

FACTS

SPECIAL

Test- und Wirtschaftsmagazin für das moderne Büro

muratec
... made for Europe



... made for Germany



*Schriftzeichen: HISSHOU – sicherer Sieg!

Voller Selbstbewusstsein will Makoto Choshi sein Unternehmen im deutschen MFP-Markt positionieren. Ein Misserfolg steht nicht zur Debatte.

An Selbstbewusstsein mangelt es Makoto Choshi wahrlich nicht. Freundlich lächelnd und voller Überzeugung sagt er: „Wir wollen es schaffen, dass die Händler in Deutschland sagen: ‚Mit diesen Produkten kannst du nichts falsch machen.‘ Und wir wollen, dass die Kunden sagen: ‚Alles klappt wunderbar.‘“ – Auf den ersten Blick ist das eine typische Standardaussage eines Vorstandsvorsitzenden. Auf den zweiten Blick wird das Statement schon weitaus brisanter. Denn Makoto Choshi ist Geschäftsführer der Muratec Europe GmbH und ist in diesem Jahr erstmals mit der eigenen Marke in den deutschen Markt für Multifunktionsgeräte (MFP) eingestiegen.

Ein Markt, der hart umkämpft ist. Und ein Markt, in dem sich schon viele Anbieter tum-

mel. Zu viele, meinen skeptische Beobachter. Sie sagen dem deutschen MFP-Markt in den nächsten Jahren eine schwere Zeit voraus. Die Rede ist von Übernahmen und Zusammenschlüssen, und es ist die Rede von Unternehmen, die ihre Segel streichen und sich komplett aus dem MFP-Geschäft zurückziehen werden.

LANGJÄHRIGE TRADITION

Doch das lässt Choshi kalt. „Wir sind ja nicht wirklich Newcomer in diesem Markt“, erklärt der Japaner. Muratec sei auf dem deutschen Markt schon seit Jahren als OEM-Hersteller für bekannte Marken präsent. „Wir fangen also nicht bei null an“, versichert der Geschäftsführer. Der Grund für den Markteintritt in Deutschland klingt daher verblüffend einfach: „Nach unserer langjährigen

OEM-Tradition wollten wir einfach mal unabhängig sein.“

Im Vergleich zum Wettbewerb sieht Choshi klare Vorteile in seinem Unternehmen. „Drei Eigenschaften zeichnen unsere Produkte aus: Verlässlichkeit, geringe Total Cost of Ownership (TCO) und eine einfache Bedienbarkeit.“ Gerade auf die einfache Bedienbarkeit der Muratec-Produkte legt man im eigenen Forschungs- und Entwicklungslabor in Japan großen Wert.

„Die großen Hersteller machen tolle Produkte“, sagt Choshi. „Aber diese Produkte haben auch einen großen Nachteil: Die innovativen Features, die mittlerweile in den Geräten zu finden sind, werden von Profis entwickelt und programmiert.“ Das führt dazu, dass der Kunde überfordert ist, meint Choshi. „Die für teures Geld entwickelten und implementierten Features werden von mehr als 90

Prozent der Kunden überhaupt nicht genutzt, weil sie sie nicht verstehen.“

Auch in Bezug auf die Flexibilität sieht Choshi sein Unternehmen im Vergleich zu den Großen der Branche klar im Vorteil. „Nicht nur im Bereich der Informationstechnik, sondern auch in anderen Branchen vermitteln große Unternehmen, durch Umstrukturierungen oder durch Zusammenschlüsse, häufig den Eindruck, als verfügten sie über die einzig gültige Gewinnformel“, erklärt er. „Zweifellos hat es seine Vorzüge, ein größeres Unternehmen zu sein, doch gleichermaßen gilt, dass auch kleinere Unternehmen Vorteile genießen, die nur ihnen vorbehalten sind.“

SAUBERE CHANNEL-POLITIK

So lassen sich seiner Meinung nach beispielsweise eine rasche Entscheidungsfindung und Produktentwicklung sowie das Streben nach einer immer schnelleren und effizienteren Arbeitsweise zu den hervorstechenden Besonderheiten zählen, die nur von Gesellschaften mittlerer Größe wie Muratec erreicht werden können.

