

## IDC MarketScape

# IDC Marktübersicht: Weltweiter Print in der verteilten Belegschaft 2022 - Anbieterbewertung

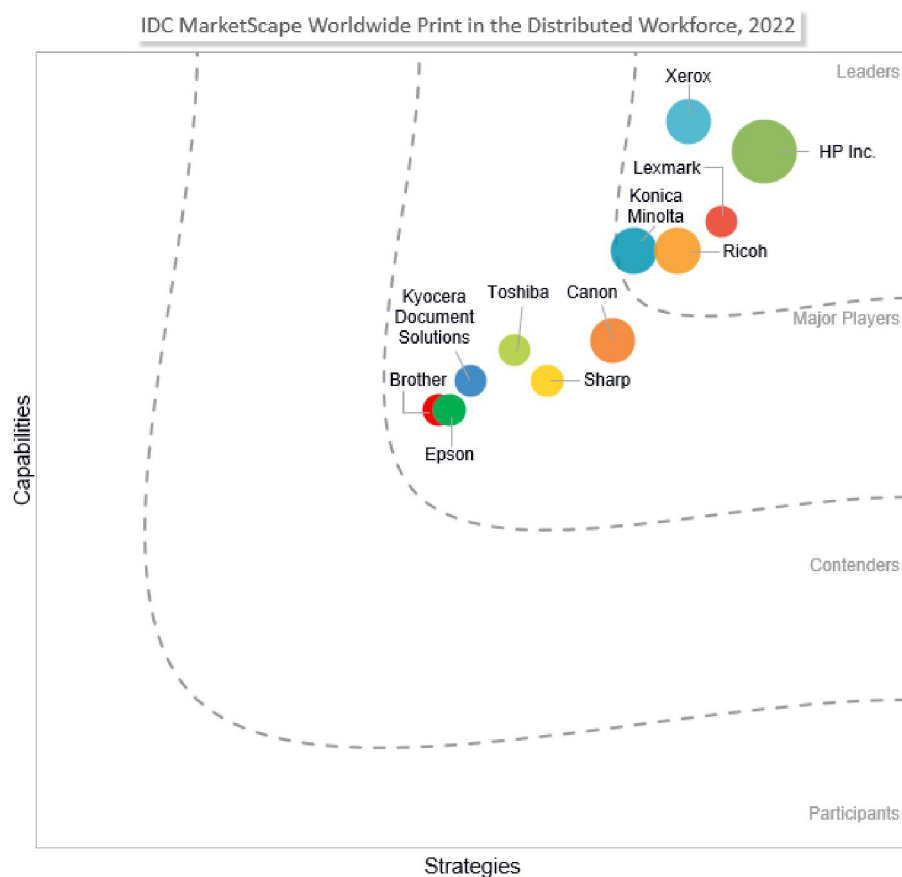
Keith Kmetz

**DIESER IDC-MARKETSCAPE-AUSZUG ZEIGT KONICA MINOLTA**

## IDC MARKETSCAPE

### ABBILDUNG 1

## IDC MarketScape Worldwide Print in the Distributed Workforce Vendor Assessment



Quelle: IDC, 2022

Detaillierte Informationen zur Methodik, Marktdefinition und zu den Bewertungskriterien finden Sie im Anhang.

Januar 2022, IDC #US48596221e

## IN DIESEM AUSZUG

---

Der Inhalt dieses Auszuges wurde direkt aus IDC MarketScape entnommen: Worldwide Print in the Distributed Workforce 2022 Vendor Assessment (Doc # US48596221). Alle oder Teile der folgenden Abschnitte sind in diesem Auszug enthalten: IDC Opinion, IDC MarketScape Vendor Inclusion Criteria, Essential Guidance, Vendor Summary Profile, Appendix und Learn More. Ebenfalls enthalten ist Abbildung1.

## IDC-MEINUNG

---

In dieser IDC MarketScape werden die Strategien und Fähigkeiten der wichtigsten Anbieter von Bürodrucklösungen zur Unterstützung einer zunehmend verteilten Belegschaft auf weltweiter Basis bewertet. Das Konzept der verteilten Belegschaft ist nicht neu, aber seine Ausbreitung durch die Auswirkungen der weltweiten Pandemie COVID-19 ist eine bedeutende Entwicklung für die Art und Weise, wie die Arbeit in Zukunft gestaltet wird. Während der Pandemie waren die Unternehmen gezwungen, kollektiv aus der Ferne zu arbeiten, meist im Home-Office, und waren dabei darauf bedacht, keine Produktivitätseinbußen zu erleiden. Diese Erfahrung, die sich über einen längeren Zeitraum erstreckte, hat zu der Überzeugung geführt, dass eine dezentrale Belegschaft effektiv arbeiten kann. Infolgedessen gehen wir davon aus, dass die Arbeit von zu Hause aus in Zukunft normaler werden wird, auch wenn die Pandemie und ihre erheblichen geschäftlichen Auswirkungen vorüber sind.

