

# Consumer-Notebook gegen Business-Laptop - das macht den Unterschied

**Klein, groß, flach, dick. Egal welche Form, ein Laptop gehört immer zu einer von zwei Kategorien: Consumer oder Business. Wir klären, worin die wichtigsten Unterschiede bestehen.**

Laptops kommen in vielen Formen daher: Es gibt super dünne und super leichte Modelle, Mischungen aus Notebook und Tablet, Desktop-Ersatz-Geräte, 2-in-1-Laptops und portable Workstations. Trotzdem kann man all diese unterschiedlichen Ausführungen immer einer von zwei Kategorien zuordnen: Consumer- oder Business-Gerät. Wir sagen Ihnen, worin die Unterschiede bestehen und helfen bei der richtigen Wahl für Ihre Bedürfnisse.

Viele der hier gemachten Ausführungen zu Business-Notebooks gelten hauptsächlich für Enterprise-Geräte, also für das Szenario, wenn ein Großunternehmen wie beispielsweise BMW gleich mal 1000 Exemplare einkauft. Bei Klein- und Kleinstunternehmen verschwimmen die (Preis)-Grenzen zwischen Business- und Endconsumer-Notebooks jedoch vielfach. So gibt es auch günstigere Business-Notebooks wie zum Beispiel das Dell Vostro für kleinere Firmen. Grundsätzlich kann man aber sagen, dass Business-Notebooks bei gleicher Ausstattung deutlich mehr kosten als Endconsumer-Laptops.

## Der Unterschied beginnt schon mit dem Namen

Laptop-Hersteller machen es einem eigentlich einfach zwischen Consumer- und Business-Produkten zu unterscheiden. Sie nennen sie einfach anders: Lenovo verkauft seine IdeaPads etwa an normale Verbraucher, seine ThinkPads dagegen an Business-Kunden. Dells XPS- und Inspiron-Modelle richten sich an gewöhnliche Endnutzer, die Latitude-Reihe eher an Firmen. Bei Toshiba sind die Satellite-, Qosmio- und Kirabook-Marken für Otto-Normal-Verbraucher gedacht, die Marke Tecra kennzeichnet Business-Geräte. Acer hat seine Aspire-Geräte für normale Nutzer im Repertoire, die TravelMates für geschäftliche Arbeiten. Und bei HP findet man als normaler Nutzer etwas passendes mit Pavilion, TouchSmart, Envy, Spectre und Split; als Business-Mensch mit der G-Serie, EliteBook, Pro, ProBook und ZBook.

Noch offensichtlicher funktioniert die Unterscheidung beim Preisschild: Business-orientierte Notebooks kosten locker das Doppelte der Standard-Geräte. Dabei bestehen beide Gerätetypen aus ähnlichen Komponenten, benutzen beide ähnliche Betriebssysteme und Software. Wollen die PC-Hersteller also nur die Business-Kunden für das gleiche Produkt stärker zur Kasse bitten?

Nun, vielleicht mag in der Vermutung auch ein Körnchen Wahrheit stecken. Doch das wäre nur ein kleiner Teil der ganzen Begründung. Auf dem PC-Markt herrscht ein massiver Wettstreit und Profit-Margen sind oft so dünn wie Pauspapier. Der Hauptgrund, warum Business-Laptops mehr kosten als Consumer-Modelle ist, dass Firmen – egal ob groß oder klein – Computer wollen, die lange halten und leicht auf dem neuesten Stand zu halten sind. Daher bringen Business-Laptops meist eine längere Garantiezeit mit, besitzen größere Ersatzteillager, einen technischen Support, zusätzliche Sicherheitsfunktionen und die Möglichkeit der Fernsteuerung via Remote-Management. Die Kosten für diese Extras schlagen sich dann im Preis nieder. Jetzt, wo Sie aber über diese Extras Bescheid wissen, können Sie selbst entscheiden, ob sie den Mehrpreis für Sie wert sind.

