

26.02.2009 | von Dr. Michaela Wurm

Die neue Maxdata hat mit der alten Gesellschaft nicht mehr viel gemeinsam, außer dem Gebäude, einem Teil der Belegschaft und Vertriebsleiter Frank Kwasnitza. Der Hersteller konzentriert sich auf Server und Desktops, die direkt an die Händler geliefert werden. Einen Distributor will Maxdata nicht dazwischenschalten, aber auch selbst keiner mehr werden.

»Es ist alles komplett neu«, betont Frank Kwasnitza, Geschäftsleiter Vertrieb, im Gespräch mit Computer Reseller News. Die Maxdata GmbH hätte mit der Vorgängergesellschaft so gut wie nichts mehr gemein. Geblieben sind der Standort und ein Teil der alten Belegschaft. Dazu gehört auch Vertriebsleiter Kwasnitza. Rund 50 Mitarbeiter arbeiten jetzt in Marl, zuletzt beschäftigte Maxdata in Deutschland rund 120 Mitarbeiter. Auch ein Teil der Produktionsstätten wird weiter genutzt, gehört jetzt allerdings der Konzernmutter Quanmax, die dort die Server für Maxdata produziert. Die Desktop-PCs werden bei Quanmax in Linz assembliert und von dort auch nach Deutschland verschickt. Maxdata bietet die PCs im BTO-Verfahren schon ab einer Losgröße von einem Stück an.

Notebooks noch kein Thema

Die neue Maxdata konzentriert sich ausschließlich auf Business-Produkte – Server und Desktop-PCs – Notebooks sind derzeit noch kein Thema. Kwasnitza will aber nicht ausschließen, dass sie vielleicht eine Option für die Zukunft sind. Möglicherweise in Form von zugekauften Produkten: »Wir scheuen uns auch nicht, fremde Produkte aufzunehmen.« So wurden aktuell Philips-Displays als Ergänzung ins Portfolio genommen, weil Maxdata Wert auf hochwertige Produkte lege. Es hätte auch Anfragen gegeben, ob Maxdata weiterhin Displays produzieren würde. Aber ohne eigene Panel-Produktion nur mit zugekauften Komponenten sei das wirtschaftlich einfach nicht sinnvoll. Devices rund um die Server, wie Schranksysteme, Kabel, Switches, Storage, wird Maxdata künftig mit vermarkten, weil die Kunden Komplettlösungen nachfragen. Kwasnitza betont aber: »Wir wollen kein Distributor werden.«

Auch weitere Produkte unter dem Label Maxdata sind laut Kwasnitza denkbar. Über die Konzernmutter Quanmax habe man jetzt Zugriff auf eigene Technologie, die Maxdata in der DACH-Region vermarkten könne. Mit der ehemaligen Schweizer Maxdata-Gesellschaft, die jetzt als Belinea firmiert, arbeitet Maxdata Deutschland weiter zusammen. In Österreich gibt es eine eigenständige Maxdata-Konzerntochter. Alle anderen Auslandsgesellschaften sind mehr oder minder abgewickelt.

Seit November wird schon neue Ware ausgeliefert, die Restposten sind abverkauft. Für die Server und Desktops sei das kein Problem gewesen, berichtet Kwasnitza. Die Lagerbestände der Belinea-Monitore und Notebooks waren an den Käufer des Belinea-Brands, die Brunen IT, übergegangen (CRN berichtete in Ausgabe 40/2008).

Maxdata vor der Währungsreform

Maxdata ist eine reine Fachhandelsmarke, die Produkte werden ausschließlich direkt an die Reseller vertrieben, betont Kwasnitza: »Distribution ist derzeit kein Thema«. Rund 2.000 aktiv kaufende Händler hat der Hersteller derzeit. Direkt nach dem Neustart im Oktober 2008 wurde mit der Registrierung begonnen. Seit Januar gibt es eine neue Homepage und Partner können sich online registrieren. Auch mit Kooperationen laufen derzeit Gespräche.

Im zweiten Quartal 2009 soll das neue Partnerprogramm gelauncht werden und auch hier will Maxdata neue Akzente setzen. So sollen die verschiedenen Partnerstufen nicht die branchenüblichen Bezeichnungen »Bronze, Silber, Gold« tragen. Auch für die Unterstützungsmaßnahmen wird – passend zum Neustart – eine neue harte Währung eingeführt, der »Data«. »Wir werden unsere eigene Währungsreform bekommen«, verspricht Kwasnitza. Die angesparten Datas können dann nicht etwa gegen banale Produkte, wie eine Mitropa-Kaffeemaschine, sondern in handfeste Serviceleistungen und Marketingunterstützung eingetauscht werden.

Eine wichtige Rolle sollen künftig Service-Partnerschaften spielen. Maxdata will beim Service so viel wie möglich über seine Partner abwickeln. Was diese nicht leisten können, etwa 7 mal 24 Stunden-Service mit vier Stunden Reaktionszeit, dafür gibt es eine Service-Partnerschaft mit IBM. »Service von 9 bis 18 Uhr ist für die meisten Partner kein Problem«, weiß Kwasnitza. Aber für die Abendstunden oder Wochenenden reiche die Manpower meist nicht aus.

Mit der Fokussierung auf Business-Produkte und unter dem Dach der neuen Konzernmutter Quanmax attestiert der Vertriebschef der neuen Maxdata bessere Überlebenschancen als ihrer Vorgängergesellschaft. Der Brand sei als Fachhandelsmarke etabliert und trotz chaotischer Zustände in der Insolvenzphase, etwa bei der Reparaturabwicklung, hätten viele Händler dem Unternehmen die Treue gehalten (CRN berichtete in Ausgabe 40/2008). Vor allem müsse sich Maxdata jetzt nicht mehr um die Auslastung der überdimensionierten Produktionsstätten sorgen. »Schiere Größe allein ist keine Überlebensgarantie. Schnelligkeit ist entscheidend.«

INFO

Maxdata AG
Elbestraße 16, 45768 Marl
Tel. 02365 952-0, Fax 02365 952-2005
www.maxdata.com