2012

Printerumfrage12

Smartphone, Internet und Managed Print Services – Drucken in Unternehmen und zu Hause im Jahr 2012.

UMFRAGEERGEBNISSE AUS DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ ZUM THEMA DRUCKGERÄTENUTZUNG

Dokulife Consulting & Research
Mit freundlicher Unterstützung von Brother International

VORWORT: WARUM DIESE STUDIE DURCHGEFÜHRT WURDE

Obwohl Jahr für Jahr weltweit Millionen von Druckern, Multifunktions- und Faxgeräten verkauft werden, weiß man recht wenig darüber, wie diese Druckgeräte eigentlich im Unternehmen oder zu Hause genutzt werden. Was drucken die Anwender besonders häufig und wie? Welche Funktionen werden häufig genutzt, welche nicht? Was ist IT-Managern bei der Druckinfrastruktur besonders wichtig? Wie werden Druckgeräte in der Regel beschafft? Diese Fragen sollen mit der Printerumfrage12 beantwortet werden.

„Printerumfrage12: 8698 Studienteilnehmer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.“

Das Wissen über die Druckgerätenutzung basiert großteils auf indirekten Informationsquellen: auf Verkaufszahlen und Einzelerfahrungen. Die Printerumfrage12 reichert diese Informationen nun mit fundierten Studienergebnissen an – ermittelt aus den Angaben von fast 8700 Nutzern, IT-Managern und Einkäufern von Druckgeräten.

Die Printerumfrage bietet IT-Entscheidern die Möglichkeit, über eine breit angelegte Marktforschung objektiv etwas über die durchschnittliche Druckinfrastruktur, Beschaffungstrends und ganz allgemein über die Gerätenutzung zu erfahren. Die Printerumfrage ermöglicht damit einen Einblick in das, was im deutschsprachigen Raum Standard in Sachen Druckinfrastruktur ist. Diese Informationen können IT-Verantwortliche, Administratoren und Einkäufer nutzen, um die eigene Druckinfrastruktur zu optimieren.

Mit freundlichen Grüßen,

Theo Reinerth
Unternehmenskommunikation
Brother International GmbH

Oliver Jendro
Senior Analyst
Dokulife Consulting & Research

INHALT

Fakten zur Printerumfrage12 3

Verändert sich die Druckerwelt? Ja! 4

Druckerflotte im Handbetrieb 8

Arbeitsumgebung und Druckgeräteausstattung – Zufriedenheit überwiegt 10

Mobilität und Druck 11

Drucken Frauen anders als Männer? 12

Weitere interessante Printerumfrage-Ergebnisse 13

Über Brother 14

Über Dokulife 14

FAKTEN ZUR PRINTERUMFRAGE12

Die Printerumfrage findet bereits zum vierten Mal in Folge statt. Während die Printerumfrage08 (Durchführungszeitraum: 2008/2009) auf grundlegende Fragestellungen zur Druckgerätenutzung fokussierte, befasst sich die Printerumfrage10 (Durchführungszeitraum: 2009/2010) mit den Themen Zuverlässigkeit der Druckgeräte und Zufriedenheit der Druckgerätenutzer. Bei der Printerumfrage11 (Durchführungszeitraum: 2010/2011) standen vor allem Themen wie Managed Print Services, De-Mail und die unterschiedlichen Anforderungen der Nutzergruppen Einkäufer, Händler und IT-Mitarbeiter im Vordergrund. Bei der Printerumfrage12 (Durchführungszeitraum 2011/2012) wurden erstmals Teilnehmer aus vergangenen Printerumfragen angeschrieben, um ihre Anwender-Erlebnisse erneut statistisch zu erfassen – und so Trends herauszuarbeiten.

„Auf der Webseite www.druckerumfrage.de beantworteten die Studienteilnehmer jeweils mehr als 50 Fragen."

An der Printerumfrage12 nahmen insgesamt 8698 Personen aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich und der Schweiz) teil.

Die Printerumfrage wurde in diversen IT-Magazinen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie auf fachspezifischen Webseiten (z.B. druckerchannel.de, zdnet.de) zwei Monate lang beworben. Alle Teilnehmer hatten die Chance, eines von 50 verlosten DIN-A3-Multifunktionsgeräten von Brother zu gewinnen.

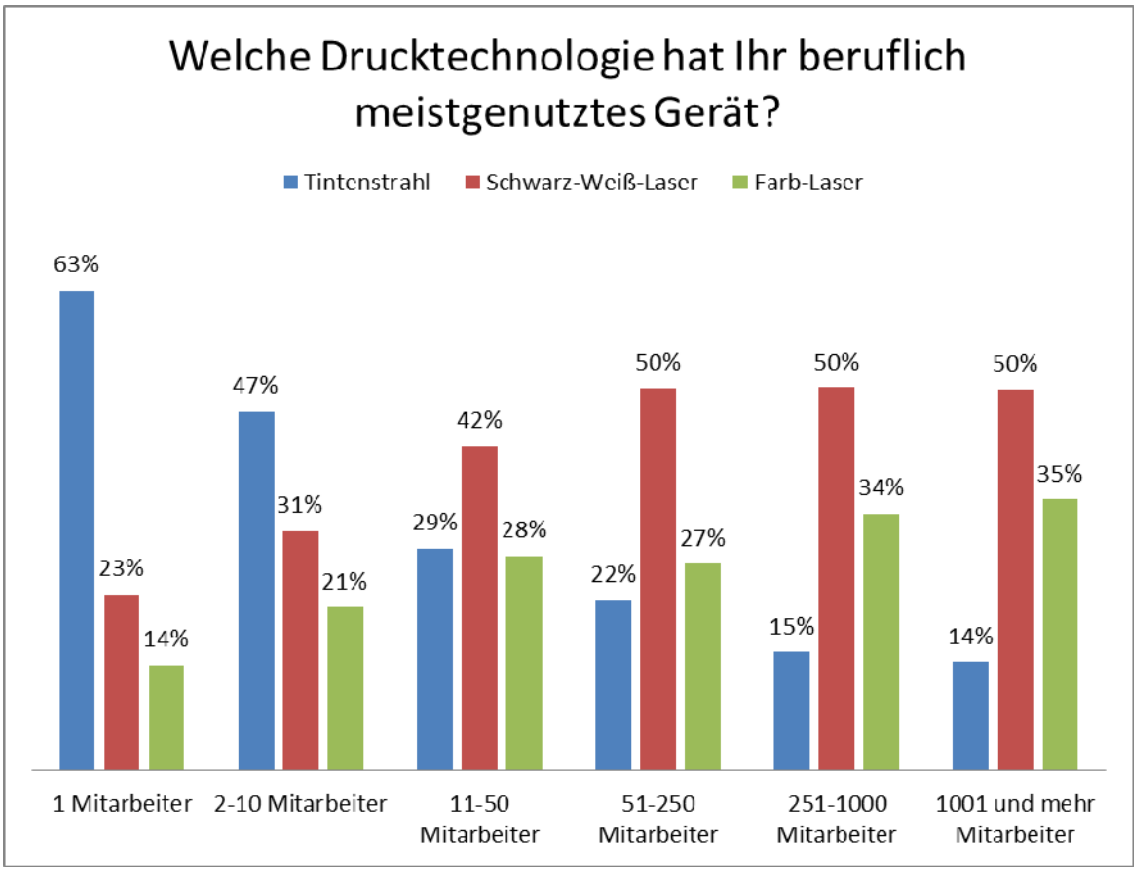
- Auf der Webseite www.druckerumfrage.de füllte jeder Studienteilnehmer mehr als 50 Fragen zur Nutzung von Druckern, Multifunktions- und Faxgeräten aus.
- Die Befragung wurde im Zeitraum 01.09.2011 – 15.01.2012 durchgeführt.
- Die Teilnehmer wurden in der Printerumfrage12 in 3 Berufsgruppen unterteilt: Händler/Reseller, IT-Manager und Anwender von Druckgeräten.
- Es wurden der berufliche Status der Teilnehmer sowie die Unternehmensgröße des Arbeitgebers abgefragt. Auch wurde zwischen privater und beruflicher Nutzung unterschieden.
- Die Beantwortung einzelner Fragen war optional. Daher unterscheidet sich die Anzahl der antwortenden Teilnehmer von Frage zu Frage.
- Brother Deutschland bewarb und unterstützte die Printerumfrage12, nahm aber keinerlei Einfluss auf die Ergebnisse der Studie.