Mit diesem Pfund will der Japaner nun auch in der deutschen Fachhandelslandschaft wuchern. Denn Muratec verfolgt in Deutschland eine saubere Channel-Politik. „Wir verkaufen ausschließlich indirekt“, verspricht Choshi. „Wir werden nicht zu denen



EASY-TO-USE: Die Muratec-Geräte zeichnen laut Choshi drei Eigenschaften aus: Verlässlichkeit, geringe TCO und eine einfache Bedienbarkeit.

gehören, die offiziell auf den Fachhandel als Partner setzen, aber die großen Geschäfte am Partner vorbei direkt machen.“

Einige Fachhändler hat Choshi schon von der Muratec-Philosophie überzeugt. Bis Ende des laufenden Jahres will der Geschäftsführer bereits 150 Händler im Boot haben. 2008 soll dann die Zielmarke von 200 Absatzmittlern genommen werden. Um dieses Ziel zu erreichen, bindet das Unternehmen einen bunten

Strauß an unterstützenden Maßnahmen. „Wir schulen die Händler und geben ihnen Unterstützung, wo wir nur können“, sagt Choshi. Die Unterstützung der Partner soll weit über das Bereitstellen von Pappaufstellern und Info-Flyern für den Point of Sale hinausgehen.

Sieben Produkte für die Segmente eins und zwei gibt Muratec derzeit seinen Händlern an die Hand. Dass das „Projekt deutscher MFP-Markt“ ein Erfolg wird, daran hat Choshi nicht den geringsten Zweifel. Seit 1990 steht der Manager bereits bei Muratec auf der Gehaltsliste. Seit dem vergangenen Jahr ist er mit seiner Frau und seiner Tochter in Deutschland und genießt das geordnete Leben in Düsseldorf. Dort ist er einer von rund 9.000 Japanern, die sich in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt ein Stück Heimat geschaffen haben. „Wir fühlen uns sehr wohl hier.“ Rückzugspläne nach Japan gibt es nicht. „Ich bleibe in Deutschland, solange ich Erfolg habe – also bleibe ich eine Weile“, sagt Choshi voller Überzeugung – und lächelt.

Robert Sopella ■



MAKATO CHOSHI, Geschäftsführer Muratec Europe GmbH

INFO Die Garantien für den Fachhandel

- **KEINE GESCHÄFTE MIT DISTRIBUTOREN.** keine Geschäfte mit Retailern, kein Direktgeschäft, kein Internetgeschäft. Muratec-Produkte werden ausschließlich über den autorisierten Fachhandel vertrieben.
- **GEBIETSSCHUTZ FÜR FACHHÄNDLER.** Mehrere Muratec-Händler auf engem Raum wird es nicht geben.
- **BEDINGUNGSLOSE PARTNERSCHAFT.** Muratec sieht seine Händler als gleichwertige Partner an, denen man mit Respekt begegnet.
- **SCHNELLE TECHNISCHE UNTERSTÜTZUNG.** Muratec garantiert einen schnellen Support. Händler können zudem bis zu zwei Techniker kostenlos von Muratec schulen lassen.
- **MARKETING-SUPPORT.** Muratec unterstützt seine Händler mit Marketingideen und individuellem Marketing-Material.



GROSSZÜGIG: In der Vollausstattung lassen sich die neuen Muratec-Geräte mit bis zu 2.100 Blatt Papier befüllen.



Leistungsträger im Büro

Die neuen A3-Multifunktionsgeräte MFX-2200 und MFX-2700 von Muratec kombinieren kompaktes Design und vielfältige Funktionalität.

Beide Muratec-Systeme sind mit den Funktionen Drucken, Kopieren, Scannen und Faxen ausgerüstet und unterstreichen damit das Muratec-All-in-One-Konzept, das darüber hinaus alle angebotenen Multifunktionsgeräte schon in der Basisausstattung mit einem automatischen Dokumenteneinzug (ADF) und einer Duplexkassette für den doppelseitigen Druck ausstattet.

