



► weiter. «Der Marktbedarf war für mich immer der wichtigste Gradmesser», erläutert Thomas Boll. «Zu diesem Zweck war ich stets sehr eng am Markt und beobachtete und analysierte die Trends, die in schneller Folge auf uns zukamen. Natürlich lag ich damit nicht immer richtig. In der Summe haben wir aber gute und richtige Entscheidungen für unser Unternehmen getroffen. Unsere heutige Marktstellung in der Schweiz

als eine der ersten Disti-Adressen im Security-Umfeld beweist dies.»

«Das Gras wachsen hören» reicht aber bei Weitem nicht. BOLL Engineering legte in seiner fast dreissigjährigen Geschichte vor allem eine überdurchschnittlich hohe Veränderungsbereitschaft an den Tag. So wurden die Trends nicht nur wahrgenommen, sondern auch konsequent im ganzen Unterneh-

men umgesetzt. «Ich bin nicht der Typ, der sich an bestehende Dinge klammert und diese nicht mehr loslassen kann. Wenn ich sah, hörte und spürte, wohin sich meine Firma entwickeln wollte, dann liess ich es auch geschehen. Dabei halfen mir sicher meine Hartnäckigkeit und mein Durchhaltewillen, sicher aber auch das grundlegende Verständnis unserer Reseller-Kunden. Denn diese Erfahrung hatte unsere Firma in ihren Anfangsjahren ja selbst eingehend machen können. Wir wussten immer sehr genau, was Reseller brauchen und sich wünschen.»

SPEZIALISIERUNG ALS LOGISCHE KONSEQUENZ MIT FOLGEN

Das feine Gespür für den IT-Markt und seine Bedürfnisse brachte Thomas Boll schon vor der Jahrtausendwende zur Erkenntnis, dass – wollte BOLL im Disti-Geschäft erfolgreich werden – eine Spezialisierung notwendig war. War der IT-Markt bis dahin noch wenig beachtet gewesen, so zeichneten sich langsam, aber sicher Sättigungstendenzen ab. Die Spezialisierung auf ein überschaubares Security-Portfolio, dies dafür in aller ►





► Tiefe, war für Thomas Boll daher die logische Konsequenz.

So sah er das Heil für seine Firma in einem klaren Value-Added-Konzept und nicht als Broadliner. «Als sich unser Weg in Richtung Security-Disti – und damit weg von der Softwareentwicklung – abzeichnete, war für mich auch klar, dass wir wachsen müssen. Einerseits, um den Konzentrationsprozess in der Branche zu bewältigen, andererseits, um uns überhaupt zu einem seriösen Value-Added-Distributor entwickeln zu können. Das ging mit den damals zehn Mitarbeitenden nicht.» Somit war Wachstum angesagt. Und zwar als Folge einer gewünschten Entwicklung und nicht zum Selbstzweck. «Ich dachte schon immer sehr langfristig und fragte mich, was macht meine Firma auf lange Sicht erfolgreich? Wenn ich dazu meine Antworten gefunden hatte, dann machten wir uns im ganzen Unternehmen konsequent auf den Weg, egal wie einschneidend es war und wie lange es

dauern würde», beschreibt Thomas Boll die Konsequenzen des grundlegenden Strategiewechsels seiner Firma in den 90er Jahren.

KERNKOMPETENZ «BUSINESS ENABLER» BESTEHT AUS DIVERSEN FACETTEN

Im Ergebnis tritt BOLL heute als «Business Enabler» für seine Kunden auf. Der Kompass dazu lässt sich am besten mit dem Firmenmotto beschreiben: «Sind unsere Kunden erfolgreich, sind wir es auch.» Nicht dass andere Unternehmen dies nicht auch von sich behaupten würden, aber bei BOLL ist diese Überzeugung Programm; bestimmt jede Entscheidung im Unternehmen wird intensiv gelebt. Und sie wird von den Resellern täglich hautnah wahrgenommen. «Für mich ist BOLL der Inbegriff von Value Added», bestätigt ein grösserer Reseller und Kunde von BOLL. «Würde ich meine Techniker anweisen, BOLL als Lieferanten nicht mehr zu berücksichtigen, hätte ich bei uns eine Palastrevolution erster Güte.»