## **Haltbarkeit und Lebensspanne**

Business-Laptops sollen oft deutlich länger im Dienst verweilen als ihre Consumer-Gegenstücke. Außerdem wird erwartet, dass sie auch ruppiges Handling besser verkraften. Aus diesem Grund bestehen Business-Laptops meist aus robusterem Material – zum Beispiel Aluminium oder Magnesium – und sind stabiler in der Konstruktion. Consumer-Modelle hingegen – vor allem die Budget-Geräte – bestehen meist nur aus einer Vielzahl verschiedener Plastik-Arten.

Die meisten Firmen bleiben bei Geräten von ein oder zwei Laptop-Modellen und arbeiten mit ihnen meist für mindestens drei Jahre. Diese Stabilität entlastet auch die IT-Abteilung einer Firma, die dann weniger häufig technischen Support leisten muss. Bringen Hersteller ein neues Business-Laptop-Modell auf den Markt, stellen sie für gewöhnlich sicher, dass das exakte Gerät für mindestens 18 Monate bis ca. fünf Jahre erhältlich ist. So können Firmenkunden auch nach einer Weile noch problemlos ihre Laptop-Flotte aufstocken, ohne auf ein neues Modell wechseln zu müssen. Auch Ersatzteillager beim Hersteller sind für Business-Geräte deutlich besser und länger gefüllt, als es bei Consumer-Geräten jemals der Fall sein wird. Selbst für den Fall, dass nicht alle Ersatzteile am Ende verkauft werden können. Diese Lagerkosten sind ebenfalls im höheren Anschaffungspreis miteinberechnet. Business-Notebooks sind generell einfacher zu reparieren. Superspezial-Schrauben oder Apples merkwürdige neue Pentalobe-Verschlüsse werden Sie an einem Firmengerät nicht finden (es sei denn, Sie nutzen ein MacBook Pro). Ein normaler Schraubenzieher genügt, um an das Innenleben des Geräts zu kommen. Und manchmal – zum Beispiel bei HPs ZBook 15 – brauchen Sie nichtmal das. Dann wird der Laptop nur von Schiebeverschlüssen zusammengehalten, die im Handumdrehen Arbeitsspeicher, Festplatte Wi-Fi-Adapter, Akku und mehr freilegen.

## **Vorinstallierte Software**

Beim ersten Start eines Consumer-Laptops finden Sie oft eine ganze Reihe an Abfallprogrammen, die schon vor der Inbetriebnahme den Festplattenspeicher besetzen (eine positive Ausnahme sind hier die Tuxedo-Notebooks): Spiele, Demos, Trial-Versionen, Links zu Webseiten, und so weiter. Software-Hersteller bezahlen Laptop-Hersteller dafür ihre sogenannte „Bloatware“ auf den Geräten zu installieren – und drücken so auch den Marktpreis für das fertige Produkt. Sie sind natürlich nicht verpflichtet, auch nur ein einziges der vorinstallierten Programme auf dem Laptop zu belassen. Sie alle einzeln zu löschen ist aber dennoch eine ziemlich nervige Angelegenheit. Selbst mit kostenlosen Deinstallern wie Piriforms CCleaner .

Unternehmen wollen dagegen keine Zeit mit langen Deinstallationsprozessen verbringen, weshalb Hersteller die vorinstallierte Software auf Business-Geräten gleich auf ein absolutes Minimum begrenzen. Kauft ein Unternehmen gleich eine ganze Reihe an gleichen Laptop-Modellen vom Hersteller, kann es sich oft sogar aussuchen, welche Software vorinstalliert mitgeliefert werden soll und welche nicht.

Damit in einer Firma alle Mitarbeiter mit ihren Laptops auf dem gleichen Stand sind, bleiben sie oft lange bei ein- und demselben Betriebssystem – auch, wenn schon längst eine neuere Version auf dem Markt ist. Wer einen Consumer-Laptop kauft, bekommt heutzutage in aller Regel Windows 8.1 als Betriebssystem. Das kann bei neueren Business-Laptops zwar auch der Fall sein, allerdings haben Käufer dort meist die Möglichkeit, kostenlos auf ein älteres System downzugraden – etwa von Windows 8 auf Windows 7. Alternativ können sie auch ganz weg von Windows und zu Linux wechseln.

