

Special

Tisch- und Taschenrechner

► *Nicht nur in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie im Moment kommt er häufig zum Einsatz: der Taschenrechner. Denn ganz egal ob anzeigende, druckende, programmierbare oder ökologische Modelle – gerechnet wird immer. In einer aktuellen **Umfrage** haben wir Hersteller und Distributoren nach der Entwicklung des Rechnermarkts und den Chancen des Fachhandels gefragt. ◀*

Abb. Fotolia, bureau@razorconcept.



► boss fragte...

1. Welche Entwicklung ist derzeit im Rechnermarkt auch im Hinblick auf Wissenschaftliche Schulrechner sowie Öko- und Design-Tischrechner zu beobachten?
2. Gerade im Taschenrechner-Bereich ist es für den PBS-Fachhandel wichtig, sich von Wettbewerbern wie Discountern und Flächenmärkten abzuheben. Wo sehen Sie die Chancen des Fachhandels und wie unterstützen Sie die Händler?

Karen FitzGerald

Calculator Business Manager EMEA, Hewlett Packard

1. Hewlett Packard hat mit der Entwicklung von wissenschaftlichen Rechnern Standards gesetzt. Unsere Produkte werden in Zusammenarbeit mit Lehrern und Pädagogen entwickelt und sind speziell auf die Bedürfnisse in der Ausbildung und auf den Anwender zugeschnitten. Der „SmartCalc 300“ als neuestes Modell unserer Wissenschaftlichen Schulrechner entwickelt sich zu einem Verkaufserfolg in Europa und wird 2010 auch verstärkt auf dem deutschen Markt angeboten.

Im mittleren und hochwertigen Bereich von Wissenschaftlichen Rechnern hat Hewlett Packard mit dem HP-35 und HP-50G Produkte im Angebot, welche konkurrenzlos Marktbedürfnisse abdecken. Über alle Produktlinien arbeitet HP mit den höchsten Umweltstandards, niedrigstem Energieverbrauch und innovativer Verpackung, um die Auswirkungen des Transports zu reduzieren. Spezifische Öko-Rechner sind jedoch nicht auf dem aktuellen Plan. Design- und Innovation ist unser Thema. Mit dem „HP Quick Calc“ sowie der „Office-Calc“-Serie setzten wir neue Maßstäbe. Hochwertige HP-Produkte zu besten Konditionen im ansprechenden Design kennzeichnen die Entwicklung von Hewlett-Packard-Rechnern.

2. Hewlett Packard als Weltmarke setzt auf den Fachhandel. Als Welt-Marktführer bei Finanzmathematischen Rechnern haben wir sehr gute Erfahrungen und Ergebnisse mit dem Fachhandel. Dies



möchten und werden wir mit dem gesamten Rechner-Sortiment weiterhin ausbauen. Speziell unsere neue Office-Linie bietet sich hierfür an. Aktive Unterstützung angefangen von Demo-Geräten über Projektschutz bis hin zur Betreuung vor Ort durch unsere Vertriebspartner in Verbindung mit der Marke Hewlett Packard gibt dem Fachhandel die Möglichkeit, sich vom Massenprodukt zu differenzieren und sich qualitativ über HP zu positionieren.

Ludwig Bunse Vertriebsleiter Calculators, Citizen Systems Europe

1. Der Schulmarkt ist ein wichtiges Marktsegment, das Citizen als Markenhersteller nicht auslassen darf. Um unseren Kindern den richtigen Einstieg in die Mathematik zu ermöglichen, haben wir den FC-Junior entwickelt, der 2009 in Frankreich und Italien erstmalig eingeführt wurde. Nach mehr als positiven Erfolgen wird dieser Rechner 2010 europaweit und somit auch in



Deutschland angeboten. Ökologie ist ein wichtiges Thema und wird auch von uns als Hersteller schon seit Jahren im Produktions-

prozess berücksichtigt. Ökorechner machen jedoch nur Sinn wenn die Gesamtbilanz der Umweltbelastung einen positiven Effekt für die Umwelt darstellt. Designrechner und Farbe werden das Thema 2010 sein und dem Fachhandel zusätzliche Möglichkeiten zur Differenzierung eröffnen. Design differenziert und erlaubt es, sich vom direkten Vergleich abzusetzen. Unsere neuen Mo-

delle sind vom Design und von der Farbe darauf abgestimmt, dem Kunden zu gefallen und Kaufanreize zu schaffen. Produktpräsentationen und Marktuntersuchungen haben ergeben, dass drei von vier Käufern Citizen Farb-Rechner nur aufgrund des Designs ohne Preisvergleich gekauft haben.