Zur Lesart der Studienergebnisse: Die im Text und in der Grafik gezeigten Prozentangaben sind gerundet, zudem waren bei einigen Fragen Mehrfachantworten möglich.

VERÄNDERT SICH DIE DRUCKERWELT? JA!

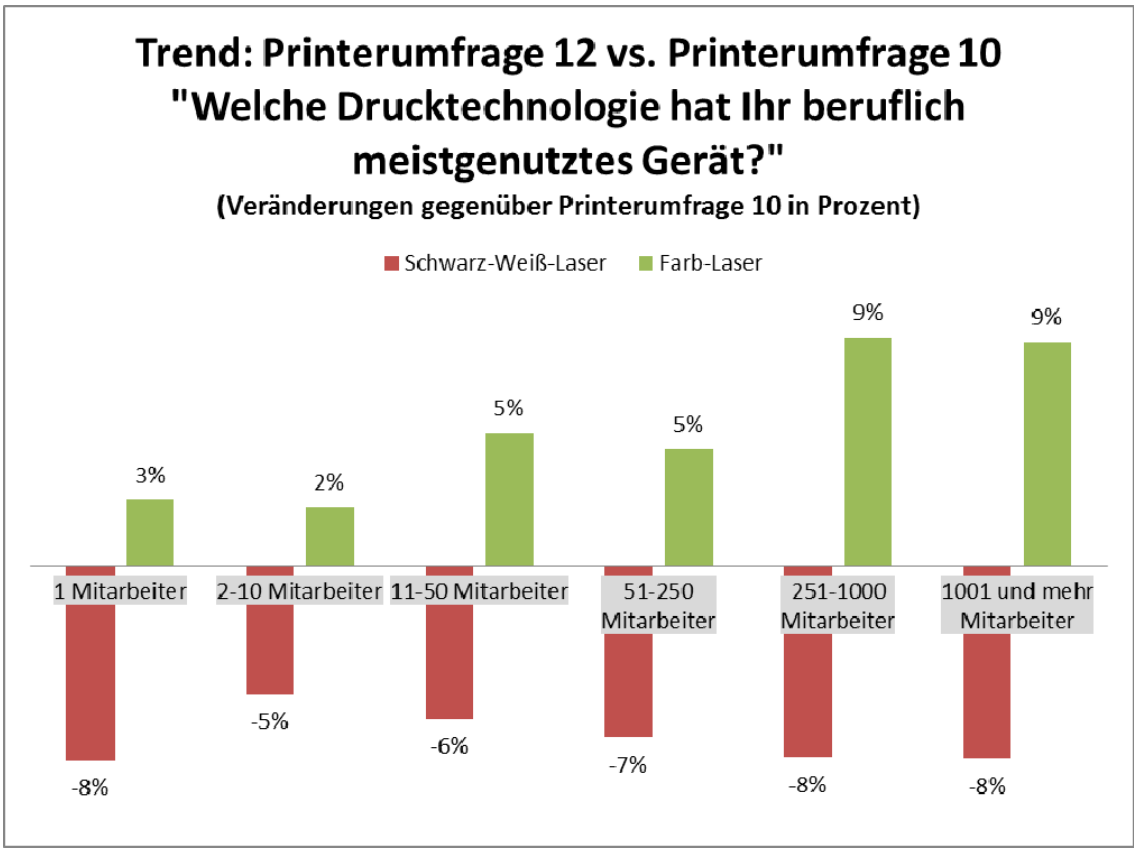
Die Printerumfrage findet inzwischen zum vierten Mal statt. Es ist also an der Zeit, Trends gegenüber den Vorjahren herauszuarbeiten. Viele Marktbeobachter stellen sich die Frage, ob sich ein Trend im Druckermarkt ablesen lässt – vor allem in Bezug auf die Gerätenutzung und die Verbreitung der Druckhardware. Und tatsächlich lassen sich diese erkennen. Allerdings muss im Vorfeld auf die Grenzen einer quantitativen Umfrage und der Erhebungsmethode hingewiesen werden. Tendenzen lassen sich aber in jedem Fall nachweisen.

So lassen sich folgende Trends erkennen: Im Vergleich der Ergebnisse von 2010 mit denen von 2012 lässt sich bei der Nutzung von DIN A3-Geräten ein leichter Aufwärtstrend feststellen – quer durch alle Unternehmensgrößen. Gründe dafür sind, dass DIN A3-Geräte in Unternehmen nach wie vor beliebte Austauschkandidaten bei einer Gerätekonsolidierung und die Preisunterschiede gegenüber DIN A4-Geräten , auch aufgrund neuer Geräteklassen im Tintenbereich, nicht mehr so signifikant sind wie noch vor einigen Jahren.



