

Interview mit Oliver Kaltner, Country Manager Entertainment & Devices Microsoft Deutschland

„Den Handel mit voller Kraft unterstützen“

Mit spektakulären Software-Produkten und neuer Hardware hat Microsoft in den vergangenen Monaten immer wieder auf sich aufmerksam gemacht. PoS-MAIL fragte Oliver Kaltner, Country Manager Entertainment & Devices Microsoft Deutschland, nach den Aktivitäten im Jahr 2010, nach Perspektiven für 2011 und nach der Zusammenarbeit mit dem Handel.

PoS-MAIL: Herr Kaltner, Sie sind bei Microsoft Deutschland verantwortlich für alle Produkte, die Microsoft über den Einzelhandel absetzt. Welches sind in diesem Kanal die derzeit wichtigsten Microsoft Produkte?

Oliver Kaltner: Wir haben in den vergangenen 14 Monaten ein extrem starkes Produkt-Line-up in den Markt gebracht – noch nie zuvor war Microsoft in allen für uns relevanten Produktbereichen so gut aufgestellt: Angefangen

Innovationsführer mit dem klaren Ziel, in absehbarer Zeit die Nummer eins am deutschen Markt zu werden – wie beim digitalen Entertainment mit Kinect für Xbox 360. Und in einigen Bereichen wollen wir unsere unumstrittene Marktführerschaft weiter ausbauen – etwa bei der Windows Plattform und den beiden Office Suiten.

PoS-MAIL: Mit diesem breitgefächerten Portfolio agieren Sie auf vielen verschiedenen Retail-Schauplätzen. Verfolgen Sie dabei eine übergreifende Strategie oder werden die einzelnen Produktkategorien individuell angegangen?

Oliver Kaltner: Das ist ein absolut wichtiger Aspekt: Dank der konsequenten Erweiterung unseres Portfolios sprechen wir breitere Zielgruppen an und bewegen uns daher in unterschiedlichen Handelsbereichen und -kanälen. Und selbstverständlich haben wir unsere Channel-Marketingmaßnahmen daraufhin gezielt ausgerichtet. Konkret heißt das: Ja, es gibt eine übergreifende Strategie. Nämlich sowohl den Handel mit voller Kraft zu unterstützen als auch gleichzeitig die Konsumenten möglichst früh anzusprechen und in unsere Retail-Maßnahmen einzubinden. So lautete etwa unser Motto bei der Kinect Einführung „Playing is believing!“. Kinect muss man erleben, um zu begreifen, wie revolutionär das System ist. Daher haben wir ausreichend Promotoren bereitgestellt, die den Kunden das Produkt direkt am PoS näherbringen. Zudem waren wir mit einem Kinect Truck auf Deutschlandtournee, um noch vor Verkaufsstart an möglichst vielen Standorten ein persönliches Kinect Erlebnis für die Konsumenten zu ermöglichen.

PoS-MAIL: Wie sieht überhaupt die

Zusammenarbeit mit dem Handel aus? Gibt es spezielle PoS-Unterstützung, Händlerprogramme etc.?

Oliver Kaltner: Wir bieten entsprechende PoS-Materialien an, die jeder Retailer über unser Portal www.sales-wissen.de anfordern kann. Darüber hinaus ist die aktive Unterstützung unserer Partner im Channel für uns Fokusthema. Wir sind der Meinung, dass kompetentes Verkaufspersonal die beste Voraussetzung für einen Markterfolg ist – in allen Produktkategorien. Denn um den Kunden im Einzelhandel entsprechend beraten zu können, benötigen Händler das richtige Informationsmaterial und Schulungen zur optimalen Ansprache und Vermittlung von Produktbotschaften. Was nützen tolle Produkte, die die technische Entwicklung permanent vorantreiben und den Usern immer neue Möglichkeiten bieten, wenn vom Hersteller nicht die entsprechenden Hintergrundinformationen für die Beratung bereitgestellt werden?

