

Laurens van Aggelen bracht onlangs een bezoek aan enkele grote IT- en telecomfabrikanten in hun thuisland, Japan.
In deel 2: Konica Minolta.



Konica Minolta zet in op kantoorapparatuur en componenten

Specialist in kleur

LAURENS VAN AGGELEN

Van veel Japanse bedrijven bestaat in Nederland een eenzijdig beeld. In de meeste gevallen komt dit doordat bepaalde producten niet wereldwijd verkocht worden. Na een bezoek aan Konica Minolta in Japan werd 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.

Met de joint venture in augustus 2003 tussen Konica en Minolta kwamen twee bedrijven samen met een respectabele staat van dienst op het gebied van foto- en printtechnologie. Inmiddels is gebleken dat de synergie tussen beide bedrijven zijn vruchten afwerpt. Ook buiten Japan is Konica Minolta (KM) een belangrijke speler op de markt voor kantoor- en productieprinters. In Japan heeft het bedrijf een marktaandeel van tien procent, in Europa 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 joint venture leefde in de markt hier en daar de verwachting dat het portfolio van het bedrijf sterk zou aansturen op digitale imaging, ook voor de consument. Konica en - in nog sterkere mate - Minolta waren immers van huis uit sterke cameramerken. Met producten als 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 broers die volgden. De fotocamera kon

er dankzij PictBridge meteen op worden aangesloten. In consumentijdschriften 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 redenen om toch te besluiten ermee te stoppen", vertelt Kodama tijdens het interview in Tokio. "Met camera's was het in die periode al steeds moeilijker om voldoende winst te maken. De prijzen daalden jaarlijks zo'n vijftien procent."



Atsushi Kodama, Executive Director van KM: "We zien HP's Edgeline op dit moment wel degelijk als een aanval op de lasermarkt."



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 samen gingen 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 joint venture. 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 en de componentenbusiness. Het bedrijf ontwikkelt en fabriceert onder meer microcamera's voor mobiele telefoons, medische apparatuur (onder meer voor het vroegtijdig opsporen van borstkanker), hard- en software voor de inrichting van planetaria en meetinstrumenten voor colormanagement. Daarnaast werkt men voortdurend aan nieuwe technologieën voor het steeds dunner maken van grotere beeldschermen. Op 31 maart 2006 nam Sony de Konica Minolta bedrijfsonderdelen over voor de ontwikkeling, het design en de productie van digitale spiegelreflexcamera's, 'compatible' met Konica Minolta P1'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 zeer sterk op de kaart staat, worden de ontwikkelingen bij de concurrentie op de voet gevolgd. "We zien HP's Edgeline op dit moment wel degelijk als een aanval op de lasermarkt. We kijken 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 te concluderen of deze technologie al dan niet competitief zal zijn. Wel vragen we ons af hoeveel onderhoud dergelijke machines nodig hebben."

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 worden." Kodama is van mening dat er voor de singlefunctionprinter 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 afdrukkwaliteit die we bieden het belangrijkste. Zij hechten minder belang aan de aanschafprijs van een printer. Ook hechten klanten

INKJET

Nu HP, Canon, Epson en Lexmark steeds vaker inkjetprinters op de markt brengen om de kleinzakelijke gebruiker te behagen, is het niet geheel ondenkbaar 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 echter wel degelijk inkjettechnologie in huis. Zo is er een digitale 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.

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.

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.

Meer informatie over Konica Minolta is te vinden op: www.konicaminoltaeurope.com

Meer informatie over KN is terug te vinden op www.kn.nl



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 vanuit 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 document management kunnen we onze positie ten opzichte van de concurrentie 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 beter 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.”

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 massaal wordt overgestapt van copier op MFP is de netwerkfunctionaliteit van de machine steeds belangrijker. Maar ook ten aanzien van security heeft de gebruiker steeds meer wensen.” De behoefte aan goede securityvoorzieningen zou volgens Kodama in Japan zelfs groter zijn dan in Nederland. Met name door wetgeving. Veel machines van Konica Minolta werken met biometrische fingerprinkerkenning (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. ●