Tintenstrahlgeräten werden besonders bei Selbstständigen und Kleinstunternehmen gerne genutzt. Schwarz-Weiß-Laser dominieren ab dem Mittelstand mit 11 Mitarbeitern.

Des Weiteren ist eine interessante Entwicklung bei der „meistgenutzten Technologie“ zu erkennen – der Trend hin zu Farbgeräten. 58% der befragten Selbstständigen gaben 2010 an, dass ihre meistgenutzte Drucktechnologie tintenstrahlbasiert ist. 2012 sind es sogar 63%. Ein ähnlicher Trend zeichnet sich bei den Farblasern ab, unabhängig von der Unternehmensgröße. 2010 gaben 11% an, dass sie am häufigsten Farblaser benutzen, 2012 sind es 14%.



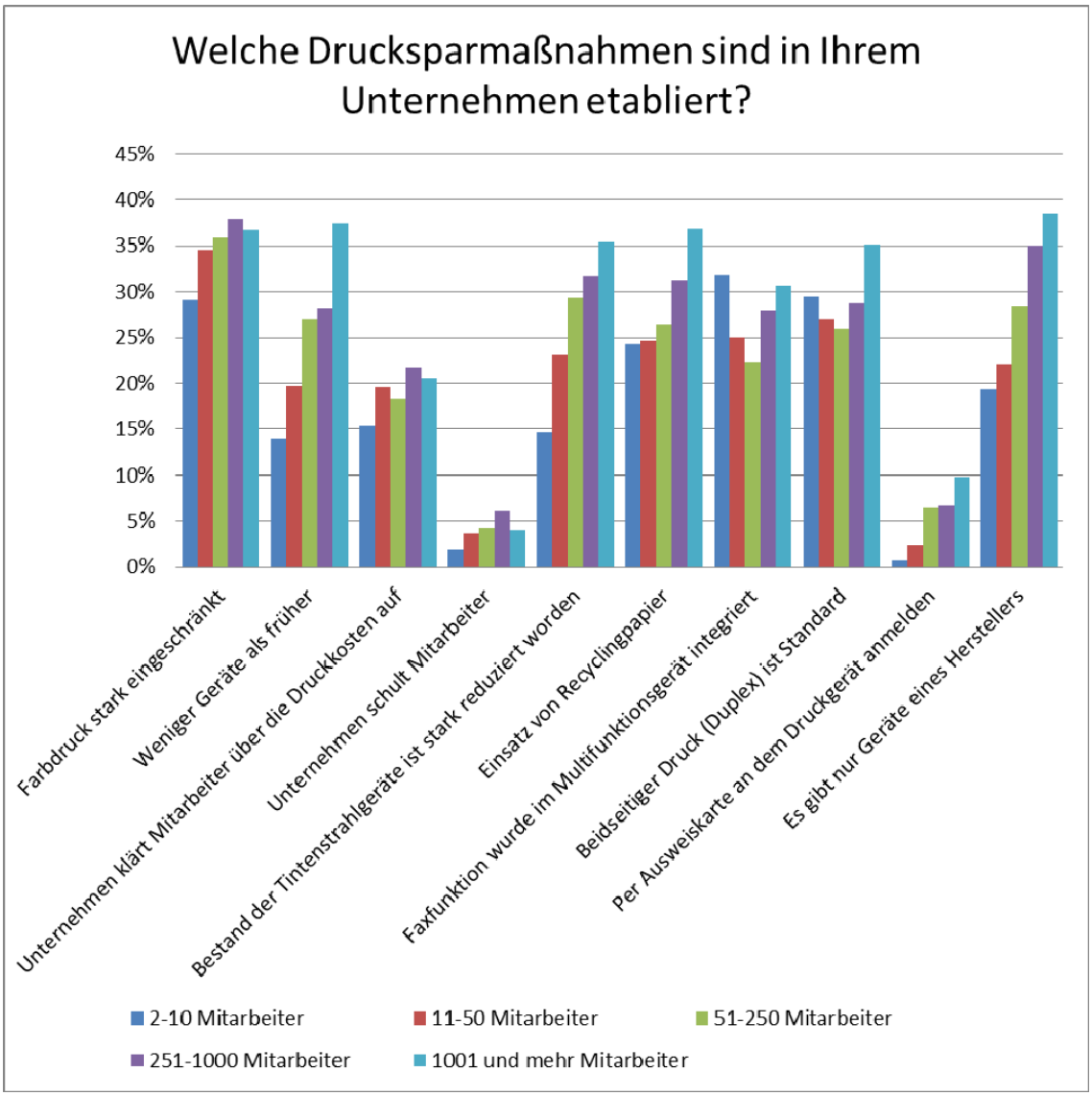
Der Vergleich zwischen der Printerumfrage 10 und der Printerumfrage 12 zeigt: Farblaser werden in Unternehmen beliebter – und das über alle Unternehmensgrößen hinweg.

Der Anteil an Tintenstrahlern und Farblasern in Unternehmen wächst auf Kosten der Schwarz-Weiß-Laser. Auch dieser Trend zeichnet sich in allen Unternehmensgrößen ab. In großen Unternehmen ist der Zuwachs von Farblasern jedoch am beeindruckendsten. Vor zwei Jahren gaben noch 57% der Befragten in Großunternehmen (ab 1001 Mitarbeiter) an, dass sie beruflich hauptsächlich Schwarz-Weiß-Laser nutzen. Im Jahr 2012 sind es nur noch knapp 50%. Die Zahl der Farblaser-Nutzer stieg im gleichen Zeitraum von 26% auf 35%. Farbgeräte liegen somit trotz der Sparzwänge in vielen Unternehmen im Trend. Auf der anderen Seite ist das Einschränken von Farbdrucken auch dieses Jahr die beliebteste Sparmaßnahme innerhalb der Unternehmen. So nimmt zwar die Anzahl der Farblaser in Unternehmen zu, kostenbewusste Unternehmen aber wirken dem Farbdruck gleichzeitig aktiv entgegen. Dies belegen auch die weiteren Ergebnisse der Printerumfrage12.

Die Sparmaßnahmen im Bereich des Drucks haben sich seit der Printerumfrage10 kaum verändert. Denn die Ergebnisse von vor zwei Jahren werden mit der Printerumfrage12 im Wesentlichen bestätigt. Je größer ein Unternehmen ist, desto eher führt es eine Konsolidierung

durch. Dabei werden heterogene Landschaften, die durch eine Vielzahl von Anbietern und Modellen geprägt ist, durch homogene Landschaften ersetzt – es wird nunmehr nur ein Hardware-Hersteller eingesetzt.