Gerade diese beiden Features sind im Office sehr hilfreich, da sich mit der Erstellung von doppelseitigen Ausdrucken und Kopien Geld sparen lässt. Durch die Quad-Access-Technologie will Muratec echte multifunktionale Vielseitigkeit realisieren: Kopier-, Druck-, Scan- und Druckjobs kann das System parallel erledigen.

Der MFX-2200 OB/2700 OB ist mit weiteren Sonderfunktionen ausgerüstet, die für die Steigerung von Produktivität und Zeitersparnis sorgen: Mithilfe von „Scan to E-Mail“ kann der Nutzer eingescannte Dokumente direkt als E-Mail-Anhang versenden. Die Adressen gibt der Bediener manuell ein. Eine andere Möglichkeit der Adresseingabe ist der Support über LDAP (Light-weight Directory Access). Die LDAP-Suchfunktion ermöglicht in einem Active-Directory nach Adressinformationen zu suchen und diese zu nutzen. Die Funktion „Scan to Folder“ wird ebenfalls voll unterstützt.

Während der MFX-2200 in der Minute 22 Schwarzweiß-Seiten produzieren kann, ist der MFX-2700 in der Lage, in der Minute bis zu 27 Seiten zu drucken oder zu kopieren.

Damit der MFX-2700/2200 auch produktiv arbeiten kann, wurde das System schon in der Standardausführung mit einem Papiervorrat von 500 Blatt und einem 100-Blatt-Bypass ausgestattet. Auf Wunsch des Kunden lässt sich der Papiervorrat bis auf 2.100 Blatt erweitern. Besonders gut ist den Muratec-Ingenieuren die Benutzerführung gelungen. Das große LCD-Display ist im unteren Teil als Touchscreen

Modellvariationen

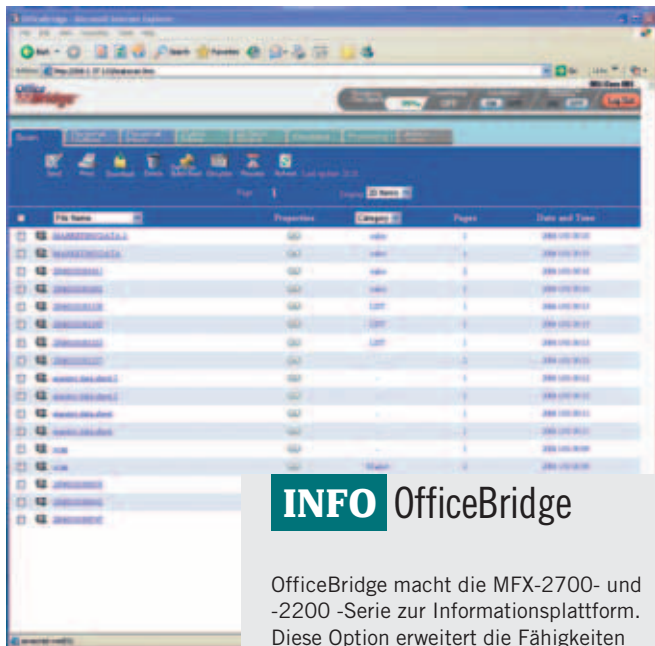
Modell	MFX-2700 / MFX-2200	MFX-2700PN	MFX-2700 OB / MFX-2200 OB
Kopie	ja	ja	ja
Originaleinzug	ja	ja	ja
A3-33,6K-Fax	ja	ja	ja
Doppelseitiger Druck	ja	ja	ja
GDI-Druck	ja	ja	ja
PCL6/5e-Druck	Option	ja	Option
TWAIN-Scanner	ja	ja	ja
Netzwerk	Option	ja	ja
Scan to Folder	Option	–	ja
Scan to E-Mail	Option	–	ja
Internetfax	Option	–	ja
Netzwerk-PC-Fax	Option	–	ja
Archivierung	Option	–	ja
LDAP-fähig	Option	–	ja

angelegt. Alle Funktionseinstellungen oder Bedienschritte werden übersichtlich angezeigt. Die Hintergrundbeleuchtung sorgt dafür, dass das System auch an dunklen Orten problemlos eingesetzt werden kann.

