

Chancen für innovative Ansätze

Der Output-Markt ist weiter stark umkämpft: Die Margen sinken, die Erwartungen der Kunden steigen, weiß Robert Dekena, Inhaber des Beratungsunternehmens **Dokulog**: „Nur wer nah dran ist am Kunden, kann mit seinen Lösungen punkten.“

Herr Dekena, als unabhängiger Berater unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Auswahl des „richtigen“ Anbieters von Druck- und Kopiersystemen. Welche Entwicklungen beobachten Sie aktuell am Markt?

Ich bin immer wieder überrascht, wie viel Verbesserungspotenzial im Output-Management von Unternehmen und Verwaltungen ungenutzt liegen bleibt. In vielen Häusern fehlt es an grundsätzlichen Maßnahmen und Werkzeugen, um eine Flotte von Papierausgabesystemen optimalen betreiben zu können. Weder sind die Zuständigkeiten geklärt, noch ist definiert, was die Systeme wirklich leisten sollen. Die technischen Möglichkeiten der Systeme werden zu wenig genutzt und am Markt verfügbare Software-Lösungen zu selten eingesetzt. Um die Verbesserungspotenziale zu heben,

„Das Geschäft landet nicht mehr automatisch bei den immer gleichen Herstellern, die sich auf solche Angebote spezialisiert haben. Inzwischen können auch Fachhändler sowohl preislich als auch fachlich mithalten.“

muss die Ausgangssituation analysiert werden und die genannten Elemente in die Konzeption einfließen. Und dann gilt es, den „richtigen“ Anbieter zu finden. Auffallend ist, dass die Angebote auch in den stark reglementierten VOL-Ausschreibungen der öffentlichen Hand qualifizierter werden. Das Geschäft landet nicht mehr automatisch bei den immer gleichen Herstellern, die sich auf solche Angebote spe-

zialisiert haben. Inzwischen können auch Fachhändler sowohl preislich als auch fachlich mithalten. Für die beschaffenden Unternehmen und Verwaltungen ist das eine gute Nachricht. Sie haben eine größere Lieferantenauswahl und profitieren vom Wettbewerb. Für die Anbieter wird das Geschäft allerdings nicht einfacher. Die Margen sinken. Und in immer weniger Fällen können sich Anbieter darauf verlassen, einen Auftrag sicher an Land zu ziehen.

Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen auf das Service- respektive auch das Lösungsgeschäft?

Während die Papierausgabegeräte immer vergleichbarer werden, erwarten immer mehr Beschaffer anspruchsvolle Lösungen und Serviceangebote, die den Betrieb der Infrastruktur optimiert und umständliche Bestell- und Verwaltungsprozesse unterstützen. Die Tatsache, dass die Geräte kopieren und drucken können, brauchen Anbieter eigentlich heute niemandem mehr erklären. Aber in Sachen Lösungs- und Servicegeschäft sollten die Anbieter erst einmal ihre Hausaufgaben machen. Über Follow-Me-Print-, Authentifizierungs- oder Kostenstellenabrechnungslösungen wird schon so lange geredet, dass Beschaffer davon ausgehen müssen, dass diese auch funktionieren. Aber leider hört man immer wieder von Fällen, in denen auch gestandene Hersteller die versprochenen Lösungen in der Kundenumgebung nicht zur allgemeinen Zufriedenheit ans Laufen bekommen.

Auch im Serviceumfeld müssen die Anbieter den gestellten Anforderungen gerecht werden. Aber auch hier wird nicht alles, was



„Wer erfolgreich sein will, muss das Geschäft seiner Kunden verstehen und helfen, dieses besser zu machen“, sagt Robert Dekena, Inhaber des Beratungsunternehmens Dokulog.

versprochen wird, auch wirklich zur Zufriedenheit der Kunden eingehalten. Gleichzeitig stellen die Kunden immer höhere Ansprüche. Immer öfter müssen Servicekräfte auf dem Gelände der Kunden vorgehalten und zusätzliche Aufgaben übernommen werden. Servicelevels werden individueller. Die Notwendigkeit der Verknüpfung von Service mit entsprechenden Softwarelösungen nimmt zu. Dabei wird Service nicht mehr nur als möglichst schnelle Wiederherstellung einer ausgefallenen Maschine verstanden, sondern beinhaltet oft auch die Steuerung und den Betrieb der gesamten Flotte mit Anpassungen an Aufgaben- und Volumenänderungen. Die Anbieter sollten erst die grundlegenden Dinge des Betriebs einer Geräteflotte zur vollen Kundenzufriedenheit beherrschen, bevor sie versuchen, sich am Markt über weiterführende Leistungen wie umfassende IT-Dienstleistungen oder allgemeine Prozessunterstützung zu



