



AUTHORIZED DOCUWARE PARTNER CASE STUDY

Hees zählt zu den IT-Pionieren im deutschen Mittelstand, versteht sich als Komplettanbieter für moderne Arbeitswelten und ist seit 2005 DocuWare Partner. Mit einem strukturierten, lösungsorientierten Vertriebsprozess entwickelte sich das DMS-Geschäft vom Nischenbereich zum strategischen Wachstumstreiber. Heute gehört Hees zu den Platin-Partnern, wurde als Customer Service Champion ausgezeichnet und in den Diamond Club aufgenommen.

Hees GmbH, Siegen

„Was uns seit dem ersten Kontakt mit DocuWare überzeugt, ist der enge, konstruktive Austausch auf Augenhöhe und die konstant hochwertige Beratung. Das hat uns entscheidend dabei geholfen, DocuWare strategisch und nachhaltig in unserem Portfolio zu verankern. Gleichzeitig entwickelt sich die Lösung kontinuierlich weiter – darauf können wir uns seit vielen Jahren verlassen.“

Sebastian Leipold, Geschäftsführer

Land

Deutschland

Firmentyp

Service Provider

Partner seit

2005

Bereitstellung

On-Premises | Cloud

Partner-Status

Platinum

Mitglied im Diamond Club

Bereits in den 1980er-Jahren erkannte das Unternehmen den Wandel hin zur IT und gründete 1985 die „Hees Computer GmbH“. Zunächst standen Drucker, Kopierer und Netzwerke im Fokus, später erweiterten Server- und Softwarelösungen das Portfolio - heute positioniert sich Hees als Komplettanbieter für moderne Arbeitswelten.

Spätestens zur Jahrtausendwende wurde deutlich, dass technologische Innovationen Arbeitswelten grundlegend verändern würden. Digitale Prozesse und der Umgang mit elektronischen Belegen gewannen zunehmend an Bedeutung. Neben dem konsequenten Ausbau zum Komplettanbieter für moderne Arbeitswelten identifizierte die Geschäftsführung auch digitale Archivierung und Dokumentenmanagement als strategische Zukunftsfelder. 2005 unterzeichnete Hees den Partnervertrag mit DocuWare, platzierte die Lösung jedoch zunächst als eines von mehreren Produkten im Portfolio. Zwar entwickelte sich das DMS-Geschäft solide, die Wachstumsraten blieben jedoch moderat - auch weil Dokumentenmanagement im Vergleich zu klassischen Infrastrukturthemen wie Firewalls oder Servern deutlich mehr Beratungsaufwand im Vertrieb erforderte.

„Mit jedem neuen DocuWare Projekt sind wir professioneller geworden. Gleichzeitig haben sich die Rahmenbedingungen geändert: Mussten wir früher intensive Überzeugungsarbeit leisten, kommt der Impuls für die digitale Dokumentenablage heute direkt vom Markt.“

Die Geschäftsführung hatte sich mehr erhofft und strebte Veränderungen an, um die wachsende Dynamik der Digitalisierung besser zu nutzen. Parallel veränderte sich das Drucker- und Kopiergeschäft: Vernetzte Multifunktionsgeräte ermöglichten nun das Scannen von Dokumenten - und eröffneten



Sebastian Leipold, Geschäftsführer

so eine neue vertriebliche Schnittstelle. DocuWare erkannte das Potenzial und empfahl seinen Partnern, Dokumentenmanagement als passendes Ablagesystem direkt mit anzubieten. Auch Hees war von diesem Ansatz überzeugt. Neben der inhaltlichen Nähe zum Scannen bot vor allem die große Bestandskundenbasis bei Multifunktionssystemen bessere Marktchancen. 2010 verlagerte die Geschäftsleitung daher den DocuWare Vertrieb organisatorisch in den Bereich Bürotechnik.