Außerdem hat Muratec in die neuen A3-MFPs eine Sprachführung integriert. Viele Arbeitsschritte, wie zum Beispiel das Programmieren von Kurzwahlen, Toner leer, Übertragungsfehler und die Beseitigung eines Papierstaus (der infolge falscher Handhabung des Papiers manchmal unvermeidlich ist) werden Schritt für Schritt erläutert. Das integrierte Standard-Faxmodem übermittelt Dokumente bis zum A3-Format mit einer Geschwindigkeit von 33,6 kbps (bis zu 30 Seiten in der Minute). Mit der Funktion „Sicherheitsempfang“ kann sichergestellt werden, dass nach einer bestimmten Uhrzeit Faxe nur noch intern gespeichert werden und sich erst durch Eingabe eines Passworts ausdrucken lassen. Die „Doppelte-Faxwahl“-Funktion verhindert die Eingabe einer falschen Nummer dadurch, dass sie der Anwender ein zweites Mal über die Zifferntasten eingegeben muss.

Muratec bietet die neue MFX-Serie als Basisversion an, bei der sich der Anwender die noch benötigten Optionen auswählen kann. Darüber hinaus kann sich der Kunde zwischen den Versionen PN und OB entscheiden. Alle Modelle sind mit einem Energiesparmodus ausgestattet und sind daher auch mit den gängigen Umweltzeichen ausgezeichnet worden. Die Ausstattungen der verschiedenen Modelle erläutern wir in der Tabelle auf Seite 14. Die neue MFP-Serie ist im Handel ab einem Preis von 2.550 Euro verfügbar. (kl)

www.muratec.com



INFO OfficeBridge

OfficeBridge macht die MFX-2700- und -2200 -Serie zur Informationsplattform. Diese Option erweitert die Fähigkeiten der Systeme um die Funktionen Netzwerkdruck, Netzwerk-Scan, Internetfax, PC-Fax, Scan to E-Mail und Dokumentenmanagement. OfficeBridge ist eine kostengünstige Lösung, um Dokumente zu verteilen und auszudrucken.

Technische Daten

Kopierer	
Geschwindigkeit	27 Kopien pro Minute / 22 Kopien pro Minute
Erstkopie	5,6 Sekunden
Aufwärmzeit	15 Sekunden
Kopierenvorwahl	1–999
Zoomfaktor	25–400% (FBS, 1-%-Schritte)
Auflösung	600 x 600 dpi
Scangeschwindigkeit	1,6 Sekunden (A4 LEF)
Bildkombinierung	2 / 4 / 8 in 1
Elektronische Sortierung	Standard
Ausgabefach	250 Blatt (A3 SEF)
Passwortgeschütztes Kopieren	Ja
Rotationskopie	Ja
Scanner	
TWAIN-Scanner	Standard
Scan Auflösung · Graustufen	600 / 300 / 200 dpi · 256
Schnittstellen	USB 2.0 und optional Ethernet
Scan to Folder · Scan to E-Mail	Optional, Folder Shortcut: 20 · Optional
Dateiformat	PDF (nur im Netzwerk), TIFF
Scangeschwindigkeit	42 Seiten pro Minute (A4LEF, 300 x 300 dpi)
E-Mail / Folder Broadcast	optional
Drucker	
Druckauflösung · Druckersprache	600 x 600 dpi · GDI Standard, PCL6/5e optional
Schnittstellen	USB 2.0 und optional Ethernet
Betriebssysteme	Windows 98SE, ME, NT4 (nur über Netzwerk), 2000, XP, Server2003 und Vista
Doppelseitiges Drucken	Standard
Job löschen	Maschine / Browser
Elektronische Sortierung	ja
Wasserzeichen · Toner-Sparmodus	ja · ja
Fax	
Modemgeschwindigkeit	33,6 kbps
Datenkomprimierung	MH, MR, MMR, JBIG
Übertragungsgeschwindigkeit	2 Sekunden*
Scangeschwindigkeit	0,8 Sekunden**
Internetfax	optional (T.37)
Speicher	64 MB (ausreichend für 4.600 A4-Seiten)**
Speicherzeit max.	72 Stunden (nach 24-stündigem Laden der Batterie)
Adressbuch	200 Adressen (OB-Adressbuch: 2.000 Adressen)
Speichersenden	230 Adressen (Direktwahl: 30)
Gruppenwahl	32 Gruppen (OB-550-Adressbuch: 200)
LDAP-fähig · Faxjournal	Active Directory 2000 & 2003, OpenLDAP · 100
Werbefaxe blockieren	ja, 50 Adressen
Fax-Weiterleitungsfunktion	ja
Doppelte Fax-Wahl	ja
Sicherheitsempfang	ja
Rotationsempfang/-sendung	ja
Sendebereich	ja

