

Managed Print Services (MPS) – Dienstleistungen rund um das Dokument

***Von Dr. Robert Dekena im September 2013
(www.dokulog.de; RDekena@dokulog.de; Tel. 02202 239838)***

Managed Print Services (MPS) wird heute als Begriff in irgendeiner Form von fast allen Anbietern der Drucker- und Kopierer-Branche verwendet. Einheitliche Definitionen gibt es nicht. Die Ansätze heißen unterschiedlich und haben eines gemeinsam: Dienstleistungsgedanken werden in die Vertriebsstrategie integriert. Neu ist das nicht. Service gab es auch schon früher. Anwender erwarten Service – Anbieter liefern Service. Allerdings behandelt Service im MPS nicht mehr nur Geräte, sondern Dienstleistungen rund um die bearbeiteten Dokumente mit den entsprechenden Erstellungs- und Verteilprozessen. Nur sind sich viele Anbieter nicht im Klaren darüber, welche Serviceleistungen sie zu welchem Preis realistisch anbieten könnten. Oft offerieren sie nur Standardserviceverträge. Das bedeutet für einige Anwender, dass sie Leistungen erhalten, die sie nicht verlangt haben aber zahlen. Andere Anwender bekommen Leistungen, für die sie bereit wären zu zahlen, gar nicht erst angeboten.

MPS braucht einen Dienstleistungskatalog mit entsprechenden Preisen. Dienstleistungen werden zu Produkten und nicht mehr zu reinem Beiwerk. Dabei wird deutlich, dass es das eine für alle gültige MPS-Paket nicht gibt. Anbieter nutzen unterschiedliche Technologien, sind in andere Partnerschaften und Netzwerke eingebunden und verfügen über unterschiedliche Qualifikationen. Aber auch Anwender müssen ihre Hausaufgaben machen. Sie müssen die organisatorischen Zuständigkeiten und Rahmenbedingungen für MPS im eigenen Hause schaffen. Und sie müssen sich darüber Gedanken machen, welche Dienstleistungen sie erwarten und was sie bereit sind dafür zu zahlen.

Ohne echte Dienstleistungsangebote werden wieder nur alt bekannte Klickpreisverträge abgeschlossen. Die Gefahr bleibt bestehen, dass Anwendern nur die Geräte bekommen, die Anbieter gerade loswerden müssen. Noch ist die Kistenschiebermentalität aus den Köpfen vieler Anbieter nicht verschwunden. Kundenbedürfnisse und Dienstleistungseinstellungen spielen noch zu wenig eine Rolle. MPS kann mit seinem Dienstleistungsansatz zum Kundennutzen beitragen, muss aber entsprechend gelebt und umgesetzt werden.

Vortrag von Dr. Robert Dekena auf dem Outputmanagement-Forum der DMS Expo in Stuttgart am 24. September 2013 um 10:00 Uhr: „Managed Print Services (MPS) – Alter Wein in neuen Schläuchen?“
