



Drucken ist gut, Kontrolle ist besser

Hersteller und Anbieter werden nicht müde, es zu wiederholen: Gut verstandenes Druckmanagement spart bares Geld und verbessert den Informationsfluss in Unternehmen. Diese dürfen sich dabei jedoch nicht nur auf fremde Hilfe verlassen, sondern müssen eine eigene Strategie entwickeln.

Seit Jahren bietet sich das gleiche Bild quer durch die Wirtschaft: Auf einen effizienten Einsatz von Netzwerken, Clients oder Servern wird stets viel Wert gelegt. Daher zeichnet in der Regel die IT-Abteilung dafür verantwortlich. Ganz andere Verhältnisse machen sich bei der Druckerinfrastruktur bemerkbar: Dort findet in den meisten Unternehmen kein gezieltes Management statt.

Die Gründe für die stiefmütterliche Behandlung: Sowohl Kopierer als auch Arbeitsplatzdrucker wurden lange Zeit über die Einkaufsabteilung beschafft. Das einzige Kaufkriterium war dabei der Preis. Besondere Anforderungen des Unternehmens wurden nicht berücksichtigt. So entstand mit der Zeit in den meisten Firmen eine wildwüchsige und nur mit viel Aufwand zu administrierende Druckerlandschaft. Die Bestellung der Verbrauchsmaterialien erfolgte genauso planlos.

Inzwischen scheint sich an diesem Zustand etwas zu ändern. Dem Bereich Drucker kommt allmählich eine größere Bedeutung zu. Im Zuge des Sparzwangs, der quer durch alle Branchen Einzug hält, rücken vor allem Druckkosten in den Vordergrund. Ferner spielen die gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen der vergangenen Jahre eine Rolle: Unternehmen und Organisationen werden sich stets bewusster, dass ihre Geschäftsprozesse informationsgebunden sind und dass sie ohne Dokumente nicht existieren können. Zwar werden mittlerweile immer mehr dieser Dokumente digital geboren. Die meisten Mitarbeiter jedoch drucken sie gerne aus, weil sie das Papier einfach als ergonomischer empfinden. So verursacht das Drucken nicht nur Papierkosten, sondern auch einen großen finanziellen Aufwand in Form unwirtschaftlichen Handelns. Und gerade das macht die Notwendigkeit deutlich, den Outputbereich zu organisieren und ihn effektiv zu gestalten.

Abgesehen von dem Informationszuwachs und dem rasanten technologischen Fortschritt stehen Unternehmen darüber hinaus den Herausforderungen von zunehmenden staatlichen Reglementierungen gegenüber, die immer neue Prozesse und Workflows nach sich ziehen. Daraus ergibt sich eine verwirrende Komplexität, wo aber eine Vereinfachung der Arbeitsabläufe eher angesagt wäre.

WILLKOMMENE ENTLASTUNG

Somit wird es zunehmend schwierig für ein Unternehmen, sich auf seine Kernkompetenz, also auf die Umsatz generierenden Leistungen, zu konzentrieren. Eine willkommene Entlastung und eine erhebliche Reduzierung der Prozesskomplexität bietet das Auslagern des Managements der Geräteflotte. Dienstleister wie etwa Xerox Global Services (XGS) übernehmen die Dokumentenprozesse eines Unternehmens komplett oder teilweise. „Mit mehr

als zehn Jahren Erfahrung im Bereich Document Outsourcing helfen wir Kunden, Kosten zu senken und ihre Produktivität zu steigern“, schildert Peter Pichier, Head of Corporate Marketing bei der Xerox GmbH in Neuss.

Ob durchdachte Konzepte wie das Xerox-Modell oder aber auch weniger seriöse Angebote, alle versprechen das Gleiche. Sie versprechen dem Kunden, sich ausschließlich an seinen realen Bedürfnissen zu orientieren und ihm eine „maßgeschneiderte Lösung“ zu liefern. So verkaufen die Hersteller ihre Produkte mit begleitendem Service – von Finanzdienstleistungen über Wartung und Schulung für Kunden und ihre Mitarbeiter bis hin zu kompletten Geschäftsmodellen. Doch zu oft muss dieser mit solchen Pauschalangeboten am Ende viel mehr kaufen als das, was er faktisch benötigt. Nicht wirklich erstaunlich, da der eigentliche Zweck der Sache darin besteht, schlicht und einfach Geld zu verdienen und davon so viel wie möglich.



PETER PICHIER, Head of Corporate Marketing bei Xerox GmbH

PRÜFEN UND VERGLEICHEN

Aus diesem Grund ist größte Vorsicht geboten. Unternehmen sollten strengstens darauf achten, sich auf keinen Fall blenden zu lassen, sondern die zahlreichen Angebote am Markt gründlich prüfen und vergleichen, bevor sie sich endgültig entscheiden. Sicherlich ist es alles anderes als einfach, wo sich alle Konzepte wie ein Ei dem anderen gleichen.

Denn eins ist sicher: Unternehmen sollten sich nicht ausschließlich auf die Komplettlösungen von Systemhäusern und Herstellern verlassen, sondern selbst aktiv werden. In eigener Regie durchgeführte Untersuchungen zur Druckernutzung erlauben es, die für sie am besten geeignete Druckinfrastruktur zu etablieren. Nur wer seine Unternehmensziele kennt und im Vorfeld eine eigene Strategie ausgearbeitet hat, kann mit den Anbietern auf Augenhöhe sprechen und das Beste herausholen.

Graziella Mimic ■

Aufruf zum Handeln!

Viele Hersteller haben die Marktentwicklung in den letzten Jahren falsch eingeschätzt. Tatsächlich ist bereits 2010 jedes zweite verkaufte Multifunktionssystem ein Farbsystem. Kann wirklich Ihr Partner sein, wer Ihnen hier nicht die besten Produkte liefern kann? Entscheiden Sie selbst.