Die Reduzierung der Geräte an sich ist eine der grundlegenden Sparmaßnahmen. Je größer das Unternehmen ist, desto aktiver wird die Anzahl der Tintenstrahler verringert. Ebenfalls beliebt: Die Möglichkeit farbig zu drucken wird stark eingeschränkt. Allerdings scheint sich dieser Trend etwas gemildert zu haben – vor zwei Jahren bestätigten noch rund 45% der Anwender in Großunternehmen (mehr als 250 Mitarbeiter) diese Drucksparmaßnahme, in der aktuellen Umfrage sind es nur noch 38%. Standardmäßiger Duplexdruck – das beidseitige Bedrucken von

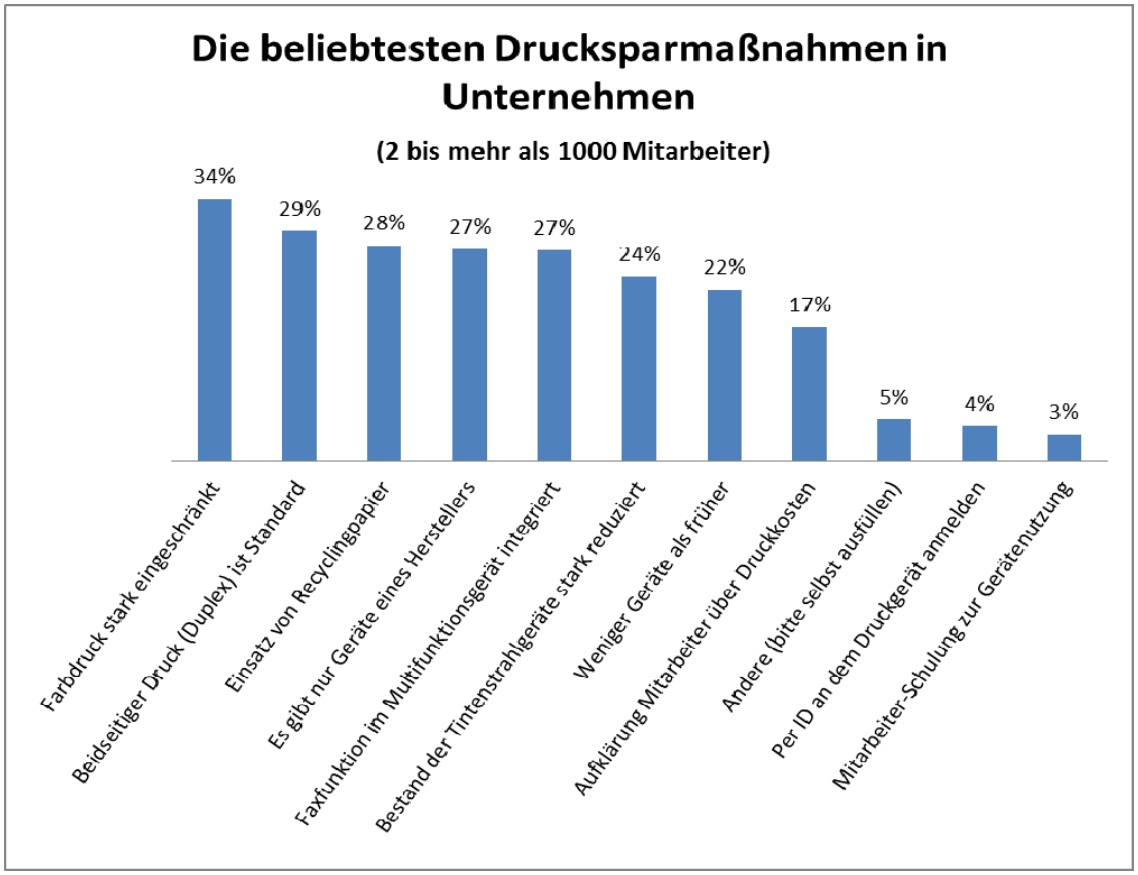


Je größer die Unternehmen, desto häufiger berichten in der Regel Anwender von Drucksparmaßnahmen. Authentisierung per Ausweis am Gerät ist noch eine Seltenheit.

Papier – ist wie vor zwei Jahren keine Selbstverständlichkeit: lediglich rund 30% aller Befragten (2 bis mehr als 1000 Mitarbeiter) gaben an, dass diese Drucksparmaßnahme in ihrem Unternehmen gängig ist.

Betrüblich, wie vor zwei Jahren, sind die Versäumnisse der Unternehmen im Bereich der Schulung. Nur knapp 3% aller Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen sie regelmäßig über die Möglichkeiten von Multifunktionsgeräten schult. Auch klären die Unternehmen ihre Mitarbeiter noch zu selten über die Druckkosten auf.

In der Printerumfrage12 wurde erstmals nachgefragt, ob sich Mitarbeiter per Chip- oder Ausweiskarte am Druckgerät anmelden müssen. Dies scheint besonders in kleineren Unternehmen noch nicht die Regel zu sein. Je größer das Unternehmen jedoch ist, desto weiter verbreitet sind diese Authentifizierungsmaßnahmen – allerdings nutzen auch in Großunternehmen mit 1001 oder mehr Mitarbeitern nur 10% der Befragten Chip- oder Ausweiskarten. Daraus lässt sich ableiten, dass Komfortfunktionen wie Pull-Printing oder auch das sichere Drucken in Unternehmen noch die Ausnahmen sind. Vor allem in diesem Bereich gibt es für Händler und Hersteller noch viel zu tun, um die Drucklandschaften dem aktuellen Stand der Technik anzupassen.