## **Garantien, Service und Tech-Support**

Der typische Consumer-Laptop wird meist mit einer Herstellergarantie versehen, die typische Defekte für ein Jahr ausschließt. Budget-Geräte umfassen oft auch nur eine schlappe 90-Tage-Garantie. Das hält den Verkaufspreis niedrig und gibt gleichzeitig Verkäufern die

Chance, eigene Dritthersteller-Garantien und –Versicherungen mit zu verkaufen. Jeder Business-Laptop, der diesen Namen verdient, bringt dagegen mindestens eine dreijährige Hersteller-Garantie mit, die wahlweise noch auf fünf oder sechs Jahre ausgeweitet werden kann.

Wenn ein Standard-Laptop den Geist aufgibt, müssen Sie das Gerät meist auf eigene Kosten beim Hersteller einsenden, der es prüft und gegebenenfalls repariert. Muss ein defektes Teil ausgetauscht werden, haben Sie oft auch keinerlei Garantie, dass das besagte Teil überhaupt auf Lager ist. Im schlimmsten Fall warten Sie nach dem Einschicken wochenlang auf die Rücksendung Ihres dann (hoffentlich) reparierten Geräts.

Diese Wartezeit können sich Firmenkunden nicht leisten. Eine Firmen-IT-Abteilung nimmt Reparaturen daher oft selbst vor, oder beschäftigt zumindest eine oder mehrere Personen, die sich im Schadensfall direkt mit dem Gerätehersteller auseinandersetzen. Muss ein Laptop doch mal eingeschickt werden, haben Business-Kunden typischerweise Anspruch auf einen Kundendienst, der persönlich vorbei kommt, oder zumindest auf eine Express-Bearbeitung des Problems (meist innerhalb von 24 Stunden inklusive Ein- und Rücksendung).

Bei Consumer-Laptops variiert die Qualität und Effizienz des technischen Supports sehr stark. Viele Hersteller bieten lediglich einen Support via Mail oder Live-Chat an. Haben sie auch eine Telefon-Hotline eingerichtet, ist diese in den seltensten Fällen rund um die Uhr besetzt. Außerdem müssen Sie mit langen Telefon-Warteschleifen rechnen. Und zu allem Überfluss werden Software-Probleme beim technischen Kundendienst meist gar nicht behandelt.

Business-Kunden dagegen müssen ihr Problem im Idealfall noch vor dem nächsten, großen Meeting – also am besten sofort – gelöst haben. Der Kundendienst für Unternehmen ist daher deutlich zuverlässiger. Zwar ist der Service grundsätzlich erstmal optional (falls das Unternehmen Probleme lieber im eigenen IT-Department lösen will), eine 24-Stunden-Telefon-Hotline, die an 365 Tagen im Jahr zur Verfügung steht, gibt es aber fast überall. Sie umfasst auch Hilfestellung bei Software-Problemen.

### **Business oder Consumer: Was darf's sein?**

Bisher klingt ja alles danach, als seien Business-Laptops die Krone der Schöpfung und Consumer-Geräte bestenfalls billige B-Ware mit mehr Nach- als Vorteilen. Das stimmt aber nicht so ganz. Denn Business-Geräte sind immerhin deutlich teurer in der Anschaffung als ihre Consumer-Kollegen – und wer den Laptop nicht beinahe ausschließlich geschäftlich nutzen will, braucht in aller Regel auch die ganzen Bonus-Funktionen eher selten.

Wenn Sie nicht gleich eine ganze Notebook-Flotte für Ihr Unternehmen brauchen und im Zweifelsfall auch mal auf andere Geräte ausweichen können (zum Beispiel auf Smartphones oder Tablets), reicht auch ein Consumer-Laptop für die größten, geschäftlichen Ansprüche. Wenn in Ihrer Welt aber Zeit bares Geld bedeutet, sparen Ihnen der bessere Support, die längere Garantiezeit und die generell längere Lebensspanne auf lange Sicht sicherlich einige Euro – selbst, wenn Ihre „Flotte“ nur aus einem einzigen Laptop bestehen sollte.