„In all den Jahren haben wir durchaus auch über den Tellerrand geschaut und alternative Lösungen geprüft. Am Ende sind wir jedoch immer wieder zu DocuWare zurückgekehrt - weil die Lösung in Leistungsfähigkeit und Flexibilität schlicht einzigartig ist.“

Um mehr potenzielle DMS-Kunden anzusprechen, passte Hees auch seine interne Vertriebsstruktur an. Auf Empfehlung des DocuWare Partnermanagers übernahm das Unternehmen den strukturierten, lösungsorientierten Vertriebsprozess - und setzt ihn seither konsequent um. Im Zentrum steht das enge Zusammenspiel von Vertriebsteam, Lösungsspezialist und Implementierungsberater. Das Vertriebsteam erhält eine kompakte DMS-Ausbildung und qualifiziert Interessenten vor. Kommt es zum Termin, übernimmt der Lösungsspezialist: Im „Spotlight“-Gespräch analysiert er bestehende Prozesse, identifiziert Optimierungspotenziale und entwickelt ein passgenaues Lösungs-

konzept auf Basis von DocuWare. In der anschließenden Individualpräsentation stehen neben einer Live-Demo vor allem Mehrwert und ROI im Fokus. Bei konkretem Interesse führt der Implementierungsberater einen Workshop zur Angebotserstellung durch und definiert einen strukturierten Projekt- und Implementierungsplan. Flankiert wird dieser Prozess durch konsequente Steuerung auf Management-Ebene: DocuWare-Erfolgsplaner, Planzahlen und systematisches Tracking sind seit 2008 fester Bestandteil des Vertriebs.

„Viele Projekte starten in der Finanzbuchhaltung. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach elektronischen Personalakten oder Vertragsarchiven mit digitaler Signatur. Würden wir nicht regelmäßig bei unseren Bestandskunden nach Optimierungsmöglichkeiten suchen, hätten wir einige dieser Projekte sicher verpasst.“

Die Umstellung trug schnell Früchte. Rückblickend betont Geschäftsführer Sebastian Leipold, man habe damals „die richtigen Werkzeuge an die Hand bekommen – denn im DMS-Vertrieb ist Beratung deutlich wichtiger als bei vielen anderen Lösungen“. In der Folge stieg die Zahl erfolgreicher Projekte deutlich. DocuWare war nun nicht länger ein weiteres Produkt im Portfolio, sondern entwickelte sich

zum strategischen Wachstumstreiber. Seit 2011 unterstreicht eine eigene Vertriebsleitung diese Bedeutung. Es folgten der „Platin Partner“-Status, der Titel „Customer Service Champion“ sowie die Aufnahme in den DocuWare Diamond Club. Auf Basis dieses nachhaltigen Erfolgs entschied sich die Geschäftsführung 2022, DocuWare als eigenständige Business Unit zu etablieren – organisatorisch unabhängig von der Bürotechnik. Heute umfasst die Einheit vier Vertriebsmitarbeitende, einen Lösungsspezialisten sowie fünf Implementierungsberater.

Fragt man Sebastian Leipold nach den zentralen Erfolgsfaktoren, nennt er an erster Stelle das konsequente Bestandskundengeschäft. Nach einer erfolgreichen Implementierung kehrt das Team regelmäßig zum Kunden zurück, identifiziert weitere Optimierungspotenziale und erschließt zusätzliche Anwendungen für die DMS-Lösung. Auch Social Media hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Viele neue Kontakte entstehen über LinkedIn & Co. und werden gezielt zu regelmäßigen Webinaren eingeladen. Ein dritter Erfolgsfaktor ist die hohe Integrationskompetenz von Hees. In nahezu jedem Projekt gilt es, Drittsysteme – etwa ERP-Lösungen – anzubinden. Dafür hat das Unternehmen umfassendes Know-how aufgebaut und bietet über eine eigene Softwareentwicklungsabteilung individuelle Schnittstellen und Integrationslösungen an.

Mehr erfahren: go.docuware.com/partnerschaft

DocuWare GmbH

Planegger Str. 1 | 82110 Germering | Deutschland
+49 89 894433-0 | infoline@docuware.com