Mehrere IDC-Studien, die sich mit der Zukunft der Arbeit und der Arbeitsorte befassen, bestätigen die Hypothese, dass der Anteil der Heimarbeit im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie zunehmen wird. Während die Drucknutzung ausgereift ist, stellen wir fest, dass diese geschäftskritische Funktion für die meisten Mitarbeiter von Unternehmen nach wie vor unerlässlich ist. Daher ist es selbst unter Pandemiebedingungen notwendig, Büroangestellte und Außendienstmitarbeiter mit einem Zugang zum Drucken und anderen wichtigen Dokumentenfunktionen auszustatten. Angesichts dieses zu erwartenden Szenarios ist es für Anbieter von Bürodrucklösungen wichtiger denn je, die Bereitstellung, Nutzung und laufende Verwaltung der wesentlichen Druckfunktion zu berücksichtigen. In der Zeit nach der COVID-19-Pandemie wird ein effektives Druckmanagement mit einer angemessenen Mischung aus Hardware, Software und Dienstleistungen im Kontext einer zunehmend verteilten Belegschaft immer wichtiger werden.

Mehrere Einflussfaktoren, die sich auf die voraussichtliche Verlagerung der Arbeit in Richtung eines hybriden Arbeitsmodells auswirken, haben die Druckmöglichkeiten beeinflusst. Unternehmen hatten während der Pandemie und der anschließenden Büroschließungen den Luxus, sich auf interne Geschäftsabläufe konzentrieren zu können. Der Markt befindet sich derzeit in unterschiedlichen Stadien der Rückkehr ins Büro, aber die grundsätzliche Frage ist, ob diese Zeit dem Unternehmen die Möglichkeit gegeben hat, nach einem gut durchdachten Plan zu handeln:

- Veränderung der Büroumgebung, die besser auf die Unternehmensziele und die Bedürfnisse der Mitarbeiter abgestimmt ist.
- Behebung bestehender und bekannter betrieblicher Schwachstellen aus der Zeit vor der Pandemie, auf die damals nicht reagiert wurde oder werden konnte.

Darüber hinaus hatten die Mitarbeiter denselben langen Zeitraum, um neue Arbeitsgewohnheiten zu erlernen (z. B. weniger zu drucken), die sich nun fest etabliert haben. Diese neuen Arbeitsgewohnheiten, die durch die Pandemie und den Auftrag zur Heimarbeit ausgelöst wurden, können die Pläne für die Technologiebeschaffung vor der Pandemie erheblich verändern.

Eine weitere organisatorische Herausforderung besteht darin, die offensichtliche Polarisierung zwischen dem Wunsch der Arbeitgeber, die Arbeitnehmer wieder ins Büro zu bringen, und dem Bedürfnis der Arbeitnehmer nach flexiblen Arbeitsoptionen auszugleichen. Unabhängig davon, wie dieser Zwiespalt angegangen wird, ist zu erwarten, dass im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie in Zukunft mehr Arbeit von zu Hause und von entfernten Standorten aus erledigt werden wird. Folglich werden Unternehmen ihre Anforderungen an den Büroraum und die für diese Arbeitsplätze benötigten Technologien überdenken müssen, wenn die Mitarbeiter einen geringeren Teil ihrer Arbeitszeit an diesen Orten verbringen werden. Eine der Überlegungen, die von diesem Wandel beeinflusst werden, ist die Strategie des Unternehmens für zukünftige Investitionen in Bürotechnologie, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Drucker und Multifunktionssysteme (MFP).

