

Auf ein Neues – Kommt jetzt Farbe ins Büro?

Von Dr. Robert Dekena im April 2001

Schon lange wird von den Herstellern von Farbkopier- und Farbdrucksystemen auf die Vorteile von Farbdokumenten für die tägliche Arbeit hingewiesen: Farbe vermittele mehr Informationen, erhöhe die Aufmerksamkeit und verschaffe ein professionelleres Image. Inzwischen tragen diese Bemühungen Früchte und so werden im Büro mehr und mehr Dokumente farbig gestaltet. Farbe ist aus Produkt- oder Unternehmensinformationen, Statistiken, technischen Charts oder grafischen Entwürfen genauso wenig wegzudenken wie aus Präsentationen und Trainingsunterlagen. Gleichzeitig sind Anwender von Home-PCs mit ihren einfachen Farbtintenstrahldruckern gewohnt, ihre normalen Ausdrücke Zuhause farbig zu gestalten, und wünschen sich diese Möglichkeit verstärkt am Arbeitsplatz. Verbunden mit neuen Technologien und veränderten Preismodellen der Anbieter von Farbsystemen erhöht sich so der Druck auf die Anwendung von Farbe im Büro.

Noch regiert Schwarz-Weiß den Büroalltag

Bisher kommt die Masse der Dokumente im Büro immer noch ohne Farbe aus. Die Verbreitung von Farbsystemen in den Büros ist immer noch relativ gering. Selbst die zahlreich vorhandenen Farbtintenstrahldrucker werden von Unternehmen und Behörden zu einem großen Teil ausschließlich mit schwarzen Tintenbehältern versorgt. In fast allen Häusern werden leistungsfähige Farbsysteme unter Verschluss gehalten und nur restriktiv eingesetzt. Viele Unternehmen haben sich - zumindest für ihr internes Dokumentenaufkommen - bewußt für den Verzicht auf bzw. die rigorose Einschränkung von Farbe entschieden.

Die Nutzung von Farbdokumenten in den Büros von Unternehmen und Verwaltungen hängt sehr stark von der jeweiligen Aufgabenstellung ab. Beispiele aus dem Analysealltag der FUTUREtec zeigen dies - auch ohne Anspruch auf Repräsentativität - sehr deutlich. So hat die FUTUREtec im Bereich Verfahrenstechnik eines Industrieunternehmens einen Anteil von immerhin ca. 17% farbiger Drucke und Kopien am dezentralen Dokumentenaufkommen in den Büros gefunden, in der Konzernkommunikation dagegen nur 3% und in der Beschaffungsabteilung so gut wie gar keine. Im Vergleich zu privaten Unternehmen werden in öffentlichen Verwaltungen noch weniger Farbdokumente verwendet. Hier liegt der Anteil der farbigen Dokumente fast immer unter 1% des dezentralen Gesamtvolumens.

Exkurs: In den Hausdruckereien sieht die Situation anders aus. Hier werden in den Unternehmen 55% und in den öffentlichen Verwaltungen 7% des Volumens farbig erstellt (Quelle: Océ-Sonderdruck „Die Situation zentraler Vervielfältigungstellen in deutschen Unternehmen und Verwaltungen“).

Anbieter setzen auf Farbe

Mit unterschiedlichen Strategien versuchen nun Drucker- und Kopiererhersteller den Farbmarkt in die klassischen Bürobereiche hinein auszubauen. Farbsysteme sollen ihr Nischendasein verlassen und noch stärker zum Massenprodukt werden.

Druckerhersteller überschwemmen mit Farbtintenstrahldrucker den Markt. Sie weisen geringe Anschaffungskosten auf und sind überall zu kaufen. Die Anbieter generieren dabei ihre Margen in erster Linie über hohe Preise für die Tinte. Das Handelsblatt vom 12. Februar 2001 spricht beim Blick auf das Gebaren nahezu aller namhafter Druckerhersteller in diesem Zusammenhang vom „Rockefeller-Prinzip – erst hunderttausendfach Petroleumlämpchen verschenken und anschließend teures Öl verkaufen“.

