

ChannelPartner

CHANNEL-SALES-DAY

07.10.2009 | 17:29 Uhr

Output-Management - das ungenutzte Potenzial



Zwischen den Vorträgen konnten sich die Händler an den Ständen der Hersteller informieren.

Der Channel-Sales-Day "Drucken und Archivieren", am 29. September von ChannelPartner veranstaltet, hat es ans Licht gebracht: Es gibt noch lukrative Geschäftsfelder rund um elektronische und ausgedruckte Dokumente. Allerdings waren sich Hersteller und Händler beim Channel-Sales-Day "Drucken und Archivieren" in einem Punkt einig: Mit reinem Kistenschieben ist kaum mehr etwas verdient. So sieht es auch Heinz Scholz, Sales Manager Printing beim Marktrechtwitzer Systemhaus Steinwald EDV: "Die klassische Box verliert an Bedeutung, wir müssen uns neu aufstellen, sonst haben wir über kurz oder lang gegenüber den E-Tailern keine Chance", erklärt der Fachhändler. Daher seien Veranstaltungen wie der Channel-Sales-Day sehr wichtig, der Besuch habe sich gelohnt. Er war durch die Berichterstattung im Vorfeld auf den Kongress aufmerksam geworden.

Eine aktuelle Studie des Marktforschungsunternehmens IDC zeigt, das bisher fast drei Viertel der befragten Unternehmen noch keine Print- und Output-Management-Lösungen einsetzen. Für die Untersuchung wurden 511 Firmen mit mehr als 200 Mitarbeitern interviewt. Von denen, die bereits entsprechende Lösungen einsetzen, verlassen sich 55 Prozent ganz oder in erheblichem Umfang an entsprechende Anbieter. "Je höher der Anteil der externen Dienstleister ist, desto höher ist auch das Einsparpotenzial des Kunden", stellt Matthias Kraus, Projektleiter bei IDC, fest. Allerdings müssen Fachhändler bei den Kunden auch Überzeugungsarbeit leisten. Laut IDC sind Bequemlichkeit und Desinteresse der User, Ressourcenmangel in den IT-Abteilungen und die derzeitige Budgetsituation die größten Hemmnisse bei der Einführung von Print-Management.

Es gibt noch viel zu holen

Thomas Knauf, Regional Sales Director bei [1] Docuware, bestätigt das Marktpotenzial von Lösungen rund um das Management von Dokumenten. "Der Markt ist nur zu 20 Prozent gesättigt, da gibt es noch viel zu holen", ermunterte der Dokumentenspezialist die Fachhändler. In seinem Vortrag zeigte Knauf auch die Möglichkeiten der Zusammenarbeit und die verschiedenen Schritte in einem typischen Kundenprojekt mit Docuware auf.

Sehr gut kam auch die Präsentation von [2] Adobe an: Channel Development Manager Christoph Wainig und sein Kollege Davor Kantuser demonstrierten die Fähigkeiten der Adobe-Acrobat-Produkte. Wainig gab auch einen Einblick in die derzeitigen Channel-Aktivitäten seines Unternehmens.



Oliver Jendro von Dokulife präsentierte detaillierte Erkenntnisse über Druckgewohnheiten von Business-Usern.

Mit den Druckgewohnheiten von Business-Usern beschäftigte sich Oliver Jendro, Senior Consultant beim Beratungsunternehmen [3] Dokulife, in seinem Vortrag. In einer Befragung von mehr als 7.000 Nutzern konnte er überraschende Ergebnisse präsentieren. So glaubt Jendro an eine Stagnation des Farbdruks. Schwarz-Weiß werde auch in Zukunft dominieren. Außerdem führt die Verwendung von elektronischen Dokumenten nicht zu einer Verringerung der Zahl der gedruckten Seiten - im Gegenteil: Fast 70 Prozent der Befragten drucken häufig oder sehr häufig E-Mails aus. Ein weiteres Ergebnis der Dokulife-Studie: Die Nutzer verwenden erstaunlich oft Features von Multifunktionsgeräten. "Diese bieten echten Mehrwert und werden daher noch höhere Anteile gewinnen", prognostiziert Jendro.

Kundenbindung durch Lösungsangebot



"Boxenschieben war gestern." Dietmar Nick, Vertriebsdirektor Kyocera

Neben den Möglichkeiten der Dokumentenbearbeitung und dem Dokumentenmanagement kamen auch die Hardwarehersteller nicht zu kurz. Wobei sich die Drucker- und Kopiererhersteller längst nicht mehr nur mit dem Bau der Geräte beschäftigen. Dies demonstrierte [4] Kyocera-Vertriebsdirektor Dietmar Nick, indem er die Möglichkeiten von Drucklösungen als Differenzierungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil darstellte. "Boxenschieben war gestern", bekräftigte Nick. Oliver Kuhlen, General Manager Sales bei [5] OKI, erläuterte die Einsparpotenziale durch Seitenpreiskonzepte und stellte den Zuhörern zudem die Vorteile der Kundenbindung dar.

Zwischen den Vorträgen konnten sich die Händler an Informationsständen der Aussteller über die aktuellen Geräte und Lösungen informieren. "Wir hatten gute Gespräche mit Potenzial", freut sich Docuware-Manager Knauf. Für [6] Brother-Sprecher Theo Reinerth war der Channel-Sales-Day eine gute Plattform, um "das Konzept der A3-Multifunktionsgeräte auf Tintenbasis zu zeigen und neue Händlerkontakte zu knüpfen". Auch habe es viele Nachfragen zu den Brother-Newcomern mit LED-Technologie gegeben.

Auch für die Händler hat sich der Besuch des Channel-Sales-Day gelohnt. Wolfgang Weiß hat sich mit seiner Firma auf das Digitalisieren von Dokumenten spezialisiert. Er zeigte sich vom Fachwissen der Referenten beeindruckt. "Mir gefiel auch der Mix zwischen Anwendungen und Hardware", betont Weiß. Zudem sei das bereitgestellte Zahlenmaterial über den Markt sehr gut gewesen.

Ein besonderer Dank geht daher auch an die Sponsoren Adobe, Brother, Docuware, [7] Hewlett-Packard, [8] Konica Minolta, Kyocera und OKI, ohne die diese gelungene Veranstaltung nicht möglich gewesen wäre. ([9] awe)

Enthaltene Links:

[1] <http://www.docuware.de/>