Diese IDC-Studie verwendet das IDC MarketScape-Modell zur Bewertung mehrerer quantitativer und qualitativer Kriterien, die zur Beurteilung des Angebots eines Anbieters und seiner Position auf dem Markt herangezogen werden können. Die Bewertung basiert auf einer standardisierten Reihe von Parametern, die IDC verwendet, um eine vergleichende Analyse der wichtigsten Druckanbieter zu erstellen, die auf den Bürobedarf abzielen. Unternehmen, die den IDC MarketScape für Bürodrucklösungen in der verteilten Belegschaft nutzen, können Anbieter mit starken Angeboten und gut integrierten Geschäftsstrategien identifizieren, die darauf abzielen, die Anbieter langfristig lebensfähig und wettbewerbsfähig zu halten. Zu den in dieser Studie identifizierten Erfolgsfaktoren für Strategien und Fähigkeiten gehören:

- Hardware, Software und Services, die auf die Entwicklung einer veränderten Belegschaft eingehen und die neuen Anforderungen an eine andere Art von Arbeitskräften erfüllen, die in der Zeit nach der Pandemie entstehen werden
- Aufzeigen, wie die Rolle von Cloud, prädiktiver Analytik, Fernüberwachung und weiteren Elementen Teil dieses Wandels sein und neue Innovationen im Druckportfolio fördern wird
- Finanzielle Kennzahlen, die eine Erfolgsbilanz für das Erreichen der erklärten Ziele und ein Muster für nachhaltiges Wachstum aufzeigen (ein Plan für finanzielles Wachstum sollte klar sein, ebenso wie ein Plan für die Aufrechterhaltung von F&E-Aktivitäten, um dieses Wachstum zu fördern und Innovationen voranzutreiben).
- Ein flexibles Go-to-Market-Modell ist entscheidend, das lokale/globale Ressourcen, geeignete Preismodelle und die Bereitstellung über traditionelle und neue (z. B. Cloud-basierte Angebote) Wege einschließt, um den Kundenwünschen in einem Umfeld mit verteilten Mitarbeitern gerecht zu werden.
- Demonstration von Meinungsführerschaft durch Programme, Pläne und andere Marketingmaßnahmen, um das Bewusstsein für spezifische Initiativen zur Bewältigung eines sich entwickelnden Personalmodells zu schärfen (diese Demonstration sollte Kundenaussagen über die Effektivität der Bemühungen sowie die eigene interne Implementierung von OEM-Lösungen umfassen, die Innovation und Meinungsführerschaft zeigen).

## IDC MARKETSCAPE ANBIETER AUFNAHMEKRITERIEN

---

Diese Studie umfasst eine Analyse der Drucker-/MFP-Hersteller, die den globalen Bürodruckmarkt mit einer Reihe von Hardware-, Lösungs- und Service-Portfolios bedienen. Print muss das Kerngeschäft des Anbieters sein.

Alle diese Hersteller müssen sich jetzt mit einer zunehmend verteilten Belegschaft auseinandersetzen, die durch die COVID-19-Pandemie entstanden ist und voraussichtlich auch in Zukunft bestehen bleiben wird. Folglich muss das druckspezifische Produktangebot jedes Herstellers auf die neuen Marktanforderungen eingehen, die sich aus diesem grundlegenden Wandel im Büro der Zukunft ergeben. Speziell für dieses Szenario der Zukunft der Arbeit umfassen diese neuen Marktanforderungen unter anderem folgende Punkte:

- Antizipieren der neuen Anforderungen der Kunden an Print in einem erwarteten hybriden Arbeitsmodell, das sowohl im Büro als auch zu Hause oder an entfernten Standorten eingesetzt wird.
- Berücksichtigung neuer Arbeitsgewohnheiten, die sich auf die Nutzung von Drucksachen auswirken, wie sie während der Pandemiezeit gelernt wurden, in der der Arbeitsort und der Zugang zur Drucktechnologie beeinträchtigt waren.
- Verbesserung der Arbeits- und Druckerfahrung an entfernten Standorten, wenn diese von einem Ad-hoc-Status zu einer regelmäßig genutzten Umgebung für die Erledigung von Aufgaben werden.

## EMPFEHLUNGEN FÜR TECHNOLOGIEEINKÄUFER

---

Die COVID-19-Pandemie hat den Markt für die Zukunft unwiderruflich verändert. Auf dem Höhepunkt der Pandemie lernten die Unternehmen aus der Not heraus, in einem virtuellen Modus zu arbeiten, in dem persönliche Gespräche über einen längeren Zeitraum eingeschränkt waren. Wir haben gelernt, dass dies zwar nicht immer optimal und auch nicht die beste Lösung war, dass es aber zumindest möglich war, auf diese Weise effektiv zu arbeiten. Aufgrund dieser Erfahrung wird von Unternehmen und Mitarbeitern erwartet, dass sie zunehmend von der Möglichkeit Gebrauch machen, an Orten außerhalb des Büros zu arbeiten. Dieser Übergang hat erhebliche Auswirkungen auf die Technologie, einschließlich der Beschaffung und Nutzung von Drucktechnologien im Unternehmen.