2. Citizen hat eine klare Vertriebs- und Preisstrategie. Mit unserem Distributionspartner der Birkhold/Moravia stimmen wir Preise und Konditionen so ab, dass der Fachhandel sich richtig positionieren kann. Im Rahmen unserer Partnerschaft streben wir eine Win-Win-Situation für alle an. Jeder soll vernünftig und gut verdienen, um auch in die Marke Citizen investieren zu können. Fachhändler, die sich entsprechend positionieren, werden aktiv mit jahreszeitlich abgestimmten Promotions unterstützt.

Achim Schmid Vertriebsleiter, Birkhold GmbH

1. Bei den Schulen ist der Trend zu sehen, dass immer mehr grafische Taschenrechner statt analoger Modelle geordert werden. Hier zeigt sich, dass ein paar wenige Spezialisten dieses Geschäft beherrschen und abwickeln.



Auf der anderen Seite ist ein fast genauso interessanter Markt auf der Fläche entstanden, bei dem wir durch das enorme Filialnetz, hochinteressante Stückzahlen mit vernünftiger Marge verkaufen konnten. Öko-Rechner werden zwar immer wieder nachgefragt, nur

ist bei den Ausschreibungen meist das bereits im Hause eingesetzte Modell angefragt. Ganz anders sieht es bei den Designrechnern aus. Immer mehr Händler lassen sich von Form, Design und Farbe begeistern und kaufen und vor allem verkaufen diese ohne Probleme. Dies tun auch mittlerweile Papeterien, die sich in der Vergangenheit nicht an das Thema Tisch- und Taschenrechner herangewagt haben.

2. Hier haben wir seit Anfang des Jahres mit dem Lieferanten Citizen alle Trümpfe, die ein Händler sich wünschen kann, in der Hand. Da wir diese Range in Deutschland exklusiv vermarkten, können wir hier bei Ausschreibungen nicht nur unterstützen, z. B. durch Demogeräte oder Vor-Ort-Unterstützung des Außendienstes, wir können auch hier definitiv Projektpreise und Projektschutz anbieten. Auch bei unseren Eigenmarken Fiamo und Rebell hat der Fachhandel keine Probleme, auch bei kleineren Mengen die Preise der Fläche nachzuvollziehen. Mit dem Fiamo Math. Professor haben wir ein ideales Weihnachtsgeschenk – eine absolute Empfehlung an den Handel für das Jahresendgeschäft.

Saskia von Boxberg Produktmanager Calculator, Sharp Electronics Germany/ Austria

1. Der Trend geht zu Rechnern mit realistischer Darstellung wie bei unseren Write-View-Schulrechnern. Die Umsetzung von Mathematikaufgaben wird durch diese Darstellung auch bei den klassischen Schulrechnern ohne Grafikfunktion dem Schüler erleichtert, so dass er sich auf die eigentliche Aufgabenstellung konzentrieren kann. Ganz ent-

scheidend sind die Unterstützungsprogramme für Schulen, so werden Freigeräte bei der Bestellung von Klassensätzen über den Fachhandel ausgeliefert. Lehrer erhalten direkten Support vom Schulrechner-Hersteller hinsichtlich kostenloser Unterrichtsmaterialien oder bei speziellen Berechnungsanforderungen in den Prüfungsregelungen der einzelnen Bundesländer durch Mathematik-Spezialisten. Öko-Rechner werden nur zögerlich vom Markt angenommen. Voraussetzung ist, dass (fast) keine Preisdifferenz zu den Standardrechnern besteht. Dies gilt auch für die Design-Rechner, die sich nur mit einem geringen Preisaufschlag vermarkten lassen.