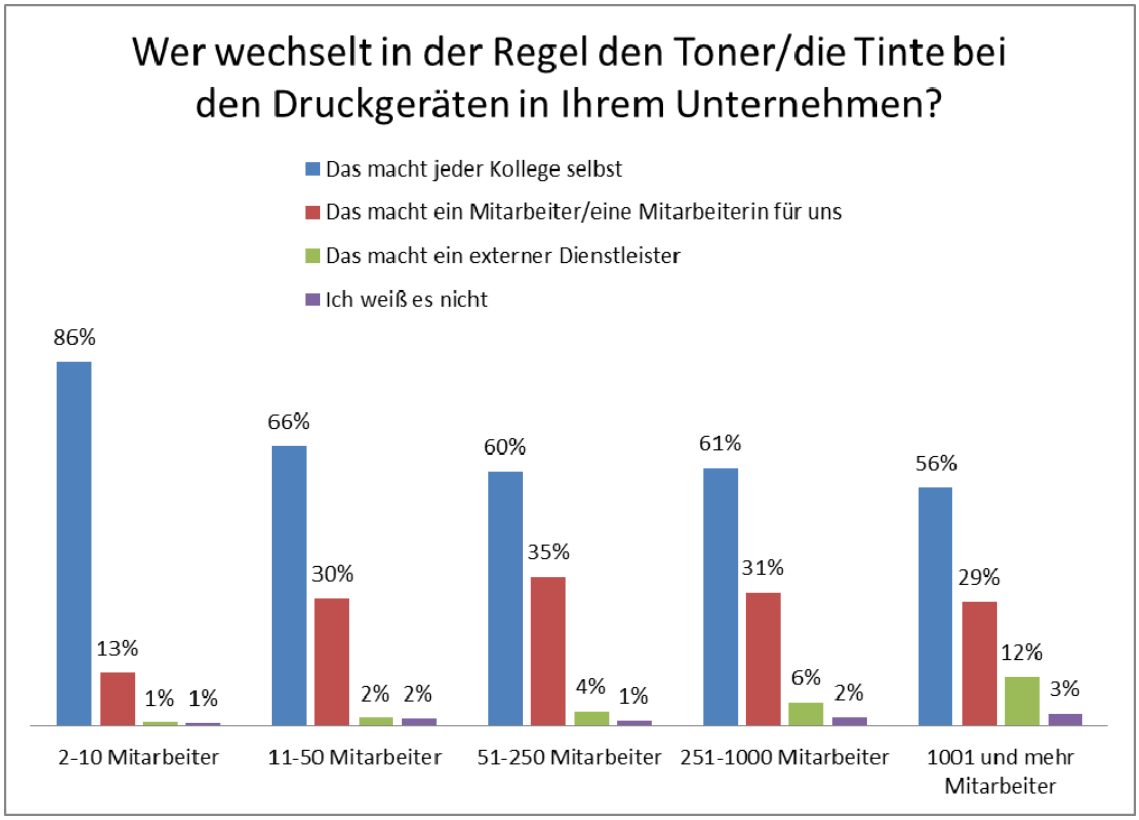
Weniger Farbdruck, Einführung des Duplexdrucks, Einsatz von Recyclingpapier, weniger Gerätehersteller – das sind die beliebtesten Sparmaßnahmen der Unternehmen.

Bei all den Sparmaßnahmen ist natürlich auch interessant, ob sich die Mitarbeiter durch Konsolidierungs- und Sparmaßnahmen in ihrer Produktivität eingeschränkt fühlen. Das überraschende Ergebnis: Im Schnitt bejahten dies nur 2% aller Befragten an.

DRUCKERFLOTTE IM HANDBETRIEB

Managed Print Services (MPS) ist das Schlagwort schlechthin in der Druck- und Dokumenten-Branche. Im Rahmen von MPS werden die Dienstleistungen, die zum Betrieb einer eigenen Druckgeräte-Flotte im Unternehmen benötigt werden, an einen Drittanbieter abgegeben. Dieser „managed“ dann die „Services“ im Bereich „Print“. Das kann so weit gehen, dass Unternehmen als Auftraggeber den Service „Druck im Büro“ von einem Service-Provider einkaufen. Dieser stellt die komplette Infrastruktur von der Hardware über die Verbrauchsmaterialversorgung bis zur Software- und Server-Struktur zur Verfügung.

Allerdings: Die Printerumfrage12 zeigt, dass die Druckinfrastrukturen zum größten Teil noch im manuellen Handbetrieb laufen. In der Regel sind die Büroangestellten dafür verantwortlich, dass die Druckinfrastruktur funktioniert. Sie sind Druckerverwalter, Nachfüller und Selbstversorger. Managed Print Services sind demnach in den Medien zwar sehr präsent – in der Unternehmenswelt aber immer noch die Ausnahme.

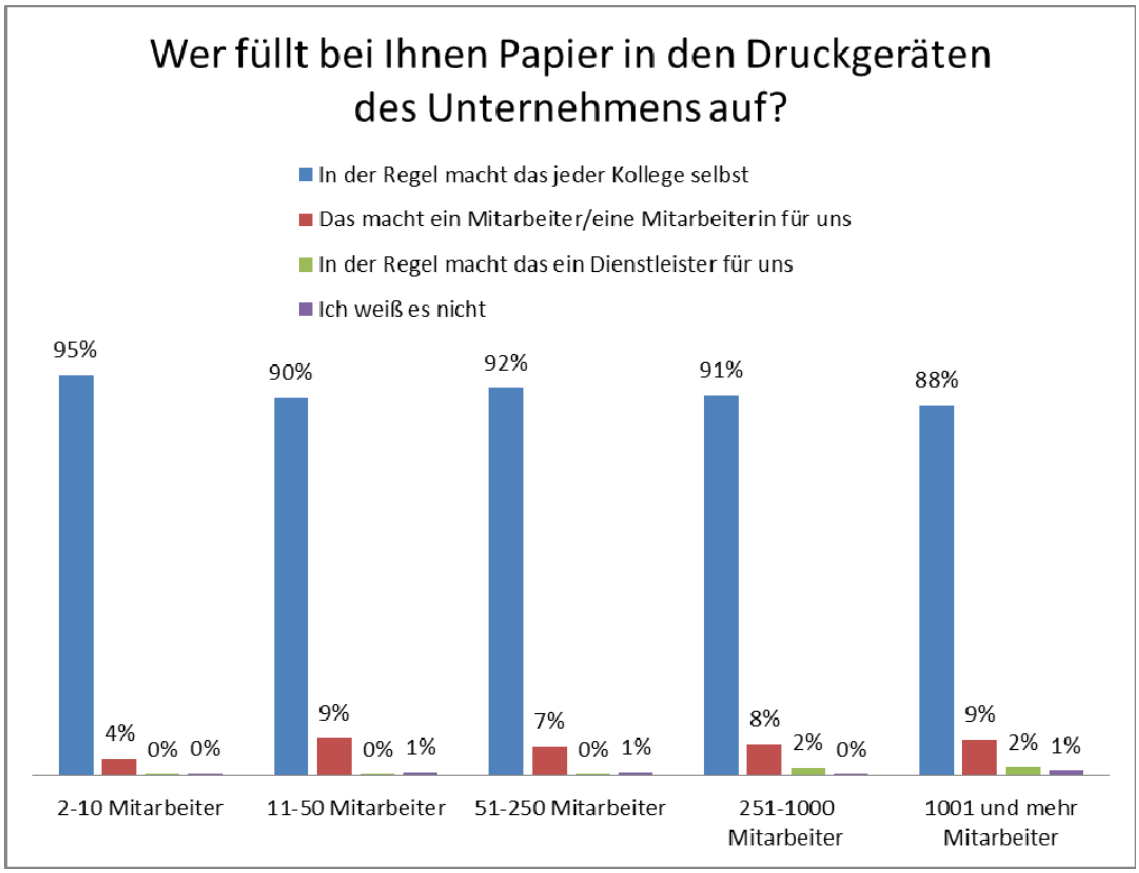


Von wegen vollautomatisch: Der Tinte- und Tonerwechsel ist meist eine Aufgabe der Mitarbeiter im Unternehmen – selbst bei sehr großen Unternehmen.

