



Großer Bahnhof in Bonn: Die Telekom Partner Experience 2023

aufgeladen wurden. Verbunden mit dem Ziel des Veranstalters, die Zusammenarbeit und Erfolge zu würdigen und zu feiern.

DER MENSCHLICHE FAKTOR

Im Plenarsaal unter dem Bundesadler hielt Schmitz-Axe eine flammende Rede über die Bedeutung des Kontakts der Partner zum Kunden. „Kompetent und aufrichtig herzlich“ können die Händler leisten, was das Internet nicht kann: Kunden wirklich begeistern. „Der Mensch in dem Geschäft macht den Unterschied. Wir erreichen eine viel höhere Weiterempfehlungsrate in den Geschäften, als online“, so Schmitz-Axe. „Der Kern unseres Geschäftsmodells ist, dass die Menschen jemanden suchen, dem sie vertrauen. Der Vertrauensverlust in Deutschland in Staat, Politik und Institutionen ist groß. Wer, wenn nicht Ihr im Handel hat die Stärke, das Vertrauen der Menschen in Eurer Region aufzubauen!“ Auf Kommunikationsseite gelte es deshalb noch stärker die Kompetenz und Haltung als Unternehmen auch vor Ort herauszustellen. „Die Telekom ist als starke Marke wichtig. Aber mindestens genau so wichtig seid Ihr in den Geschäften, weil die Kunden Euch vertrauen.“

KNOW-HOW AUS ERSTER HAND

Aus den 37 angebotenen Workshops konnten sich die Teilnehmer ihr Nachmittagsprogramm persönlich und je nach Interesse selbst gestalten. Von Frequenz bis Qualifikation, von Produktivität bis zu den Telekom-Produkten reichte das Spektrum

Bonn direkt

Input gab es auf der Telekom Partner Experience 2023 satt. Unter dem Motto „Du hast die Wahl.“ lieferte der TK-Riese den Handelspartnern Fachwissen, Motivation – und eine gute Portion Spaß.

Voll in seinem Element: Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner, motiviert die Partner

Rund 900 Gäste kamen Ende Juni zur diesjährigen Kundenveranstaltung im ehemaligen Bundestag in Bonn. Erstmals waren auch rund 100 Verkäufer mit dabei, die neben den Unternehmern aus dem Handel eingeladen wurden. Für die Gäste hatte das Telekom Partner Team unter Leitung von

Georg Schmitz-Axe ordentlich aufgefahren. Vorträge, Workshops, Diskussionsrunden und Themenstände informierten über die relevanten Schwerpunkte in Strategie und Tagesgeschäft. Im Mittelpunkt der Telekom Partner Experience: Die Partner, sprich Händler selbst, die mit Energie und Inhalten



FOTOS: HITEC





Magenta steht ihm gut: Der Bundesadler im ehemaligen Plenarsaal des Bundestages

der in Kleinrunden durchgeführten Slots. Von Unternehmensseite standen die Neugestaltung der Vermarktungskonditionen, ganzheitliches Kundenmanagement, Frequenzsteigerung in den Geschäften, Kompetenzsteigerung vor Ort oder Mitarbeiterentwicklung auf dem Programm. Die Telekomprodukte MagentaMobil, Magenta TV und natürlich Glasfaser kamen nicht zu kurz. Aber auch „externe“ Verstärkung kam zur Telekom Partner Experience: Im Plenum motivierten Ferri Abolhassan, Sales & Service-Chef Telekom Deutschland, die Partner ebenso, wie der Telekom Deutschland-Chef Srinji Gopalan per Videobotschaft. Dr. Kai Hudetz vom IFH Köln präsentierte 5 Thesen zum Einzelhandel der Zukunft. Als Partner und „Sponsoren“ präsentierten Netflix und Samsung ihre Ansätze in der Partnerschaft mit der Telekom und wie der Handel davon profitieren kann.



LORBEEREN FÜR DIE SIEGER

Von Januar bis Mai 2023 ist das Partnergeschäft der Telekom in allen Kennzahlen gewachsen. Partnerkarten bei MagentaMobil, Neukunden im Festnetz, Glasfaser-Anschlüsse, Geschäftskundenumsätze, Kundenfrequenz in den Geschäften – alle Indikatoren zeigen nach oben. Was die Partner besonders freuen wird: Auch die ausgezahlten Provisionen an den Handel sind um 16 Prozent gestiegen. Grund genug für die Telekom, die eigenen Kunden auch in diesem Jahr auszuzeichnen. Die Sales Awards gewannen Uwe Stohl (Region West), Armin Kastner (Südwest), Sara Moosdorf (Südost) und Benjamin Stotz (Nordost). Für das beste Glasfasergeschäft wurde Jost Heinen ausgezeichnet, für das beste Talent Development Lars Jörgens. Und mit dem Collaboration Award für das Geschäftskundensegment wurden Angelika Rößler, expert Pfaffenhofen, und Lars Oehlschläger, Also Deutschland, ausgezeichnet. Dass gerade eine Händlerin aus dem Konsumersegment im Geschäftskundenbereich ausgezeichnet wurde, lässt aufhorchen. Das Onboarding-Konzept für Shops, das mit Distributoren und Partnern gemeinsam erarbeitet wurde, trägt Früchte. „Es sind modulare Schulungen online verfügbar und ein vereinfachter Buchungsprozess wurde eingeführt“, so Schmitz-Axe.

ERFOLGE FEIERN, WIE SIE FALLEN

Von Autoscooter und Torwandschießen über den Eis-Wagen bis zur Gartenparty: Für Spiel- und Gaumenfreuden war in der ehemaligen Hauptstadt gesorgt. In den

Volles Haus mit 900 Gästen: Erstmals waren auch 100 Verkäufer mit dabei



Mit dem Collaboration Award ausgezeichnet: Angelika Rößler (zweite von rechts), expert Pfaffenhofen, und Lars Oehlschläger (zweiter von links), Also Deutschland



Pausen und zwischen den Vorträgen sollte keine Langeweile aufkommen. „Es gehört auch dazu, sich selbst und miteinander zu feiern, weil sich die Branche hier bei uns trifft“, so Schmitz-Axe. Mitmachen und Beteiligung, Dialog und Interaktion waren auch bei der Abendveranstaltung angesagt. Das Telekom Partner Team immer deutlich erkennbar mittenmang mit dabei – der Umgang mit Mitarbeitern und Partnern ist dem Manager Schmitz-Axe generell wichtig. Eine zentrale Frage für die Zukunft sei auch, wie man als Unternehmen in der Branche für Mitarbeiter attraktiv bleibe. Denn, so Schmitz-Axe: „Kundenbindung braucht die Menschen, die es tun. Und wir alle brauchen echte Anerkennung und das menschliche Miteinander.“

Spaß muss sein: Der Autoscooter in Magenta brachte auch die Pausen in Schwung