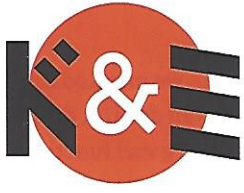




Specialist in kleur

Laurens van Aggelen

Van veel Japanse bedrijven die we in Nederland kennen, bestaat hier in Nederland vaak een eenzijdig beeld. In de meeste gevallen komt dit doordat bepaalde producten niet wereldwijd verkocht worden. Na ons bezoek aan Konica Minolta in Japan werd ons nog duidelijker waarom deze fabrikant al enige tijd zo sterk focust op het printen in kleur. Het zit Konica Minolta als geen ander in de genen.



Onze medewerker Laurens van Aggelen bezocht onlangs een aantal grote fabrikanten in hun thuisland, Japan. In een serie artikelen laat K&E zien wat de visie van de hoofdkantoren is op ontwikkelingen in de markt.

Met de jointventure in augustus 2003 tussen Konica en Minolta kwamen er twee bedrijven samen die een respectabele staat van dienst hadden opgebouwd op het gebied van foto- en printtechnologie. Inmiddels is gebleken dat de synergie tussen beide bedrijven zijn vruchten afwerpt. Door deze synergie is Konica Minolta ook buiten Japan een belangrijke speler op de markt voor kantoor- en productieprinters. In Japan heeft het bedrijf een marktaandeel van tien procent, in Europa is het twintig procent. De grote concurrenten zijn nog altijd Canon, Ricoh en Xerox maar volgens Atsushi Kodama, Executive Director en General Manager Sales & Marketing Headquarters bij KM, mag het bedrijf zich wereldwijd nummer één noemen op het gebied van productieprinting in kleur.

Nieuwe koers

Na de totstandkoming van de jointventure leefde in de markt hier en daar de verwachting dat de portfolio van het bedrijf sterk zou aansturen op digitale imaging, ook voor de consument. Zowel Konica, en nog in sterkere mate Minolta, waren im-

mers van huis uit sterke cameramerken. Met producten zoals de magicolor 2400W wilde Konica Minolta het alternatief bieden voor inkjet. Door zijn lage prijs was het immers een interessant product voor de kleinzakelijke markt en de thuisgebruiker. Dat gold ook voor de grotere broertjes die volgden. De fotocamera kon er dankzij PictBridge meteen op worden aangesloten. In consumententijdschriften en retailketens bleef het product niet onopgemerkt. Integendeel. Desalniettemin nam Konica Minolta in januari 2006 de moeilijke beslissing om te stoppen met de foto imaging business. Een opmerkelijke stap omdat de Konica Minolta Group daarmee juist van start was gegaan. "De snel teruglopende verkoop van fotofilms en de grote concurrentiestrijd in de digitale camerabusiness waren de belangrijkste oorzaken om toch te besluiten ermee te stoppen", vertelt Kodama tijdens het interview dat we met hem hadden in Tokio. "Met camera's was het in die periode al steeds moeilijk om voldoende winst te maken. Jaarlijks daalden de prijzen inmiddels zo'n vijftien procent."



Een stukje geschiedenis

Konica werd opgericht in 1873 en hield zich in de begintijd bezig met de productie van foto- en lithografische materialen. Minolta's oprichting dateert van 1928. Was Konica al sinds 1970 sterk aanwezig in de copiermarkt, bij Minolta groeide men als camerafabrikant al snel uit tot specialist op het gebied van kleur. Toen beide bedrijven samengingen was er slechts in beperkte mate sprake van overlap. Konica stond in ons land ook bekend als fabrikant van camera's. Mijlpalen van het bedrijf zijn de eerste copier, de 'Copymaster' in 1960 en 's werelds eerste 35 millimeter camera met ingebouwde flitser in 1975. Jarenlange samenwerking werd in augustus 2003 omgezet in een jointventure. Tot die tijd had Konica in Japan een marktaandeel van vijftien procent. Minolta was op de thuismarkt goed voor vijf procent.

Met het afstoten van de cameradivisie kan Konica Minolta zich volledig focussen op kantoorapparatuur business en componenten business. Konica Minolta maakt, ontwikkelt en fabriceert namelijk ook nog altijd diverse andere producten zoals microcamera's voor bijvoorbeeld mobiele telefoons, medische apparatuur – bijvoorbeeld voor het vroegtijdig opsporen van borstkanker - hardware en software voor de inrichting van een planetarium, meetinstrumenten voor colormanagement. Daarnaast werkt men voortdurend aan nieuwe technologieën die ertoe leiden dat grotere beeldschermen steeds dunner gemaakt kunnen worden. Op 31 maart 2006 nam Sony de Konica Minolta bedrijfsonderdelen over, die nodig zijn voor de ontwikkeling, het design en de productie van digitale spiegelreflex camera's, 'compatible' met Konica Minolta PI's 'Maxxum/Dynax lens mount system'.

Kleur

Kodama: "Na de koerswijziging hebben we zeker niet de ambitie om ons op de consumentenmarkt te begeven. We zullen ons blijven richten op het MKB en willen ons vooral juist meer focussen op de enterprisemarkt. Daarbij zal het printen in kleur en met name productie- en commerciële printing veel aandacht krijgen." Hoewel Konica Minolta in technologisch opzicht daartoe zeer sterk op de kaart staat, worden de technologische ontwikkelingen bij de concurrent uiteraard op de voet gevolgd. "We

zien op dit moment HP's Edgeline wel gelijk als een aanval op de lasermarkt. We kijken op dit moment zorgvuldig naar de mogelijke impact van deze technologie op het hogere marktsegment waarin ook wij opereren. Toch is het voor ons nog te vroeg om al te concluderen of deze technologie al dan niet competitief zal zijn. Wel vragen we ons af hoeveel onderhoud dergelijke machines nodig hebben."