* Basiert auf Memory Transmission des ITU-T-Test-Dokument 1

** Basiert auf ITU-T-Test-Dokument 1, gespeichert mit normaler Auflösung

„Markenverständnis schaffen“

Zu den Kunden der Agentur ekg zählen Krankenkassen, Arztnetze bis hin zu medizinischen Fortbildungsinstituten. Für den kommunikationsreichen Alltag einer PR-Agentur hat sich die ekg für ein Multifunktionsgerät von Muratec entschieden.



IMPRESSUM

SONDERDRUCK FACTS Magazin - Theodor-Althoff-Str. 45, 45133 Essen, Fax: 0201 87126-810, redaktion@factsverlag.de - www.factsverlag.de - **Redaktion:** Klaus Leifeld, Robert Sopella; **Gestaltung/Produktion:** VVA Kommunikation GmbH, Theodor-Althoff-Str. 39, 45133 Essen - **Druck und Lithografie:** VVA Datenmanagement, Höherweg 278, 40231 Düsseldorf - **Layout:** Janine Manschitz, Thietmar Schorm - **Bildnachweis:** ALLE FOTOS: Muratec Europe GmbH, VVA-Gruppe oder Angabe beim Bild. - **TITEL:** Shutterstock: Phil Date; **FOTOGRAFEN:** Uwe Faltermeier: S.7; Jens Peters: S.3; **AGENTUREN:** iStockphoto: Buretsu: S.2; Stockbyte CD/ Modern Medicine: S.6;

Während Christiane Vössing, eine der beiden Geschäftsführer der ekg, noch mit einer Hand das Telefon am Ohr hält, zieht sie mit der anderen ein Blatt Papier aus ihrem Multifunktionsgerät. Im geschäftigen Alltag der ekg – effektive Kommunikation im Gesundheitswesen – muss es häufig schnell gehen – und nicht nur das. „Kunden wollen Entwürfe oder Verträge umgehend sehen“ erläutert Vössing das Einsatzgebiet des Muratec MFX-2030, „oder wir brauchen noch schnell zwölf Präsentationsmappen für den nächsten Termin, natürlich in perfekter Qualität.“

Faxen, drucken, scannen – das MFX-2030 ist bei ekg ständig im Einsatz. Zu welchem Zweck, das erfahren wir von Frau Vössing im Gespräch:

FACTS: *Wieso haben Sie sich auf PR im Gesundheitswesen spezialisiert?*

Christiane Vössing: Viele Institutionen im Gesundheitswesen sehen sich mit zunehmendem Wettbewerb konfrontiert. Es gilt, die eigene Marktposition zu behaupten oder auszubauen, um langfristig überleben zu können. Wettbewerb bedeutet: werben um Patienten oder Versicherte auf einem ethisch schwierigen Gebiet – der Gesundheit.