Seitdem die Preise für Farblaserdrucker bei steigender Qualität sinken, gewinnen auch diese Geräte in der Bürowelt immer mehr an Bedeutung. Für sie sagen die Marktforscher ein enormes Marktwachstum in den nächsten Jahre voraus (siehe Abbildung).

Auch die Anbieter von Kopiersysteme setzen voll auf „Farbe“ und bauen ihre Kompetenz im Farbbereich aus. Multifunktionale Farbkopierer sind seit mehr als zehn Jahren vor allem in kreativ tätigen Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Nun halten sie verstärkt Einzug in den traditionellen Büros und auch hier wird ein starkes Wachstum vorausgesagt (siehe Abbildung). Jeder Anbieter verfügt heute über mindestens ein Farbsystem in seiner Produktpalette. Das Wort „Farbe“ ist auf Anbieterseite sowohl bei Druck- als auch bei Kopiersystemen in aller Munde.

Ganz deutlich wird die Hinwendung zum Thema Farbe an Unternehmen wie z.B. Minolta, einem vormals traditionellen Kopiererhersteller. In den letzten Jahren hat Minolta nicht nur die eigene Produktion und Vermarktung von Farblaserdruckern in Angriff genommen, sondern 1999 und 2000 mit QMS auch den Marktführer bei den Farblaserdruckern erst in Teilen und dann vollständig übernommen und als Minolta-QMS an das eigene Haus gebunden. Im Bereich der Farbkopiersysteme, die im Gegensatz zu den Farblaserdruckern außer Drucken auch Scannen und Kopieren – und das alles im A3-Format - können, ist Minolta die Nummer 2 im Markt. Mit neuen Systemen, veränderten Preiskonzepten und OEM-Lizenzen an Develop und Konica versucht Minolta nun den Absatz der Farbkopiersysteme in die Büroumgebung hinein anzukurbeln. Die Systeme sollen zum Standard im Büroalltag werden.

Farbe als Zusatzfunktion

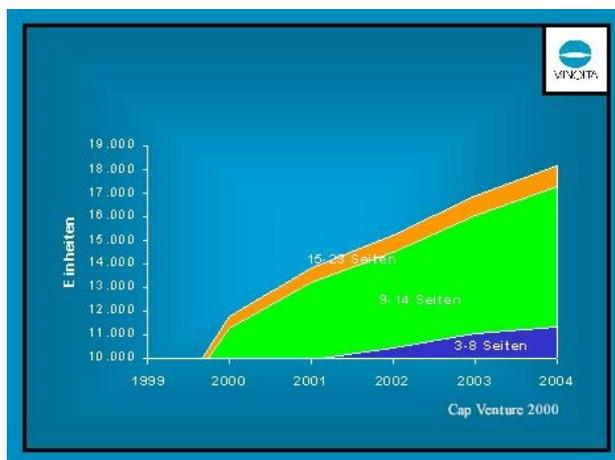
Die Möglichkeiten des Farbkopierens werden heute mit den üblichen Funktionen von Bürokopiersystemen verbunden. Parallel dazu arbeiten die Hersteller daran, in naher Zukunft die Schwarz-Weiß-Kopie auf den Farbkopiersystemen zum gleichen Preis wie auf reinen Schwarz-Weiß-Systemen anbieten zu können. Farbe soll so als Zusatzfunktion, die der Anwender je nach Bedarf nutzen kann, positioniert werden. Damit werden die Systeme für den Büroalltag interessant. Jeder Anwender kann seine üblichen Schwarz-Weiß-Drucke und –Kopien über diese Systeme zum günstigen Seitenpreis

herkömmlicher Digitalkopierer fertigen und verfügt doch gleichzeitig über den Zugang zu einem leistungsfähigen Farbausgabe- und Scannsystem. Aber auch für diese Systeme müssen die Unternehmen und Verwaltungen ihre Selbstbeschränkung in Sachen Farbe aufgeben. Sonst werden sich die Systeme nicht durchsetzen, weil die Anwender in ihnen nur zusätzliche Kostentreiber sehen.

