



HOME

NEWSARCHIV

HEFTARCHIV

2004

MEDIADATEN

MITARBEITER

IMPRESSUM

ABONNEMENT

XML

**INFOSOFT**  
Herstellernerneutrale Softwareberatung AG

Neutrale  
Software-Marktübersichten  
ZU...

## Druckkosten drücken

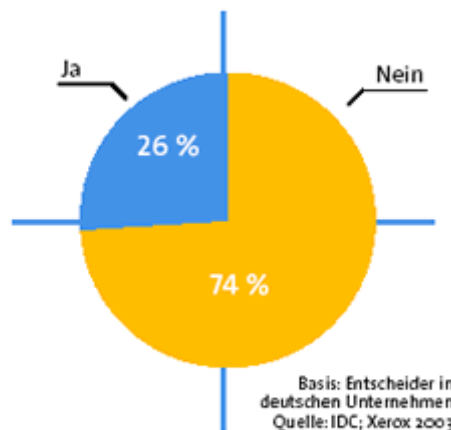
Von: Henriette Struss

06.05.2004

**Im Schnitt fressen die Kosten für den Druck ein bis drei Prozent der Umsätze deutscher Unternehmen auf. Durch gezieltes Ausgabemanagement ließen sich 10 bis 30 Prozent der Druckkosten sparen.**

Fast zwei Drittel der Unternehmen in Europa untersuchen die Kosten für ihre Dokumente nicht, so die Ergebnisse einer Umfrage des Analystenhauses IDC im Auftrag von Xerox. In Deutschland ist das Problem noch gravierender: Knapp drei Viertel der Unternehmen sehen keine Möglichkeit, ihre Aufwendungen für Dokumente zu ermitteln (siehe Grafik links). Mehr noch: 90 Prozent der befragten Manager in Europa sind nicht in der Lage, die Kosten für ihr Dokumentenmanagement abzuschätzen. In Deutschland trauen sich eine Schätzung gerade mal 85 Prozent der Manager zu (siehe Grafik rechts). Matthias Gukelberger, Channel Development Manager Imaging und Printing Services Europe bei Hewlett-Packard (HP), zeichnet ein noch düsteres Bild und erläutert: "Wir sind der Ansicht, dass über 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland die Gesamtaufwendungen für ihr Dokumentenmanagement nicht kennen". Ralf Kleinsteuber, Senior Programm Manager Printing Systems EMEA bei IBM geht davon aus, dass genauso wenig Business-Anwender über Werkzeuge zur Kostenkontrolle beim Office-Druck verfügen. "Eine Ausnahme sind Hochgeschwindigkeits-Druckstraßen, da dort in der Regel ein aktives Kostenmanagement betrieben wird", berichtet Kleinsteuber.

### ERFASSUNG DER DOKUMENTENKOSTEN



Denken Sie, dass Ihr Unternehmen alle Kosten für die hausinterne Dokumentenproduktion erfasst?

### Undurchsichtiger Office-Druck

Eine Druckerstraße ist leichter zu kontrollieren und übersichtlicher strukturiert als Drucker im Büroalltag. Wer was und wie viel an welcher Stelle ausgibt, bleibt hier im Allgemeinen verborgen. Doch nicht nur das. Bedingt durch neue Technologien wie ERP-Systeme, Intra- und Internet wächst das Volumen der im Büro ausgegebenen Dokumente um bis zu 21 Prozent jährlich, so eine Rechnung von IDC. Büroangestellte erzeugen dabei nach Meinung der Experten einen nicht zu verachtenden Anteil an unnützen Dokumenten: In 28 Prozent der untersuchten Betriebe in Europa wandert jedes zehnte Dokument wegen falscher Informationen oder Fehlbehandlung in den Abfall. Über zehn Prozent der Firmen schätzen ihren Ausschuss sogar größer als 30 Prozent ein.

Ein bis drei Prozent der Einnahmen eines Unternehmens sollen die Druckkosten nach einer Analyse von Gartner auffressen. Gleichzeitig gehen die Experten davon aus, dass bei der Umsetzung einer unternehmensweiten Dokumentenmanagement-Strategie 30 Prozent der Kosten eingespart werden könnten. In Anbetracht der Zahlen ist es schwer zu verstehen,

warum nicht mehr Unternehmen auf Werkzeuge zur Kostenkontrolle setzen.

### **Komplizierte Kostenkontrolle**

Vielen Business-Anwendern fehlt wohl der Glaube, dass eine gezielte Dokumentenmanagement-Strategie auch eine Kontrolle der Druckkosten beinhaltet. Nur rund ein Drittel der deutschen Business-Anwender ohne Dokumentenmanagement Strategie schätzt, dass sie ein effizientes Werkzeug zur Kostenkontrolle darstellt, so eine Analyse von IDC (siehe Grafik rechts).

