

UNTERNEHMEN

Flüssiges Gold

Überteuerte Tintenpatronen von Computerdruckern sind ein ewiges Ärgernis für Konsumenten. Nun will Billiganbieter Dell den Marktführer Hewlett-Packard angreifen.

Die womöglich teuerste Flüssigkeit der Welt? Man mag da – politisch korrekt – zunächst an Blut denken. Oder, angesichts der aktuellen Preissprünge, an Benzin. Luxusfreunde würden mutmaßen, es sei Champagner. Alles falsch.

Druckertinte, so erfuhren kürzlich Besucher eines Innovationsgipfels des Wirtschafts_magazins „Economist“, ist mit rund 1700 Euro pro Liter viel teurer und wird nur von wenigen Weinen oder Parfum-Legenden wie Chanel No. 5 übertroffen.

Was bei Verbrauchern regelmäßig Ärger auslöst, gefällt den Managern beim Branchenführer Hewlett-Packard (HP) aus Kalifornien umso besser: Nur 30 Prozent der Umsätze, aber rund drei Viertel ihrer Gewinne verdankt HP-Chefin Carly Fiorina der Sparte „Imaging and Printing“ – und da vor allem dem Handel mit dem flüssigen Gold der Computerindustrie.

Der Trick, der von Firmen wie Canon, Epson oder Lexmark dankbar kopiert wird, ist simpel und uralt zugleich: Mit Druckerpreisen, die teilweise unter 50 Euro liegen, kurbeln die Hersteller das Geschäft an. Zur Kasse gebeten werden die Käufer später, wenn sie quasi gezwungen sind, genormte und heillos überteuerte Tintenpatronen derselben Firma zu kaufen.

Zwei Farbpatronen kosten oft so viel wie ein neuer Drucker. Für fast jede neue Gerätegeneration werden neue Kartuschen eingeführt, und mit allerlei Tricks sorgen die Konzerne dafür, dass Tintenlieferanten wie Jet Tec, Geha oder Pelikan die Originalpatronen nur schwer kopieren können.

Dabei stieß Marktführer HP eher durch Zufall auf den Profitbringer, wie der Chef der Druckersparte, Vyomesh Joshi, gerade in der „New York Times“ gestand: „Wir haben das Business-Modell zunächst gar nicht verstanden und auch nicht erwartet, dass die Tinte so ein Riesengeschäft wird.“ Inzwischen haben die HP-Manager ihre Taktik bis ins letzte Detail ausgeklügelt.

Die Freude des Konzerns ist der Frust der Verbraucher. In den USA führten Trickserien mit Druckertinte sogar schon zu Prozessen in über 30 Bundesstaaten – die meisten sind noch nicht entschieden.

In Brüssel untersucht die EU-Kommission den Tintenwucher und prüft, ob es unter den Herstellern Preisabsprachen gibt. „Ein sehr aufwendiges Unterfangen“, sagt eine Sprecherin der Wettbewerbskommission.



Hewlett-Packard-Chefin Fiorina
Vorherrschaft bröckelt

sion. Das Office of Fair Trading in London hat die Geschäftspraxis von Druckerherstellern ebenfalls unter die Lupe genommen und fordert zumindest bessere Aufklärung über die Betriebskosten. Für Dezember ist ein Zwischenbericht angekündigt.

Den ausgesprochen lukrativen Markt hat schließlich auch Kevin Rollins, der neue Chef beim Computerriesen Dell, entdeckt. Mit Tiefpreisen, so versprach Rollins, werde der texanische Konzern den Druckermarkt aufwirbeln und dem „Betrug am Kunden“ ein Ende bereiten – ganz so, wie es Unternehmensgründer Michael Dell einst im Computerhandel vormachte.

Seit vergangenen Jahr bietet Dell in Kooperation mit Lexmark und anderen HP-Konkurrenten ebenfalls Drucker an. Aus dem Stand konnte der PC-Versandhändler

in den USA über zehn Prozent Marktanteil im Bereich der Tintenstrahldrucker erobern. Und das soll erst der Anfang sein.

Zwar scheint der Dell-Erfolg bislang vor allem auf Kosten japanischer Konkurrenten wie Canon und Epson zu gehen. Andererseits lassen neue Studien vermuten, dass die HP-Vorherrschaft langsam zu bröckeln beginnt. Zumindest in den USA ist der Primus schon von 53 Prozent Marktanteil auf 48 Prozent gerutscht.

Allerdings sind die Gewinnmargen im Printing-Geschäft von HP dabei noch gestiegen. Im vergangenen Jahr konnte die Abteilung zehn Prozent zulegen. Die Division ist damit so dominierend für die Gesamtbilanz, dass Spartenboss Joshi schon als potenzieller Nachfolger für seine angeschlagene Chefin Fiorina gehandelt wird.

Angesichts eines so guten Laufs will Joshi nichts hören von überteuerten Tintenpatronen, die er und seine Gefolgsleute regelmäßig als komplexe Hightech-Verschleißteile anpreisen. „So eine Kartusche ist vergleichbar mit dem Motor samt Benzintank eines Autos“, sagt ein Top-Manager aus Joshis Team. „Der Preis spiegelt die Entwicklungskosten wider.“

Davon sind Experten wie Phil Sargeant von der Marktforschungsfirma IDC kaum zu überzeugen. „Selbst wenn man die zum Teil hohen Investitionen berücksichtigt, lassen sich die Preise nicht rechtfertigen“, sagt Sargeant. „Billige Drucker, teure Tinte, das ist nun mal das Geschäftsmodell.“

Und so ließ auch Herausforderer Rollins den großen Worten erst wenig Taten folgen – bislang ist die Tinte bei Dell kaum billiger als bei der Konkurrenz. Doch angeblich arbeiten die Dell-Forscher an Lösungen, mit denen die Druckkosten demnächst um 30 Prozent reduziert werden.

Für noch mehr Bewegung im Markt dürfte aber die EU-Kommission sorgen. Sie will ab 2006 nur noch Drucker zulassen, die mit wieder auffüllbaren Patronen arbeiten. Und dann, so schätzen Experten, könnten die Preise um mehr als 50 Prozent sinken.

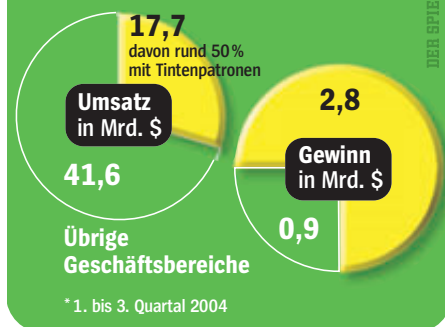
JOCHEN SIEGLE

Am Tintentropf

Hewlett-Packard-Geschäftszahlen*



Geschäftsbereich
Imaging and Printing
Foto- und Druckertechnik



Drucker-Präsentation von HP
„Tinte ist ein Riesengeschäft“