderung, die 2.000 Dollar auf der Messe zu besorgen – aber der Beginn ertragreicher Geschäfte.“

Syscomtec hat sich als Partner für Signalmanagement, vernetzte Steuerungen, Visualisierungstechnik und eben Digital Signage bei Fachhändlern und Systemhäusern über den deutschsprachigen Raum hinaus etabliert. Zum Portfolio gehören Glasfaser-, HDBaseT- und IP-basierende Übertragungssysteme, Kreuzschienen und Schalter für DVI, DisplayPort und HDMI sowie DS-Mediaplayer und -Software. Als Beschaffungsdistributor überbrückt syscomtec logistisch die Distanz zu Nordamerika und Asien.

Dem Unternehmen ist es auch wichtig, Kunden über den Verkauf hinaus zu betreuen und unterstützt sie deshalb beim Realisieren von Projekten und der Inbetriebnahme der Komponenten. Für die Produktbereiche Brightsign und easescreen



Auffälliger und größer präsentier- te sich syscomtec später auf der ISE in Amsterdam.

bieten die Oberhachinger Hilfe bei der Systemplanung und -konzeption sowie beim Programmieren. Zudem zählen Schulungen zum Angebot. 2017 sollen Service und Support ausgebaut werden. Dafür entsteht das sogenannte Profit-Center.

In Bewegung

Mit dieser Strategie wollen sich Claus Lohse und sein Team langfristig zukunftsfähig aufstellen, denn der Markt und die Kundenansprüche wandeln sich: Das Aufkommen des Internet der Dinge sieht er als eine der größten Herausforderungen. „Es wird nicht nur die Hardware und Software beeinflussen, sondern maßgeblich das Produktportfolio verändern. Services werden in Zukunft die Hauptquelle unserer Erträge sein“, ist er sicher.

Das wird bei syscomtec langfristig auch personelle Änderungen mit sich ziehen. In den nächsten Jahren will der Großhändler

die Mitarbeiterstruktur an eben diese neuen Herausforderungen anpassen. Außerdem will er sich noch kundenorientierter aufstellen. Und dann steht da noch Claus Lohses Nachfolge an. Er denke darüber nach, in drei Jahren in den Aufsichtsrat zu wechseln und die Vorstandposition abzugeben. Mit seinem Partner und Vorstandsmitglied Erich Müller und dem aktuellen Gebietsverkaufsleiter Manuel Krimmer sei syscomtec dafür gut aufgestellt.

Auch wenn sich Team, Markt und Kundenwünsche ändern. Auf eines können sich Freunde und Kunden verlassen: Auch nächstes Jahr werden sie syscomtec wieder am 200 Quadratmeter großen Partnerstand auf der ISE treffen. Den alljährlichen Messeauftritt lässt sich das Unternehmen seit 2007 nicht nehmen.

Verena Gründel-Sauer

www.syscomtec.com