2. Sharp unterstützt den PBS-Fachhandel durch gezielte Marketingmaßnahmen, z. B. bei der Integration der Rechner in deren Kataloge und Internetauftritte. Das Ladengeschäft mit entsprechend aufwendiger Ausstattung nimmt an Bedeutung im Rechnerbereich entsprechend ab. Dies ist auch ein Grund dafür, warum sich komplizierte, neue Funktionalitäten in Tisch- und Taschenrechnern schwer vermarkten lassen, da diese einen hohen Erklärungsbedarf haben und sich in der Katalog- oder Internetpräsenz nur schwer darstellen lassen. Das Schulgeschäft mit Rechnern läuft überwiegend über den Fachhandel, der die massiven Unterstützungsprogramme der Hersteller abwickelt, während der fachliche Support direkt von den Herstellern gewährleistet wird. Discounter oder Flächenmärkte sind bislang nicht in der Lage, diese Unterstützungsprogramme umzusetzen und Schulen die erforderliche „Sonderbetreuung“ zukommen zu lassen. Hierzu zählt beispielsweise ein spezieller Garantieservice.

Frank Maron

**Key Account Manager,
Casio Europe GmbH**

1. Im Schulrechnersegment ist eine klare Entwicklung zu beobachten: Formeln werden ganz natürlich. Die Darstellung mathematischer Ausdrücke erfolgt in natürlicher Schreibweise wie im Mathematikbuch und findet sich in unterschiedlichen Produktgruppen der Casio Schul- und Grafikrechner wieder. Durch die identische Darstellung mathematischer Ausdrücke in unterschiedlichen Medien wie Schulrechner, Mathematikbuch oder auch beim Tafelanschrieb, entfällt das Umdenken für den Schüler aufgrund verschiedener Darstellungsformen im Unterricht.



Logische Gesetzmäßigkeiten können durch Beobachten und Ausprobieren einfacher verinnerlicht werden.

Durch die erhöhte Transparenz und die erleichterte Kontrolle von Eingaben wird das Verständnis der Schüler verbessert. Der Gesamtmarkt der Standard-Schulrechner ist bedingt durch sinkende Schülerzahlen leicht regressiv. Casio konnte gegen den Trend in den Stückzahlen auf hohem Niveau noch einmal zulegen. Dem Handel eröffnet dies, kombiniert mit der Tendenz zu höherwertigen Modellen mit „Natürlicher Darstellung“, zusätzliche Umsatzpotentiale. Ob privat oder beruflich – umweltbewusstes Handeln ist heute aus keinem Lebensbereich mehr wegzudenken und ein Trend zu mehr Umweltorientierung ist klar erkennbar. Ökologisch nachhaltige Produkte sind gefragt. Umweltsiegel wie der Blaue Engel bieten zuverlässige

Orientierungshilfe. Der rein solarbetriebene Taschenrechner SL-760 ECO hat diese Auszeichnung erhalten. Bei dem Modell verzichten wir vollständig auf den Batteriebetrieb und setzen damit ein Zeichen für die Umwelt. Umweltbewusstsein wird bei Material und Verpackung aller ECO-Modelle großgeschrieben: Das Gehäuse dieser Rechner besteht aus wiederverwerteten Kunststoffen, die Verpackung und die Bedienungsanleitung aus Recycling-Papier. Mit den Designmodellen richten wir uns an stilbewusste Berufstätige, die im Büro Wert auf ein repräsentatives Ambiente legen. Durch die Design-Tischrechner konnten wir eine neue Käuferschicht ansprechen, die neben der Funktionalität insbesondere das moderne Aussehen der Rechner schätzt. Damit hat sich Casio noch stärker am Markt differenzieren und positionieren können. Auch in diesem Segment sind die Verkaufszahlen stetig auf hohem Niveau wachsend.

2. Während von den Discountern nahezu ausschließlich preisaggressive No-Name-Produkte angeboten werden, stellt sich das Sortiment der Flächenmärkte differenzierter dar. Hier stehen die Markenprodukte neben Handelsmarken und No-Name im Vordergrund. Die Chancen des Fachhandels liegen eindeutig in der verstärkten Konzentration auf Markenprodukte, verbunden mit hochwertiger Warenpräsentation und kompetenter Beratung. Als Marktführer im Gesamtmarkt Rechner sind wir uns dieser Anforderungen bewusst und haben daher ein umfangreiches Programm zur Unterstützung des Fachhandels entwickelt. Basis des Verkaufserfolges sind in erste Linie attraktive Produkte. Diesem Anspruch wird Casio mit einer breiten und tie-