Distribution Original Supplies



...und viele mehr!

www.axro.de
☎ **040 547 11 313**

profilieren. Manchmal hat man als Marktbeobachter das Gefühl, dass dem einen oder anderen Anbieter die Vorstellung abhandengekommen ist, wofür das eigene Haus eigentlich steht und was die Kunden erwarten.

Wie wird sich der Markt vor diesem Hintergrund mittelfristig entwickeln und welche Chancen sehen Sie für den Fachhandel, sich im Markt zu differenzieren?

Ich rechne nicht damit, dass der Markt einfacher wird. Aber gerade das öffnet Chancen für innovative Ansätze rund um die Papierausgabe. Dabei steht weniger die Funktionalität der Geräte im Vordergrund, als vielmehr das Zusammenspiel mit Softwarelösungen innerhalb anspruchsvoller Prozesse. Wer erfolgreich sein will, muss das Geschäft seiner Kunden verstehen und helfen, dieses besser zu machen. Nur wer nah dran ist am Kunden, kann mit seinen Lösungen punkten. Und hier kann sich der qualifizierte Fachhandel von den Wettbewerbern differenzieren. Er kennt seine Kun-

den meistens sehr gut und ist weniger eingebunden in starre Strukturen und Abläufe als die großen Hersteller. Er kann zusammen mit den Kunden vor Ort individuelle Lösungen im Dienstleistungsumfeld entwickeln, die große Anbieter aufgrund ihrer bundes- oder gar europaweit optimierten Prozesse gar nicht abbilden können. Das Ausspielen der eigenen Stärken und die Individualisierung der Kundenlösungen können dem Fachhandel helfen, sich erfolgreich zu behaupten. Voraussetzungen dafür sind innovative Lösungen, Phantasie im Angebotsportfolio, Wissen um die eigenen Stärken und eine entsprechende Qualifikation. In den letzten von uns begleiteten Ausschreibungen der öffentlichen Hand hat sich das immer wieder gezeigt. Sowohl fachlich als auch preislich können qualifizierte Fachhändler erfolgreich mit den großen Herstellern mithalten und die entsprechenden Aufträge für sich gewinnen.

www.dokulog.de

Oki Deutschland

Dietrich Büchner ist neuer Geschäftsführer

Seit 1. August verantwortet Dietrich Büchner als Managing Director die Geschäfte der Oki Systems (Deutschland) GmbH. Über 20 Jahre lang war er im Top-Management bei Lexmark beschäftigt – zuletzt war er als General Manager für die Schweizer Lexmark-Geschäfte verantwortlich. Der neue Managing Director bei Oki Deutschland löst in dieser Funktion Terry Kawashima ab, der sich von nun an als Managing Director Oki Europe Ltd. ausschließlich auf das europäische Geschäft konzentriert. Neben seiner Position als Deutschland-Geschäftsführer, die er von der Düsseldorfer Oki-Zentrale aus wahrnimmt, übernimmt Büchner zudem als Vice President Central Region die Verantwortung und Steuerung der Länder Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien und der Niederlande. Das operative Geschäft in der Cen-

tral Region bleibt weiterhin in der Verantwortung des jeweiligen regionalen Managing Director bzw. Country Manager. Für den Vertrieb und das Marketing in Deutschland ist nach wie vor Olaf Sepold als Deputy Managing Director verantwortlich. Terry Kawashima freut sich, mit Dietrich Büchner einen international erfahrenen Manager gefunden zu haben. „Dietrich Büchner ist ein kompetenter Ansprechpartner für unsere Kunden und Fachhändler, der sich hervorragend im strategischen Geschäft und im Erschließen neuer Geschäftsfelder auskennt.“

www.oki.de



Dietrich Büchner