BOLL versteht unter «Business Enablement» und «Kundenmehrwert» extrem viel. Neben dem kostenlosen, aber technisch hochklassigen Support sind es diverse Massnahmen, die die Kunden bei der Entwicklung und dem Geschäftswachstum tatkräftig unterstützen. So hilft BOLL seinen Kunden neben den klassischen Distri-Aufgaben mit gezieltem Business Development und Markterschliessung, mit verschiedenen Sales- und Marketing-Services und einem breiten Ausbildungsprogramm. Immer mit dem erklärten Ziel, die Wiederverkäufer selbst erfolgreich(er) zu machen. «In den gut zwanzig Jahren unserer Distri-Aktivitäten sind wir mit vielen unserer Kunden mitgewachsen», sagt Thomas Boll. Und sein Reseller-Kunde bestätigt: «Wir bekommen immer wieder ausgezeichnete Leads, die wir zum überwiegenden Teil in gute Projekte umwandeln können.» Damit hat sich BOLL in seinem Distributionsmarkt für hochwertige IT-Security-Produkte zu einem Geschäftsentwickler für seine Channel-Kunden gemauert.

«WIR WÜRDEN NIE TELEFONROBOTER EINSETZEN»

Flankierend zur Kernkompetenz «Business Enablement» herrscht auch bei BOLL eine überdurchschnittlich mitarbeiterfördernde Kultur. «Wir sind extrem vorsichtig, wenn wir neue Leute anstellen. Sie müssen zu unserer Kultur passen. Als Konsequenz kam es schon vor, dass wir eine Stelle auch mal ein ganzes Jahr unbesetzt liessen, da der geeignete Kandidat nicht in Sicht war. Mitarbeitende, die dann aber in unser Unternehmen eingebettet sind, können sich selbst in weiten Grenzen weiterentwickeln. Bei unseren Technikern hatten wir bis heute keinen einzigen Wechsel zu verzeichnen. Offensichtlich finden die guten Leute in unserem Unternehmen, was sie motiviert und hält», erklärt Thomas Boll nicht ohne Stolz. Diese Einstellung färbt auch auf die Beziehung zu den Kunden ab. «Wir würden nie Telefonroboter einsetzen, so wie es viele unserer Mitbewerber tun», erklärt Thomas Boll weiter. «Für unseren Erfolg mitbedeutend ist es, dass wir den intern gepflegten Respekt auch im Aussenverhältnis pflegen.» Allesamt Aussagen, die der vorgängig bereits zitierte Reseller- ►



Thomas Boll, Gründer und CEO von BOLL Engineering





► Kunde auch aus seiner Aussenwahrnehmung uneingeschränkt bestätigt.

«WIR SCHAFFEN MASSIVE ÜBERKAPAZITÄTEN IN DER CLOUD»

Auf die Frage, wo BOLLs Zukunft liegt, meint Thomas Boll schmunzelnd: «Wir wollen auch weiterhin mit aller Kraft Mehrwert schaffen und das Leben für unsere Kunden noch einfacher machen. Aber abgesehen davon ist mein erklärtes Ziel, uns mit unserer Firma klar sichtbar als Nummer 1 im IT-Security-Markt Schweiz abzusetzen. Bedenken habe ich nur, ob wir mit zunehmender Grösse zu einem «Normalbetrieb» werden könnten. Das will ich auf jeden Fall verhindern und damit unser «Wohlfühlklima» auch in die Zukunft retten.»

«Was den Markt anbelangt, so sehe ich uns punkto Cloud in eine massive Überkapazität hineinfliegen, was teilweise in eine Rückwärtsbewegung wieder weg von der Cloud münden könnte. Da würden sich dann für uns interessante Nischen eröffnen. Ansonsten bin ich mir fast sicher, dass unser Geschäftsmodell auch in anderen geografischen Märkten Aussicht auf Erfolg hätte. Langweilig wird uns auf alle Fälle nicht werden», schliesst Thomas Boll seine Ausführungen. [Urs Prantl](#)



KURZPROFIL BOLL ENGINEERING

Die 1988 gegründete BOLL Engineering AG zählt zu den führenden Adressen im schweizerischen Channel-Business. Der Value-Added-Distributor für IT-Security-Produkte vertreibt Lösungen in verschiedenen Bereichen der IT-Security. Dabei bietet BOLL seinen Channel-Partnern umfassende Dienstleistungen an, die über den üblichen Distributionssupport hinausgehen. Geradezu wegweisend ist der ausschliesslich durch qualifizierte Ingenieure erbrachte, für die Channel-Partner kostenlose Tech-Support. Das kontinuierlich wachsende Unternehmen BOLL befindet sich in Privatbesitz und beschäftigt am Hauptsitz in Wettingen und in der Niederlassung Lausanne rund 40 Personen. Es betreut und beliefert rund 700 Reseller-Kunden in der Schweiz.



DIE SERIE: PRANTLS 5A

In der Serie Prantls 5A – «Angenehm anders als alle anderen» analysiert KMU-Berater Urs Prantl erfolgreiche IT-Unternehmen auf ihre Einzigartigkeit und porträtiert die Entstehungsgeschichte und den Kern ihrer dafür verantwortlichen Kernkompetenzen. (Redaktion inside-channels.ch)