fen Sortimentspalette über alle Rechnerkategorien gerecht. Vom Taschenrechner im Einstiegssegment bis zum High-End-Grafikrechner findet sich im Casio-Produktportfolio in jeder Preisklasse und für jeden Funktionsanspruch das richtige Produkt. Die breite Auswahl erlaubt jedem Händler eine individuelle Sortimentszusammensetzung, die aufgrund des einheitlichen Verpackungsdesigns und der klaren Erkennbarkeit der Produkte stets ein homogenes Sortimentsbild ergibt. Dies ermöglicht den Kunden einen schnellen Überblick über das Angebot. Neben PoS-Material, wie Flyern, Produktkatalogen, Funktionsübersichten und Postern bieten wir auch eine breite Auswahl an exklusiven Metall-Displays. So ermöglichen die Warenträger für 1, 2, 4, 8 oder mehr Modelle, vom Theken- bis zum großen Standdisplay, jedem Fachhändler individuell passende Präsentationsmöglichkeiten. Für die Auslage in der Vitrine, im Schaufenster oder auch im Regal können wir zusätzlich Plexiglas-Aufsteller zu Verfügung stellen, die zur Musterpräsentation oder auch für Produktdatenblätter/Flyer eingesetzt werden können. Durch unsere spezialisierten Distributionspartner Bander- mann GmbH, Hoffbauer AG und Schneider Novus GmbH ist eine flächendeckende und kompetente Betreuung des Fachhandels sichergestellt. Alle Modelle aus unserer Produktpalette sowie die erwähnten PoS-Materialien und Displays können über unsere Partner bezogen werden.

Roland Kern

**CCI Account Manager,
Canon Deutschland GmbH**

1. Canon hat als erster Hersteller zur Paperworld 2008 Rechner aus Recycling-Material

vorgelegt. Preislich konform mit herkömmlichen Modellen, haben Verbraucher seither also die Möglichkeit, sich auch für ökologisch nachhaltig hergestellte Produkte zu entscheiden, ohne hierfür extra tief in den Geldbeutel greifen zu müssen. Hergestellt waren diese ersten Rechner aus Materialien, die aus ausgedienten Canon-Kopierern stammten. Die Rechner wurden ausgezeichnet angenommen, und Canon hat die Produktpalette deshalb auf Modelle aus dem Schulbereich sowie den druckenden Tischrechner-Bereich erweitert. Auch in diesen Segmenten setzte sich die Erfolgsgeschichte nahtlos fort, so dass man heute schon sagen kann, dass Canon als Synonym für Öko-Rechner im Markt steht. Das Erfolgskonzept hat mittlerweile Nachahmer gefunden – ein Zeichen dafür, dass wir mit diesen Modellen auf dem richtigen Weg sind. Die zweite Generation ökologischer Rechner haben wir im



September vorgestellt. Mit dem neuen Modell X Mark-I wird nicht nur der Aspekt Umwelt berücksichtigt, auch das Design ist bemerkenswert. Beim X Mark-I kommen Produktionsrückstände der Digitalkamera Ixus zum Einsatz. Da ist gutes Aussehen quasi verpflichtend. Besonders im Gesundheitswesen wird sich ein weiterer Rechner bewähren: Mit antibakterieller Beschichtung kommt das Modell überall dort zum Einsatz, wo Hygiene eine wichtige Rolle spielt. Canon kann also durchaus als Hersteller mit Vorreiter- und Vorbildfunktion in diesem Segment bezeichnet werden, der mit seiner besonderen Pro-

duktphilosophie neue Maßstäbe und Akzente setzt, die sicher bald von anderen Herstellern aufgegriffen werden.

2. Die Marken-Welt von Canon ist äußerst positiv belegt und steht beim Verbraucher in vielerlei Hinsicht hoch im Kurs. Man kennt die Produkte und Lösungen als zuverlässig und von hoher Qualität, als zeitgemäß und trendig. Dieses Bild wird durch den Ökologie-Aspekt nochmals nachhaltig gestärkt. Der PBS-Fachhandel profitiert von diesem starken Marken-Wert und kann sich damit beim Verbraucher profilieren. Anders als bei No-Name-Brands spricht der Verbraucher dem Verkäufer intuitiv eine hohe Kompetenz zu. Mit einem speziell für den Fachhandel entwickelten Thekenaufsteller für die ökologischen „grünen“ Rechner bringt der Händler dem Kunden den so wichtigen ökologischen Aspekt mühelos und ohne viel Worte nahe.