FACTS: *Wie sieht das im Detail aus?*

Vössing: Ein Beispiel: Zahlreiche Krankenhausführer veröffentlichen Rankings nach Anzahl bestimmter Eingriffe und ihrer Komplikationsraten. Unkommentiert entsteht der Eindruck, ein Krankenhaus mit hoher Komplikationsrate sei eine schlechte Wahl für einen geplanten Eingriff. Aber vielleicht ist die Komplikationsrate so hoch, weil das Krankenhaus auf diese Behandlung spezialisiert ist und deshalb weitaus mehr wirklich schwierige Fälle behandelt? Eine wichtige Information für den Patienten, der ein Krankenhaus für seine Erkrankung sucht!

Ein weiterer Trend im Gesundheitswesen sind derzeit regionale Kooperationen von Leistungserbringern und Kostenträgern. Regionale Versorgung braucht regionales Marketing. Die Marktposition aller Partner soll durch die Kooperation gestärkt werden. Dazu muss ein gemeinsames „Markenverständnis“ geschaffen werden und der öffentliche Auftritt als Kooperation gelebt werden.

FACTS: *Welche Ziele wollen Sie damit erreichen?*

Vössing: Die ekg entwickelt Konzepte zur nachhaltigen Stärkung der Marktposition – für Krankenkassen, Krankenhäuser und Ärzte, Arztnetze und Kooperationen. Schwerpunkt ist die Darstellung komplexer medizinischer oder organisatorischer Alleinstellungsmerkmale für die

breite Öffentlichkeit. Medizinische und verwaltungstechnische Standardbegriffe müssen in verständliche und zielgruppengerechte Aussagen übersetzt werden.

FACTS: *Gilt das auch für Ihre Arbeit?*

Vössing: Für die Arbeit in einer PR-Agentur mit unterschiedlichsten Auftraggebern ist Flexibilität und Kreativität gefordert. Der Außenauftritt der Kunden bildet dabei unsere Kernkompetenz. Deshalb ist eine entsprechende Eigenleistung von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Und dafür sollten nur die besten Geräte zum Einsatz kommen.

FACTS: *Sie benutzen das Multifunktionsgerät MFX-2030 von Muratec. Was hat Sie zu dieser Anschaffung bewogen?*

Vössing: Mein Partner und ich waren auf der Suche nach einem zuverlässigen Gerät, das in hoher Qualität eine Vielzahl der von uns geforderten Anwendungsbereiche abdeckt. Das 2030 versprach dies und hat sich bisher als zuverlässiger und gewissenhafter „Kollege“ erwiesen. Außerdem finde ich die Bedienung über das Touchscreen-Display praktisch und intuitiv verständlich. Vor allem das Scannen von Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln – was wir zur Dokumentation für unsere Kunden ständig benötigen – funktioniert, ohne dass man sich durch unzählige Menüs klicken muss. ■

INFO

Christiane Vössing

Die 37-jährige Diplom-Biologin war vor ihrer Agentur, die sie zusammen mit ihrem Partner (Journalist und PR-Fachmann) betreibt, Dezernentin in einer großen Krankenkasse im Ruhrgebiet (Schwerpunkt: integrierte Versorgung). Die ekg hat ihren Sitz in Essen.
www.ekg-agentur.de





RELAXING BUSINESS

Zwei Gründe mehr sich zurück zu lehnen und zu entspannen: Muratec bietet Ihnen nun auch im A3 Bereich Möglichkeiten Ihren Geschäftsalltag zu vereinfachen. Mit zwei leistungsstarken, netzwerkfähigen und benutzerfreundlichen A3-Multifunktionsgeräten möchten wir Ihnen und Ihren Kunden eine höhere Wertschöpfung, eine deutliche Steigerung der Leistung und ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit anbieten. Und sollten Sie vielleicht doch nur einen Kopierer benötigen, auch das kann er.



Fragen Sie auch nach unseren A4 Serien!



Muratec
MURATEC EUROPE GmbH

HANNS-MARTIN-SCHLEYER-STRASSE 3
D - 47877 WILLICH
TEL: +49(0)2154-953180
FAX: +49(0)2154-9531810

info@muratec-europe.de
www.muratec-europe.de

MFX-2200 MFX-2700