Da wir uns mit Remote- und Heimarbeitsplätzen befassen, die eine zunehmend verteilte Belegschaft definieren, glauben wir, dass die Cloud eine wesentliche Rolle spielt, um dieses veränderte Szenario der Belegschaft zu ermöglichen. In dieser Studie stellen wir fest, dass Cloud und Print in der verteilten Belegschaft eng miteinander verbunden sind. Aus diesem Grund raten wir Käufern, sich auch einen demnächst erscheinenden IDC MarketScape über Cloud MPS anzusehen, der speziell die Wettbewerbslandschaft für dieses Angebot analysiert. Die Kenntnis der Marktführer und Hauptakteure im Bereich Cloud-MPS gibt Aufschluss darüber, welche Anbieter die Printfunktion in einer verteilten Belegschaft am besten abdecken können. Es sei darauf hingewiesen, dass Cloud MPS und Print bei verteilten Arbeitsplätzen zwar zusammenhängen, aber nicht genau korreliert sind. Die Verwendung beider Analysen ist jedoch hilfreich, um Einblicke in die wichtigsten Akteure des Druckmarktes zu gewinnen und zu verstehen, was sie potenziellen Kunden zu bieten haben.

Eine Ende 2020 durchgeführte IDC-Studie ergab mehrere Herausforderungen für die Arbeit von zu Hause aus. Zu den wichtigsten Herausforderungen gehörten die physischen Herausforderungen einer Remote-Arbeitsumgebung (z. B. Platz, Lärm, Privatsphäre, Konnektivität), Fragen zur Verfügbarkeit von IT-Support und Sorgen um Cybersicherheit und Datenschutz. Während die physischen Herausforderungen einer verteilten Arbeitsumgebung nicht unbedingt mit Drucklösungen angegangen werden können, können die Fragen des IT-Supports und der Sicherheit im Rahmen einer umfassenden Work-from-Home-Lösung angeboten werden. Was das Drucken betrifft, so liegen die größten Herausforderungen beim Drucken von zu Hause aus in der mangelnden Kontrolle oder der fehlenden Möglichkeit, die Druckernutzung und Sicherheitsschwachstellen zu überwachen sowie die Einhaltung der Unternehmensrichtlinien zu gewährleisten. Auch diese Herausforderungen können mit den heute auf dem Markt erhältlichen Lösungen bewältigt werden. Einkäufer sollten diese allgemeinen Herausforderungen beachten und nach Lösungen suchen, die ihren Unternehmen helfen, diese geschickt zu meistern.

Einkäufer sollten sich darüber im Klaren sein, dass die Anbieter auf dem Markt für Drucklösungen einen Großteil des Jahres 2021 damit verbracht haben, sich auf die digitale Transformation (DX) und neue Arbeitsweisen vorzubereiten, die als Reaktion auf die neuen Marktbedingungen beschleunigt wurden. Die Merkmale dieser Reaktion zeigen sich in mehreren aktuellen Marktentwicklungen, die ohne die COVID-19-Pandemie wahrscheinlich nicht stattgefunden hätten. Dazu gehören die Einführung neuer Drucker und Multifunktionssysteme, die speziell auf den Markt für Heimarbeit und hybride Arbeitsformen ausgerichtet sind, eine stärkere Konzentration auf Security, Cloud und Mobilität für Heim- und Remote-Büros, eine neue Betonung der Hygiene (z. B. berührungslose Technologien für Drucker und Multifunktionssysteme) und ein größeres Angebot an druckbezogenen Abonnementdiensten, um die Druckkosten zu senken und die Lieferung von Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen an Heim- und Remote-Standorte zu automatisieren.

Bei den Abonnementdiensten gibt es einige bemerkenswerte Faktoren, die diese Aktivität vorantreiben. Als Büros aufgrund von COVID-19 geschlossen wurden, ging man zunächst davon aus, dass dies nur für einen sehr kurzen Zeitraum der Fall sein würde. Tatsächlich begann dieser Plan Mitte März 2020 mit der Vorstellung, dass die Rückkehr ins Büro zwei Wochen später, Anfang April, wieder aufgenommen werden würde. Die Auswirkungen erstreckten sich natürlich über einen wesentlich längeren Zeitraum als erwartet. Daher sind die kurzfristigen Überbrückungsmaßnahmen, die damals eingeführt wurden, auf lange Sicht nicht durchführbar. Dieser erste Plan muss geändert werden, um den dauerhaften Auswirkungen der Pandemie auf den Markt gerecht zu werden. Bei der Arbeit von zu Hause aus, einschließlich der Nutzung von Druckern, sollten auch Kostenkontrollen, die durch Fernüberwachung verwalteten Serviceanforderungen, Tools, die einen Überblick über die Nutzung bieten, und Sicherheitsmaßnahmen berücksichtigt werden, um den Schutz von Geschäftsinformationen zu gewährleisten, sowie die Einkaufsmöglichkeiten für Mitarbeiter, die von zu Hause aus arbeiten, um Druckhardware, Verbrauchsmaterialien und notwendige Serviceleistungen für ihre Heimbüros zu beschaffen.