Die Skepsis der Anwender kommt nicht von ungefähr, sind die Kostenmodelle der Kopierer- und Druckerhersteller vom Kauf bis zur jährlichen Abrechnung nach Verbrauch oft schwer verständlich. Aus diesem Grund wird wohl das auf den ersten Blick leicht verständliche Klickpreis-Modell stark für digitale Kopierer, Drucker und Multifunktionsgeräte nachgefragt, welches ursprünglich aus dem analogen Kopierer-Business stammt. Doch auch die Abrechnung per Klickpreis ist sehr variantenreich und nicht ohne Kostenfallen: Kann doch die Annahme eines zu großen oder zu kleinen monatlichen Druckvolumens für den Anwender zu einem höheren Preis pro Seite führen, als dem ursprünglich vereinbarten.

Fokus auf den Seitenpreis

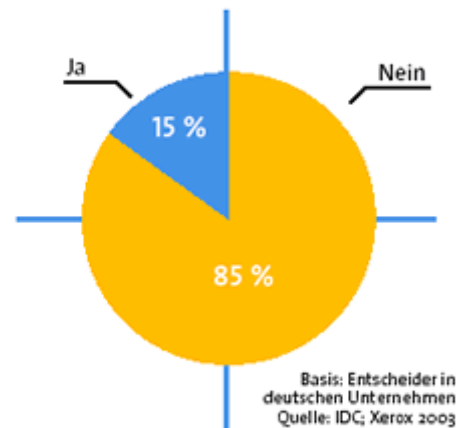
Außerdem konzentrieren sich viele Anwender nahezu ausschließlich auf den Klickpreis, und glauben, mit diesem hätten sie bereits alle Druckkosten im Griff. Ein Fehler, denn mit der Wahl des Abrechnungsmodells ist nur einer von mehreren Schritten zur Kostenkontrolle getan. Eine Anschaffungsstrategie und die richtige Aufstellung der Drucker gehören genauso wie die Wahl von Tinten- oder Laserdruckern sowie Multifunktionsgeräten mit zum richtigen Management einer Bürogeräteflotte (siehe Kasten Seite 36). Auch Fragen wie: Wissen sie welche Dokumentenausgabegeräte ihr Unternehmen besitzt, wo diese stehen und wer auf welchem Modell druckt, müssen für eine effiziente Kostenkontrolle beantwortet werden.

Das Missverhältnis zwischen der Zahl der Ausgabegeräte und der Mitarbeiter ist in vielen Unternehmen einfach zu groß. Hersteller wie Xerox gehen davon aus, dass im Schnitt ein Ausgabegerät auf drei bis vier Mitarbeiter kommt.

### **Geräte-Konsolidierung**

Bei einer gelungenen Geräte-Konsolidierung wird deshalb nicht nur versucht, nur noch Hardware eines Herstellers anzuschaffen, um zum Beispiel die Lager und Verwaltungskosten für Verbrauchsmaterialien zu drücken. Es geht genauso darum, mehr Mitarbeiter von Einzelplatzgeräten auf Abteilungsdrucker oder

### **SCHÄTZUNG DER DOKUMENTENKOSTEN**

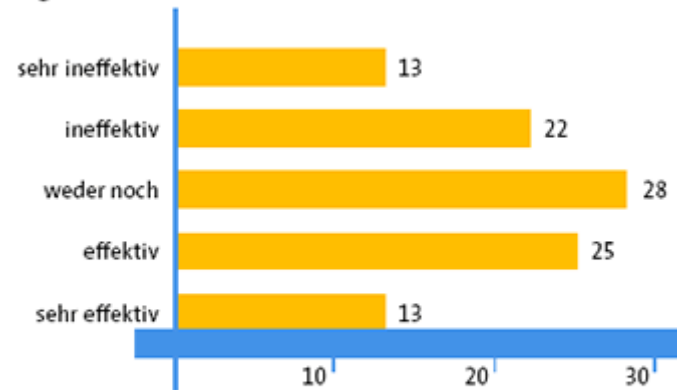


**Können Sie einschätzen, wie viel Ihr Unternehmen pro Jahr für die Vorhaltung und Herstellung von Dokumenten ausgibt.**

netzwerkfähige Multifunktionsdrucker umzustellen. Auch dies ist nicht ohne Tücken: "Denn werden die Mitarbeiter auf die Veränderung nicht ausreichend vorbereitet oder auf ihre Bedürfnisse nicht genügend Rücksicht genommen, ist man in drei Monaten wieder bei genauso vielen Geräten, wie zu Anfang", berichtet Uwe Trapp, Business Manager bei Xerox Business Services. Einzelplatzdrucker würden dann vielerorts aus dem Boden schießen und gleich wieder von unterschiedlichen Herstellern stammen.