„Wir wollen in allen Bereichen der jeweils führende Anbieter sein“

Schon zur Markteinführung von Windows 7 hatten wir daher das Motto „Fachwissen statt Fläche“ ausgerufen. Um genau dieses Fachwissen zu fördern, bieten wir Händlern ein umfangreiches Portfolio an Materialien, das ganz auf die Informationsversorgung und Beratung ausgerichtet ist. Das Feedback von Seiten des Handels auf unsere Aktionen rund um den Launch von Windows 7 und Office 2010 war extrem positiv. Das hat uns darin bestärkt, unsere Partner auch weiterhin mit umfangreichen Schulungsprogrammen zu unterstützen. Bei Windows Phone 7 etwa bieten wir für Mobile Operators, Elektronik-Fachmärkte und selbständige Mobilfunkhändler ein umfassendes Channel-Marketingprogramm



Oliver Kaltner: „Mit Kinect für Xbox 360 haben wir ein innovatives und einzigartiges Produkterlebnis auf den Markt gebracht, das die Art, wie wir mit Entertainment interagieren, schlichtweg revolutioniert.“

an. So unterstützen wir unsere Partner in umfassendem Maße mit Produkttrainings vor Ort, Online-Fortbildungen sowie umfangreichem PoS-Material für eine bestmögliche Visualisierung.

PoS-MAIL: Welche Produkte, Maßnahmen und Aktionen waren in den vergangenen Monaten besonders erfolgreich?

Oliver Kaltner: Mit Kinect für Xbox 360 haben wir am 10. November ein innovatives und einzigartiges Produkterlebnis auf den Markt gebracht, das die Art,

diesen besonderen Verkaufsargumenten: Alle Endkunden, die ein PC-Zubehör-Produkt von Microsoft kaufen, bekommen 19 Prozent des Rechnungsbetrags im Zeitraum von 1. November 2010 bis 31. Januar 2011 zurückerstattet. Das gilt für alle Hardware-Produkte mit einem Kaufpreis von über 30 Euro.

PoS-MAIL: Was hat der Handel in den kommenden Monaten an Produkten und Maßnahmen zu erwarten?

Oliver Kaltner: 2011 wird es für uns sehr wichtig sein, den Drive, den wir aktuell im Markt haben, aufrechtzuerhalten und unsere Position in den einzelnen Segmenten zu stärken bzw. auszubauen. Wir kommen bei den 2010 gelaunchten Produkten nun in die Sustaining-Phase, in der es gilt, dafür zu sorgen, gut gestartete Produkte zu echten Longsellern zu machen. Ein Vorhaben, das nur in enger Zusammenarbeit mit unseren Retail-Partnern möglich ist und für das wir entsprechende Aktionen bereits angeschoben haben. Im Bereich PC Peripherie werden wir 2011 mit regelmäßigen Produktneuheiten auf den Markt kommen und die jeweiligen Einführungen entsprechend durch begleitende Maßnahmen unterstützen. Zudem konzentrieren wir uns darauf, unser Schulungsangebot auf Sales-Wissen fortlaufend zu optimieren, um unsere Partner im Handel auch in Zukunft bestmöglich zu stärken.

PoS-MAIL: Herr Kaltner, vielen Dank für das Gespräch.



Oliver Kaltner

beim Windows 7-Start im Herbst 2009, über den Launch von Office 2010 in diesem Sommer, gefolgt von Office 2011 für Mac im Herbst sowie der Einführung von Windows Phone 7 im Oktober und natürlich Kinect für Xbox 360 im November. Darüber hinaus bringen wir fortlaufend hochwertige und innovative Hardware-Zubehörprodukte in den Handel wie etwa die ultraflache Arc Touch Maus. Die Vision von Microsoft ist hierbei, in allen Bereichen nicht nur einer von vielen Playern am Markt zu sein, sondern der jeweils führende Anbieter. In manchen Bereichen ist dies noch eine Herausforderung, der wir uns mit Freude stellen – etwa im Bereich der mobilen Betriebssysteme. In anderen sind wir bereits heute