Das Kennzeichen einer MPS-Infrastruktur wie beispielsweise „automatische Tonerbestellung“ sind daher eine Seltenheit. Das zeigen auch die internen Beschaffungswege der Anwender in Unternehmen: Ab einer Firmengröße von 11 Mitarbeitern gehen 38% der Angestellten vorzugsweise in ein spezielles Lager, um dort Toner und Tinte zu besorgen. 18% gaben sogar an, dass sie selbstständig Tinte/Toner einkaufen. Somit ist die Verbrauchsmaterialbeschaffung

in diesen Unternehmen dezentral organisiert, eine Todsünde effizienter Beschaffung. Meldet ein Druckgerät, dass Toner oder Tinte leer sind, verlassen sich selbst Unternehmen mit bis zu 1000 Mitarbeitern darauf, dass diese die Verbrauchsmaterialien selbstständig beschaffen. Erst in Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern wird überwiegend (28%) eine für die Büromaterialien zuständige Person benachrichtigt. Jedoch holen sich auch in Unternehmen dieser Größe 27% der Befragten in der Regel die nötigen Verbrauchsmaterialien aus dem Lager. Eine automatische Bestellung von Tinte/Toner scheint überhaupt erst bei größeren Unternehmen bekannt zu sein. Während in Unternehmen mit maximal 50 Mitarbeitern lediglich 3% der Befragten angaben, dass sie eine automatische Tonerbestellung nutzen, sind es in ganz großen Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern bereits 14%. Ins Gerät eingesetzt werden Tinte und Toner in diesen Unternehmen jedoch nach wie vor zum Großteil von Mitarbeitern (56%). Dienstleister für diese Tätigkeit gibt es lediglich in 12% der Großunternehmen. Im Mittelstand (201-1000 Angestellte) sind Dienstleister für die Verbrauchsmaterialversorgung mit 6% geradezu exotisch – bei kleineren Unternehmen praktisch nicht existent.

Bei der Papierversorgung sieht es erwartungsgemäß noch drastischer aus. Papier wird von fast allen Mitarbeitern selbst nachgelegt (im Schnitt 92%). Dies liegt zum Teil auch daran, dass sich das Papier in mehr als der Hälfte der Fälle (62%) direkt am Druckgerät befindet.



Der Anwender ist für das Auffüllen von Papier verantwortlich. Einen automatischen Versorgungsprozess gibt es in der Regel nicht.

Der IT-Support spielt für die Beschaffung von Verbrauchsmaterialien in allen Unternehmensgrößen eine untergeordnete Rolle.

In der Praxis bleibt es also tatsächlich den Mitarbeitern überlassen, dass gedruckt werden kann. Oder anders ausgedrückt: In den Bereichen der Managed Print Services und der automatischen Tonerversorgung gibt es erheblichen Bedarf.

Die Ergebnisse illustrieren, dass zwischen Marketing und Praxis eine große Lücke klafft. Druckinfrastrukturen sind alles andere als voll automatisiert. Ohne das tägliche Nachlegen von Papier und dem Beschaffen und Einlegen von Toner bzw. Tinte durch Büromitarbeiter würden die Drucker und Multifunktionsgeräte stillstehen. Das Einsetzen der eigenen Mitarbeiter hat vor allem pragmatische Gründe: Die vollautomatische Tonerversorgung durch Service-Dienstleister ist zwar praktisch, aber teuer. Vermeintlich Preiswerter ist es, die eigenen Angestellten für diese Tätigkeiten zu nutzen. Dies allerdings läuft meist völlig ungeregelt und ohne klare Zuständigkeiten ab.

Eine automatische Tonerfüllstandsüberwachung, die bei Unterschreiten eines festgelegten Füllstands automatisch eine Bestellung oder Nachricht auslöst und durch die der Toner ans Gerät geliefert wird, sollte sich jedes Unternehmen leisten. Bei der Papierversorgung dagegen gibt es keine praktikable Lösung. Aufgrund des hohen Gewichts und Volumens ist eine automatische Anlieferung ans Gerät durch Service-Dienstleister teuer, das regelmäßige Einlegen des Papiers durch Drittanbieter würde jede Budgetplanung sprengen. Dies wäre zwar machbar, beispielsweise durch das Facility-Management, wird aber wohl auch in Zukunft Aufgabe der Mitarbeiter bleiben.

ARBEITSUMGEBUNG UND DRUCKGERÄTEAUSSTATTUNG – ZUFRIEDENHEIT ÜBERWIEGT

2012 steht bei der Printerumfrage nicht nur die Druckinfrastruktur sondern auch die Büroumgebung generell im Fokus. Abgefragt wurde die Büroausstattung, die allgemeine Arbeitsplatzbeschaffenheit und natürlich die Ausstattung im Bereich Drucker und Multifunktionsgeräte.

Zunächst wurde evaluiert, wo die Befragten arbeiten. 72% der Teilnehmer arbeiten im Büro ihres Arbeitgebers, davon etwa 12% teilweise auch zu Hause. Die übrigen Befragten arbeiten im heimischen Arbeitszimmer (Home Office), in Verkaufsräumen, in der Werkstatt und im Fahrzeug als Arbeitsplatz. Von den Teilnehmern, die im Büro ihres Arbeitgebers arbeiten, sitzen 12% in einem Großraumbüro. Der These, dass Großraumbüros bei deutschsprachigen Arbeitnehmern eher unbeliebt sind, geht die Printerumfrage12 nach. Tatsächlich wünschen sich 71% der Großraum-Arbeiter Büros mit weniger Kollegen, die meisten (42%) empfinden Büros mit 2 bis 4 Mitarbeitern ideal.