## KOSTENKONTROLLE DURCH EINE DOKUMENTEN-MANAGEMENT-STRATEGIE

Angaben in Prozent



Basis: Entscheider in deutschen Unternehmen

Quelle: IDC; Xerox 2003

Entscheider in deutschen Unternehmen, die bisher keine Dokumentenmanagement-Strategie verfolgen, zweifeln daran, dass eine solche Strategie auch eine effektive Kostenkontrolle bietet.

### Internes Kompetenzgerangel

Ein Problem stellen bei Konzepten zur Einsparung von Druckkosten auch die Beschaffungsmechanismen in den Unternehmen dar. Noch immer streiten vielerorts Einkaufs- und IT-Abteilung, wer für die Beschaffung von Kopierern und Druckern verantwortlich zeichnen darf. Auf Grund der hausinternen Machtkämpfe ist es für Unternehmen schwer, eine einheitliche Beschaffungsstrategie für die Flotte ihrer Ausgabegeräte zu entwickeln.

Oft klagen auch die Hersteller über die unterschiedlichen Ansprechpartner in einem Unternehmen: Denn ist die IT-Abteilung für Themen wie Total Cost of Ownership (TCO) der Bürogeräte und der dazugehörigen Infrastruktur offen, interessieren den Einkauf meistens nur direkte Preisrabatte. Er wird ja zumeist nur an einem niedrigen Beschaffungspreis gemessen.

Doch die Einsparungspotenziale bei der Beschaffung von Hardware und Verbrauchsmaterialien sind begrenzt. Bei der Betrachtung des TCO zum Beispiel für Abteilungsdrucker machen Hardware und Verbrauchsmaterialien nicht einmal die Hälfte der gesamten Kosten aus, so eine Analyse von Gartner. Den Großteil des Geldes verschlingen nicht direkt greifbare Faktoren wie Support, Netzwerkadministration sowie Kosten für Infrastruktur und Ausfallzeiten.

### Abrechnungmodelle im Überblick

**Level-Payment:** Die Abrechnung kann monatlich, pro Quartal oder am Jahresende erfolgen. Neben den monatlichen Fixkosten zum Beispiel für Wartung und Hardware wird hier wie bei Strom und Gas eine Vorauszahlung anhand einer Schätzung der benötigten Verbrauchsmaterialien festgelegt. Die Anzahl der gedruckten Seiten ist dabei unerheblich. **Pay-per-Click:** Die Abrechnung erfolgt pro Seite. Hier wird von einem bestimmten Druckvolumen ausgegangen, und dafür ein Seitenpreis bestimmt. Achtung: Werden mehr oder weniger Blätter bearbeitet, kann es zu einem höheren Klickpreis pro Seite kommen. **Leasing gekoppelt mit Pay per Click:** Die Hardware wird zu einem bestimmten Grundpreis angemietet. Auf diesen schlägt der Anbieter noch den vorher verhandelten Klickpreis auf. **Leasing:** Statt die Hardware zu kaufen, mietet der Anwender sie und beschafft die benötigten Verbrauchsmaterialien selbst. **Kauf:** Hier werden Hardware und Verbrauchsmaterialien vollständig von dem Anwenderunternehmen gekauft.

### Software zur Kostenreduzierung

Die Hardware-Hersteller stellen deshalb zur Verkürzung von Ausfallzeiten, zur Kontrolle der Maschinen und der Produktion sowie der Druckkosten Anwendungen zur Verfügung. Viele Anbieter haben ihre Geräte zum Beispiel mit einer Druckermanagement-Software

ausgestattet. Mit dieser lassen sich im Netz Toner- und Zählerstände abfragen und Druckjobs Anwendern und somit Kostenstellen zuordnen. Für Lexmark und IBM übernimmt diese Aufgaben zum Beispiel die kostenlose Software Mark Vision Professional. Bei HP heißt die Anwendung Megatreck und bei Canon sind die Modelle der Image Runner Serie mit einem vergleichbaren Tool ausgestattet. Xerox setzt auf eine Software namens Auditron und den eingebauten Webserver.

Darüber hinaus haben die meisten Hersteller, ihre Partner und auch unabhängige Software- und Beratungsunternehmen noch speziell auf Kunden zugeschnittene Accounting-Lösungen im Programm. Mit ihnen lassen sich zum Beispiel Kartensysteme integrieren und das personalisierte Drucken an beliebigen Geräten im Netz ermöglichen.