Gerd Bander mann Geschäftsführer, Bander mann GmbH

1. Wir konnten in den vergangenen Monaten keinen starken Rückgang des Schulrechnerabverkaufs, bedingt durch die Wirtschaftskrise feststellen, so dass von einer weiterhin positiven Entwicklung des Schulrechnersegmentes gesprochen werden kann. Im Bereich der Tischrechner sieht der Trend ähnlich aus, sowohl die neuen High-Line-Modelle, die in schickem Klavierlack daher kommen, als auch die Öko-Modelle scheinen ihren Platz im Markt bereits gefunden zu haben.



2. Die Chancen des Fachhandels liegen ganz klar im Servicebereich. Der Fachhandel kann mit deutlich größeren Produktkenntnissen aufwarten, als es die Wettbewerber können. Durch die Möglichkeit viel enger mit dem Kunden zusammenarbeiten zu können, steigen die Chancen, diese Kunden auch langfristig an sein Haus binden zu können – denn da wo die Beratung stimmt, fühlt man sich wohl und kommt gerne wieder.

Ein weiteres Merkmal, das den Fachhandel deutlich von Flächenmärkten und Discountern unterscheidet ist das Angebot. Landen bei Discountern häufig eher No-Name-Rechner und ein lediglich kleines Sortiment in den Regalen, bietet der Fachhändler in der Regel hochwertige Markenprodukte in einem sehr großen Gesamtsortiment an. Unterstützung erfährt der Fachhandel beispielsweise durch Händlerschulungen, die nach Absprache von unseren Außendienstlern vor Ort beim Fachhändler durchgeführt werden. Neben diesen Schulungen helfen wir natürlich auch gerne bei technischen Fragen durch unsere Hotline und bieten dem Fachhandel selbstverständlich die besten Einkaufskonditionen, die eine ständige Warenverfügbarkeit sicherstellen

Helmfried Schüller
Manager Marketing and
Sales Support, Olivetti
Deutschland GmbH

1. Der Rechnermarkt in Deutschland ist seit Jahren ein relativ stabiler aber geschlossener Markt. Die aktuelle Wirtschaftslage beeinflusst natürlich momentan die Kaufentscheidungen auch zu dem Investitionsgut Tisch- und Taschenrechner. Während im Markt von einem Einbruch bei bestimmten Produktsortimen-

ten (z. B. Schulrechner oder druckende Tischrechner) und bei bestimmten Herstellern von bis zu 30 % berichtet wird, konnten wir in diesem Jahr mit unserer TA Triumph-Adler Rechner-Serie nahezu gleichbleibende Umsätze verzeichnen. Die werbliche Konzentration einer Produkt-Serie auf umweltfreundliche Öko-Rechner oder Design-Rechner ist sicherlich nicht das Zugpferd für die Kaufentscheidung. Aber genutzt als Zusatzargumente, bringen Hinweise auf die Nutzung von Recyclingmaterialien bei der Herstellung der Gehäuse und auch ein durchgängiges, wertiges Design einen Zusatzumsatz.

2. Wir bringen dem Fachhandel Rechnermodelle die den starken und traditionellen Markennamen TA Triumph-Adler oder Olivetti tragen. Insbesondere die TA Triumph-Adler Rechner sind seit 25 bis 30 Jahren nahezu unverändert im Markt präsent und treffen nach wie vor die Anforderungen der Anwender gerade hinsichtlich der



Produktqualität und Lebenserwartung. Unsere Rechnermodelle werden traditionell zu einem gehobeneren Preisniveau

im Markt eingeführt. Damit haben wir den Vertriebsweg über den professionellen Bürofachhandel definiert und dem Fachhandel die Chancen auf hohe Margen ermöglicht. Für einen Discounter oder Flächenmarkt sind z. B. Marken-Taschenrechner wegen der hohen Preisgruppe uninteressant und nicht in der gewünschten hohen Stückzahl in einer Aktion zu vermarkten. Unsere Tisch- und Taschenrechner der

Marken TA Triumph-Adler oder Olivetti sind Produkte für den professionellen Anwender im Büro und werden nahezu ausschließlich über den Fachhandel vermarktet. ◀