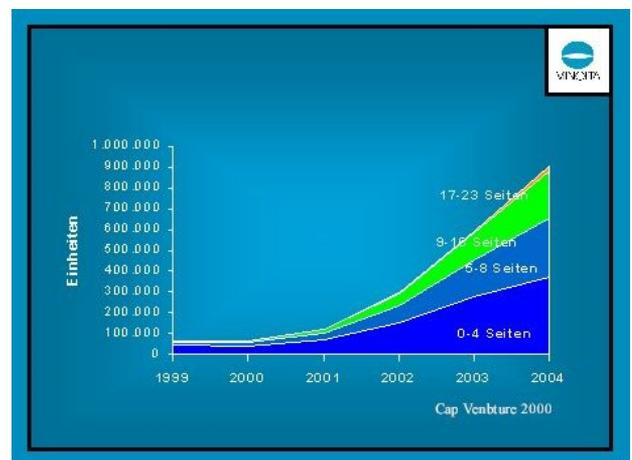
Natürlich verbinden die Hersteller ihre Strategie mit der Hoffnung, daß die Anwender mehr und mehr farbige Dokumente auf den Systemen ausgeben, wenn sie erst einmal direkten Zugang zu Farbsystemen haben. Auf diesem Wege sollen die Dokumentenströme, die in den letzten Jahren den traditionellen Kopierern zugunsten der Arbeitsplatzdrucker verloren gegangen sind, zurückgewonnen und gleichzeitig höhere Margen aus dem Farbbereich erzielt werden. Neben technischen Entwicklungen an den Systemen ist dafür allerdings auch die Bereitschaft der Anwender erforderlich, die immer noch höheren Kosten für Farbe im Büro zu akzeptieren. Sonst geht der Schuß nach hinten los und die Hersteller werden ihre Entwicklungs- und Unterhaltskosten für Farbsysteme nur schwerlich gedeckt bekommen.

In wieweit es Herstellern wie Minolta mit einer solchen Strategie gelingt, das Thema Farbe im Büro voranzutreiben und sich einen ordentlichen Stück am Markt der Systeme zu sichern, muß sich allerdings noch zeigen. Die Prognosen sprechen für ein starkes Wachstum im Markt der Farbkopiersysteme und Farblaserdrucker. Die Vorteile des richtigen Einsatzes von Farbe in den Dokumenten im Büro in Sachen Übersichtlichkeit, Verständlichkeit, Wiedererkennungswert, Image usw. sind unbestritten. Aber letztlich entscheiden die Anwender und nicht die Marktforscher, ob sich die Farbsysteme im Büro endlich durchsetzen werden.

Der Markt für Farbkopierer



Der Markt für Farblaserdrucker



Minolta rechnet damit, daß sich schnelle Farbkopierer ausbreiten. Die Klasse zwischen 9 und 14 Seiten pro Minute soll auch in Zukunft den größten Marktanteil aufweisen.

Für Minolta werden Farblaserdrucker immer schneller. Ihr Absatz soll in den Klassen bis zu 16 Seiten pro Minute stark zunehmen. Darüber soll der Marktanteil erst einmal sehr gering bleiben.

Fazit

Neue Systeme und Vermarktungsstrategien der Hersteller sollen dafür sorgen, daß Farbe Einzug in die Büros erhält und die Hersteller an den höheren Margen für Farbdokumente verdienen. In wieweit diese Strategie aufgeht, muß sich noch beweisen. Der seit Jahren propagierte Durchbruch für Farbdokumente im Büroalltag läßt immer noch auf sich warten. Der große Big-Bang für Farbe im Büro ist auch von den neuen Ansätzen nicht zu erwarten.

Aber der stete Tropfen höhlt nun einmal den Stein und so werden sich farbige Dokumente langsam aber sicher auch im Büro ausbreiten – nicht überall, aber überall dort, wo Farbe in der Außenwirkung oder zur besseren Darstellung der Inhalte der Dokumente wirklich Sinn macht. Systeme, die die Funktionen von Standard-Bürokopiersystemen um den Faktor Farbe ergänzen, und mit entsprechend Preiskonzepten angeboten werden, treiben die Entwicklung in diese Richtung sicherlich voran. Und irgendwann werden wir alle farbig drucken und kopieren. So wie inzwischen alle PC-Bildschirme in den Büros farbig sind, so werden irgendwann auch alle Drucker und Kopierer farbig arbeiten.