Nederland

In Nederland wordt Konica Minolta Business Solutions exclusief vertegenwoordigd door KN uit Badhoevedorp. Konica Minolta Business Solutions Europe is een dochterbedrijf van Konica Minolta Business Technologies, gevestigd in Tokio (Japan). Het moederbedrijf telt 19.600 medewerkers over de hele wereld en behaalde in het boekjaar 2004/2005 een netto-omzet van bijna 4,15 miljard euro. KN biedt al 28 jaar totaaloplossingen voor het optimaliseren van informatie- en documentstromen in kantooromgevingen en beschikt hiertoe over een breed aanbod aan hard- en softwareproducten en aanvullende diensten. Meer informatie over Konica Minolta is te vinden: <http://www.konicaminoltaeurope.com>. Meer informatie over KN, haar producten en diensten is terug te vinden op <http://www.kn.nl>

Uiteraard staan we met Kodama stil bij het oprukken van de MFP, die inmiddels misschien wel erg veel functionaliteit onder de kap heeft. "Dat er steeds meer functies bijkomen, heeft weinig impact op de aanschafprijs van een machine. "Als we functies zouden weglaten zou dat niet automatisch betekenen dat ze daardoor ook goedkoper in aanschaf zou worden." Kodama is van mening dat er voor de single-functionprinter altijd een markt zal blijven bestaan, ook al ziet hij dat deze printers in de meeste landen qua verkoopaantallen hard teruglopen. "Ook de copier, zal zeker niet geheel verdwijnen. Alleen al vanwege zijn aantrekkelijke lage aanschafprijs."

Document management

"Veel van onze klanten vinden de afdrুকwaliteit die we bieden het belangrijkste. Zij hechten minder belang aan de aanschafprijs van een printer. Ook hechten klanten sterk aan snelheid, zodat met name bij kleine printopdrachten het eerste



vel papier snel uit de machine komt.” Dat aan die wensen tegemoet wordt gekomen, is goed te zien bij de bizhub C451, een multifunctional die net zo snel afdrukt in kleur als monochroom (45 pagina's per minuut). Om op te warmen zodat een eerste afdruk kan worden gemaakt, heeft deze machine van de uit-stand slecht 85 seconden nodig. Vanuit de spaarstand is dit zelfs elf seconden. De bizhub C451 is inmiddels onderscheiden met de BERTL's BEST for Departmental Colour 2007 award.

“Ook gebruiksgemak en connectivity staan bij ons hoog in het vaandel. Door de aandacht die we besteden aan documentmanagement kunnen we onze positie ten opzichte van de concurrent verder versterken en uitbreiden. Op dit moment zijn we bezig om onze verkoopactiviteiten om te zetten in 'consulting sales' waardoor we de klant beter in staat kunnen stellen om zijn documentstroom betere te managen. Om dat doel te bereiken zijn we ook bezig met het versterken van onze R&D-activiteiten en de samenwerking met software vendors.”

Inkjet

Nu HP, Canon, Epson en Lexmark steeds vaker inkjetprinters op de markt brengen om de kleinzakelijke gebruiker te behagen, zou het niet geheel ondenkbaar zijn dat Konica Minolta nooit op deze markt zal toetreden. Los van het feit dat men die ambitie zoals gezegd nu niet heeft. Konica Minolta heeft namelijk wel degelijk inkjettechnologie in huis. Zo is er een digital textile printer waarmee een grote verscheidenheid aan

materialen bedrukt kan worden. Konica Minolta's Nassenger V textile printer maakt gebruik van piezo printkoppen waarmee op hoge snelheid zeer kleine druppeltjes gespoten kunnen worden op textiel, waaronder zwaarder en lichtgewicht kledingmateriaal zoals badkleding. In tegenstelling tot andere thermische systemen wordt de inkt niet door grote hitte op het te bedrukken materiaal gespoten maar door de druk die ontstaat door er een bepaald voltage op los te laten.

Security

Behalve het gebruik van kleur, komt ook het verbeteren van de functionaliteit voor de netwerkomgeving steeds in het gesprek terug. Kodama: “In deze tijd waarin er in plaats van een copier massaal wordt overgestapt op MFP's is de netwerkfunctionaliteit van de machine steeds belangrijker geworden. Maar ook ten aanzien van security heeft de gebruiker steeds meer

wensen.” De behoefte aan goede securityvoorzieningen zou volgens Kodama zelfs groter zijn dan in Nederland. Met name door wetgeving. Veel machines van Konica Minolta werken met biometrische fingerprintherkenning (wipe technologie), of kunnen pas gebruikt worden wanneer een gebruiker zich kan identificeren met behulp van een smartcard, een wachtwoord of een combinatie daarvan. Daarnaast zijn er geavanceerde functies zoals Copy Protection, om te voorkomen dat kopieën opnieuw gekopieerd worden. Steeds meer mogelijkheden bieden ook de beheersfuncties die, mits goed gebruikt, er ook voor kunnen zorgen dat de afdrukkosten zo laag mogelijk blijven. Bijvoorbeeld door te voorkomen dat er bij het gebruik van bepaalde applicaties in kleur wordt geprint of door tijdig te signaleren dat individuen of afdelingen opeens een ander dan gemiddeld printgedrag vertonen. Dit zou immers niet alleen kunnen duiden op verspilling maar ook op het onrechtmatig kopiëren van bedrijfsgevoelige informatie. |