Xerox lässt sich hierbei zum Beispiel von seinen Partnern Schomäker und Equitrac unterstützen und Canon bietet Anwendern Lösungen wie Netspot-Accounting oder Cano-Flow an. "Cano-Flow zum Beispiel ist dazu geeignet, im Rahmen von Druckdienstleistungen die gesamte Wertschöpfung zu erfassen, zu bewerten und zuzurechnen - also vom Druckauftrag bis zur Auslieferung", erläutert Christoph Losemann, Produkt Manager bei Canon Deutschland.

#### Lösungen statt Hardware

Die Hardwarehersteller versuchen sich also immer mehr als Lösungsanbieter aufzustellen. Doch noch haben sie Schwierigkeiten sich von den Anwendern ihre Beratungsleistungen honorieren zu lassen. Gerade große Konzerne wie BMW oder Siemens wollen nicht für die Zusatzdienstleistung der Druckerhersteller zahlen. Mit Recht, können sie diese doch auch oft kostenlos erhalten. Auch glauben die Anwender oft nicht, dass die Hardwareanbieter sie optimal beraten. Schließlich wollen die Druckerhersteller am Ende ihre Hardware beim Anwender aufstellen. Die Hersteller verdienen ja weiterhin nicht durch die Beratung, sondern mit den Druckern und Materialien ihr Geld.

#### Tipps zum Druckerflotten-Management

**Analysieren Sie, wie viel von wem, wie und wann gedruckt wird:** Nur mit diesem Wissen können Sie Ihre Druckerflotte den Bedürfnissen der Anwender anpassen und Kosten sparen. Druckerhersteller mit entsprechenden Programmen können bei der Analyse genauso helfen wie Beratungsunternehmen oder Softwareanbieter, wie zum Beispiel Equitrac und Pharos Software. **Entscheidungshilfen richtig nutzen:** Vertriebsangestellte bei Drucker- und Kopiererherstellern führen gerne an Ort und Stelle mit Hilfe von Onlinewerkzeugen und ein paar beim Anwender gesammelten Daten vor, welche Kosteneinsparungen erzielt werden könnten. Trauen Sie den schnell hingeworfenen Berechnungen nicht, die Daten sollten mit Ihrem realen Druckvolumen und der wirklich genutzten Ausstattung abgeglichen werden. Sonst sind die Analyse und die daraus resultierenden Empfehlungen hinfällig. Nicht der erste Dienstleister ist immer der beste - prüfen Sie mehrere bevor Sie sich festlegen. **Optimieren Sie die Geräteanzahl:** Die meisten Unternehmen besitzen mehr Drucker als sie benötigen. Zumeist gibt es zu viele Arbeitsplatzdrucker deren Verbrauchsmaterialien zwei-, dreimal so teuer sind wie die der Arbeitsgruppendrucker. Auch über die Anschaffung von Multifunktionsgeräten sollte aus Kostengründen nachgedacht werden. Fünf bis zehn Jahre alte Drucker sollten ersetzt werden, da ihr Zubehör meistens sehr teuer ist und neue Maschinen mehr Anwender kostengünstiger bedienen. **Standardisieren Sie die Gerätebeschaffung:** Schreiben Sie vor, welche Drucker angeschafft werden. Richten Sie die Druckerflotte aus und widerstehen Sie den einmaligen Verkaufsangeboten einzelner Hersteller. Nur so lässt sich die Beschaffung optimieren und Preise können durch die Abnahme größerer Mengen neu verhandelt werden. Mit dem gezielten Einkauf von Hardware, Services, Zubehör und Verbrauchsmaterialien wächst Ihr Einfluss auf die Preisgestaltung. Prüfen Sie auch Bundlings von Geräten und Zubehör. **Vorsicht beim Kauf von wiederaufbereiteten Laserdrucker-Patronen:** Ihr Gebrauch führt meistens zu einer schlechteren Druckqualität und einer höheren Fehlerquote beim Druck. Darüber hinaus ist die Qualität der Patronen nicht nur von Anbieter zu Anbieter sondern auch von Patrone zu Patrone unterschiedlich. Für den Anwender ist es daher schwierig, auf die wiederaufbereiteten Patronen zu setzen, besitzen doch nur Großunternehmen genügend Zeit und Geld um ausreichende Checks durchzuführen. Verwechseln Sie Recycling-Anbieter nicht mit Drittanbietern von Laserdruckerpatronen. Diese greifen nicht auf die gebrauchten Patronen der Markenhersteller zurück. Daher liefern sie eine konstante Qualität.

Für den Inhalt der Leserkommentare kann CMP-WEKA Verlag GmbH & Co. KG  
keine Haftung übernehmen. Jede Haftung ist ausgeschlossen.