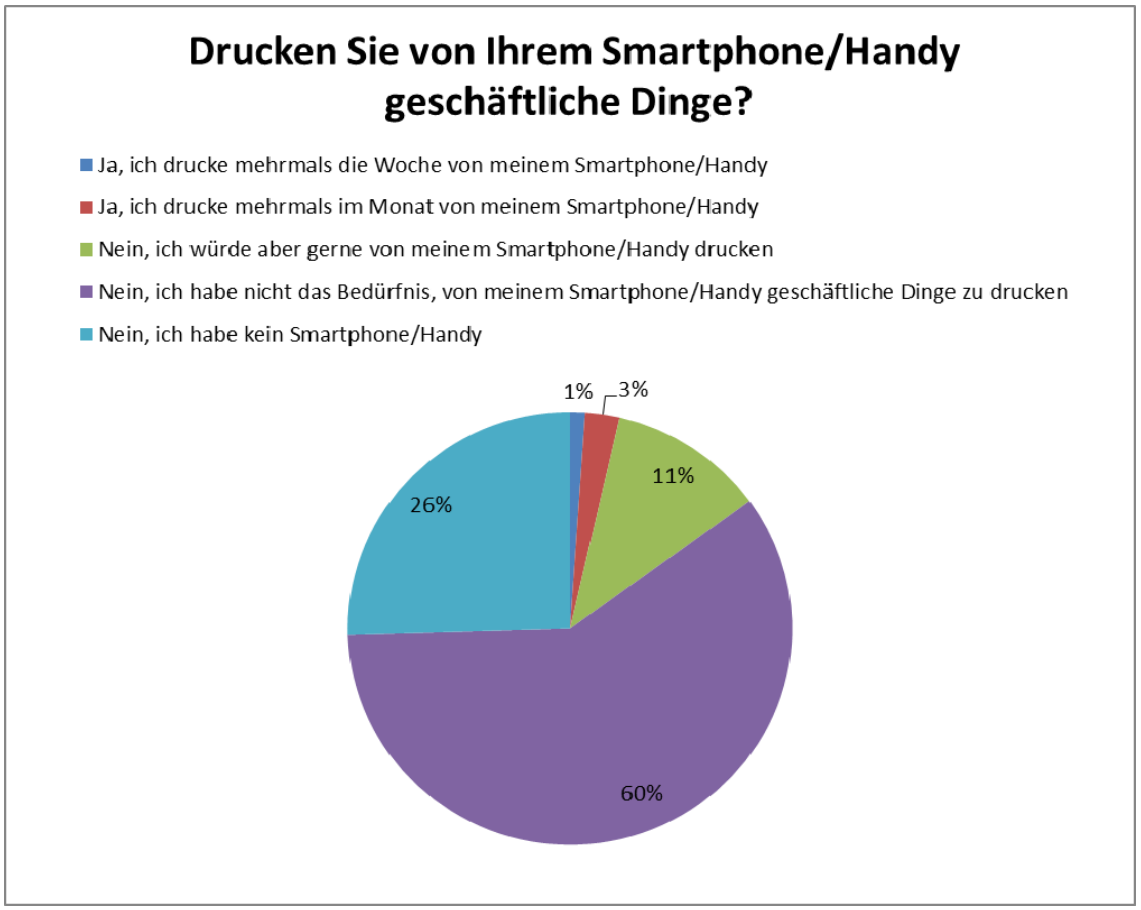
Insgesamt sind die Teilnehmer der Printerumfrage12 mit ihrer Arbeitsplatzeinrichtung (Ausstattung/Büroraum/Raumaufteilung) überwiegend zufrieden (86%). Die positive Bewertung des Arbeitsumfeldes ist dabei in allen Unternehmensgrößen zu finden. Bei Selbstständigen und kleinen Unternehmen bis 10 Mitarbeitern ist die Zufriedenheit am größten. Ein ähnliches Bild ergibt sich, wenn direkt nach der Druckgeräteausstattung am

Arbeitsplatz gefragt wird. Hier geben 94% an, dass sie mit der Ausstattung und Verfügbarkeit der Geräte zufrieden sind. Befragte, die unzufrieden mit ihrer Ausstattung sind, gaben vor allem an, dass die Geräte zu alt, zu langsam oder schlichtweg die Anzahl der Geräte zu gering ist.

Der überwiegende Teil der Home Office-Nutzer druckt laut eigener Aussage mehrmals pro Woche (72%) – nur 2% drucken so gut wie nie geschäftliche Dinge am Heimarbeitsplatz. Die Zahlen sind umso überraschender, da nur 35% der Befragten von ihrem Unternehmen einen Drucker für Zuhause gestellt bekamen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Arbeitnehmer mit der Ausstattung ihrer Büros überwiegend zufrieden sind. Das gilt auch für die Druckgeräte-Ausstattung. Großraumbüros werden von der Mehrheit abgelehnt. Als ideal werden Büros mit 2 bis 4 Mitarbeitern eingeschätzt. An Heimarbeitsplätzen wird häufig gedruckt – auch wenn Unternehmen ihre Mitarbeiter nicht mit entsprechenden Druckern ausstatten. Hier scheint es Nachholbedarf zu geben, die Heimarbeitsplätze in die Druckinfrastruktur des Unternehmens zu integrieren.

MOBILITÄT UND DRUCK



Drucken vom Smartphone ist zwar noch eine Nische aber es gibt einen Bedarf. Immerhin 11% der Befragten würden gerne von ihrem Smartphone drucken.

Derzeit steht die IT vor der Herausforderung, dass Mitarbeiter zunehmend mobiler werden und ihre Mobile Devices (Smartphones, Tablet PC, E-Reader) als wichtiges Arbeitsmittel nutzen. Damit entsteht die Erwartungshaltung, dass Mitarbeiter ortsunabhängig Druckjobs senden und am nächstgelegenen Ausgabegerät abholen können.

Die Printerumfrage12 beleuchtet, wie weit das sogenannte „Mobile Printing“ bisher verbreitet ist und ob durchschnittliche Anwender diesen Service überhaupt benötigen. Generell ist der Bedarf unterwegs zu drucken vergleichsweise gering. 83% der Befragten verneinten die Frage, ob sie beruflich unterwegs drucken müssen. Aber immerhin 9% der Befragten sagten, dass sie gerne von unterwegs drucken würden – und 4% nutzen sogar einen mobilen Drucker unterwegs.

Von den Teilnehmern der Printerumfrage 12 wollten wir wissen, ob sie von ihrem Smartphone, sofern vorhanden, geschäftliche Dinge drucken. Nur knapp 26% gaben an, dass sie kein Smartphone besitzen. Das verdeutlicht, dass Smartphones kein Randthema mehr sind. Man kann davon ausgehen, dass das Smartphone zur Selbstverständlichkeit eines Berufstätigen wird. 60% der Befragten antworteten, dass sie zwar ein Smartphone besitzen, aber kein Bedürfnis haben, davon Geschäftliches zu drucken. 11% würde gerne über das Smartphone drucken, kann es aber nicht und 3% drucken mindestens mehrmals pro Monat von ihrem Handy.

Die Zahlen belegen, dass es durchaus den Bedarf gibt sowohl von unterwegs als auch vom Mobile Device zu drucken. Während Mobile Printer immer ein Nischenthema sein werden, könnte eine Druckfunktion für Smartphones zukünftig zur Standard-Business-Anwendung werden. Es gibt tatsächlich einen Bedarf – auch wenn es das papierlose Büro ad absurdum führt. Der Druck vom Mobile Device ist technisch bereits ohne Probleme möglich, steht bei der IT bis dato allerdings nicht oben auf der Liste.

DRUCKEN FRAUEN ANDERS ALS MÄNNER?

Spätestens seit die größte Flächenmarktkette in Deutschland eine „Frauenecke“ eingerichtet hat, in der sie rosa Laptops und Lockenwickler zum Themengebiet „Frau“ zusammenfasste, ist die Gender-Diskussion im IT-Resale voll entbrannt. Kaufen und nutzen Frauen IT anders als Männer? Dieser Frage sind wir zumindest für den Bereich Drucker und Drucken nachgegangen. Bei näherer Analyse der Printerumfrage12 steht fest: Frauen kaufen anders ein, haben aber ein ganz ähnliches Druckverhalten wie Männer. Beide Geschlechter drucken am häufigsten zu Hause ihre selbst erstellten Textdokumente (Frauen 92%, Männer 96%) und am seltensten Artikel aus Nachrichtenseiten (beide 32%). Gravierende Unterschiede gab es nur im Bereich der Routenplaner. Hier gaben 70% der Frauen an, dass sie Wegbeschreibungen ausdrucken, hingegen nur 61% der Männer.

Bei den Kaufgewohnheiten gibt es zwischen Mann und Frau leichte Unterschiede. So beziehen Männer ihre Tinte und Toner häufiger über den Versandhandel als Frauen (Männer: 69%, Frauen: 56%). Generell tendieren Frauen in der Beschaffungen von Druckern eher in Richtung

offline, so kaufen sie ihre Drucker-Hardware am liebsten im Flächenmarkt (42%). Männer sparen sich den Weg und legen ihren Drucker lieber online in den Einkaufskorb (44%). Beim Papierkauf bevorzugen beide Geschlechter den Gang zum Lebensmittelmarkt (Männer: 30% , Frauen: 36%), die zweitbeliebteste Quelle für Papier ist geschlechterübergreifend der Computer-Fachmarkt. Interessant ist an dieser Stelle, dass Männer ihr Fotopapier am liebsten per Versandhandel (35%) kaufen, bei Frauen liegt der Versandhandel mit 26% nur ein Prozent vor dem Lebensmittelhandel (25%). Die oben bereits erwähnte Flächenmarktkette hat zwar von der Fachpresse deutliche Häme für die ungeschickte Ansprache der weiblichen Käuferschaft einstecken müssen – aber zumindest in Sachen Drucker suchen Frauen tatsächlich eher den Flächenmarkt auf, um die nötige Hardware nebst Verbrauchsmaterial zu beschaffen.

Bei den Kaufkriterien hingegen, die für ein Druckgerät entscheidend sind, gibt es zwischen Mann und Frau laut Printerumfrage12 so gut wie keine Unterschiede. Beide halten die Druckqualität für die wichtigste Eigenschaft eines Geräts, geringe Druckkosten für die zweitwichtigste. Der Funktionsumfang steht an dritter Stelle, knapp gefolgt vom Kaufpreis. Das Design des Druckgeräts spielt, sowohl für Männer als für Frauen, so gut wie keine Rolle.

WEITERE INTERESSANTE PRINTERUMFRAGE-ERGEBNISSE

- Laser haben es zu Hause schwer: Die Tintenstrahltechnologie ist immer noch mit Abstand die beliebteste Drucktechnologie (76%), mit weitem Abstand gefolgt von Schwarzweiß-Lasern.
- Kampagne der Deutschen Post hinterlässt Spuren: 80% kennen laut eigener Aussage den Begriff „E-Postbrief“, nur 42% den Begriff „De-Mail“.
- Achtungserfolg für elektronischen Papierersatz: 10% der Befragten lesen Bücher vorzugsweise per E-Book-Reader und Tablet-Computer.

Weitere Ergebnisse stehen über die Webseite www.printerumfrage.de oder über www.brother.de zum Download bereit.

ÜBER BROTHER

Brother gehört weltweit zu den führenden Anbietern von Output-Lösungen, vom Laser-Multifunktionsgerät für komplexe Profinetzwerke über brillante Fotoprinter für private Anwender bis zum Beschriftungssystem mit patentierten Bändern. Als besonders service- und anwenderorientiertes Unternehmen setzt Brother traditionell auf die Zusammenführung von Entwicklung, Produktion und Vertrieb im eigenen Haus. So können sich wandelnde Kundenanforderungen schnell und präzise in die Produktentwicklung einfließen. Auch die Brother-Philosophie der einfachen und einheitlichen Bedienerführung und die Entwicklung von Produktfamilien mit einheitlichem Verbrauchsmaterial lassen sich so am besten realisieren. Und beim Thema Qualitätssicherung spricht die Zuverlässigkeit der Brother-Produkte für sich.

Brother (Schweiz) AG, Täfernstrasse 30, Postfach 5108, CH-5405 Baden

Brother International GmbH, Zweigniederl. Österreich, Pfarrgasse 58, A-1230 Wien

Brother International GmbH, Im Rosengarten 14, D-61118 Bad Vilbel

ÜBER DOKULIFE

Dokulife ist ein Beratungs- und Marktforschungsunternehmen, das sich auf das Thema „Output Management“ spezialisiert hat. Gründer von Dokulife ist Oliver Jendro, Journalist, Berater und Spezialist für Output Management. Dokulife wird auf Projektbasis mit Spezialisten verstärkt. Wir beraten alle Unternehmensgrößen, vom Kleinunternehmen bis hin zum DAX-Konzern.

Oliver Jendro, Dokulife
Tel. 089/45 47 78 52
E-Mail oliver.jendro@dokulife.de