Auch wenn Print für viele Unternehmen nicht als strategische Priorität angesehen wird, sollten Käufer bedenken, dass Print immer noch eine wichtige geschäftskritische Funktion ist, die gut verwaltet werden muss. Eine zunehmend von zu Hause aus oder von unterwegs arbeitende Belegschaft verändert die Anforderungen an die Druckfunktionen erheblich. Wird dies falsch gemacht, kann das Unternehmen unter unangemessenen Kosten und Produktivitätseinbußen leiden.

In gewisser Hinsicht bot die Pandemie der Branche die Möglichkeit, sich zu modernisieren, um den Seitenwind in einer digital ausgerichteten Welt zu bewältigen. Auch wenn der Begriff "digital-first" wie die Antithese zu Print klingt, sind wir der Meinung, dass Print weiterhin eine wichtige Rolle spielt. Die Unternehmen werden in absehbarer Zukunft mit sehr unbeständigen Marktbedingungen konfrontiert sein, da die Pandemie und die darauffolgende Reaktion auf sie sehr störend sind. Käufer sollten sich auf unruhige Wellen gefasst machen, während sie eine neue Periode der Transformation ihrer Unternehmen einläuten. Print sollte nicht aufgegeben werden, sondern seine Rolle sollte neu angepasst werden, um in den Kontext der Zukunft der Arbeit zu passen.

## KURZPROFILE DER ANBIETER

---

In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Beobachtungen von IDC kurz erläutert, die zu der Position eines Anbieters in der IDC MarketScape führen. Während jeder Anbieter anhand der im Anhang aufgeführten Kriterien bewertet wird, bietet die Beschreibung hier eine Zusammenfassung der Stärken und Herausforderungen der einzelnen Anbieter.

### Konica Minolta

Konica Minolta ist in dieser IDC MarketScape 2022 in der Kategorie "Leaders" positioniert, weil es das Thema Print in verteilten Arbeitsgruppen auf globaler Ebene angeht.

Der Ansatz von Konica Minolta für die Bereitstellung von Drucklösungen für verteilte Mitarbeiter beginnt mit der Einstellung, dass "Arbeit nicht dort ist, wo man ist, sondern Arbeit ist das, was man erledigt". Unternehmen brauchen die richtige Technologie und den entsprechenden Service, um die Organisation zu unterstützen. Die Pandemie hat neue Markttreiber hervorgebracht, wie z. B. eine größere Anzahl von Außendienstmitarbeitern, mehr Online-/E-Commerce-Einkäufe und eine größere Sensibilität für das Dokumentenmanagement mit Cloud- und Sicherheitstechnologien.

Das Unternehmen wandelt sein Geschäft seit einiger Zeit von einem Druck-/Kopierdienstleister zu einem Anbieter digitaler Services. Die Vision des intelligent vernetzten Arbeitsplatzes stand schon lange vor dem Ausbruch der Pandemie fest und bietet eine Reihe dokumentenbezogener Dienstleistungen (Workflow und Automatisierung, Information Management, Managed Application Services, Infrastructure Management, Security und Cloud Services, und weitere), die natürlich auch die Unterstützung einer stärker verteilten Belegschaft umfassen. Da die Pandemie eine weitgehende Arbeit von zu Hause aus erforderte, trugen diese Services dazu bei, die Produktivität und Effizienz der Mitarbeiter auf ein neues Niveau zu heben.

Das Home Assurance-Programm von Konica Minolta, das in ausgewählten Regionen und zwei Konfigurationen (Home Assurance und Home Assurance Plus) erhältlich ist, richtet sich speziell an Heimarbeiter, die Hardware-/Software-Beschaffung, Sicherheit und die Gewissheit von Support benötigen. Das Programm umfasst einen Laptop, ein Headset und einen Drucker sowie den Zugang zu einem Service Desk. Mögliche Home-Office-Zusatzmodule erweitern das Angebot und umfassen verschiedene Funktionen wie mobiles Scannen und Erfassen, Voice-over-IP-Fax (VoIP), virtuelle Konferenzen und verschiedene Sicherheitsoptionen.

Das Unternehmen bietet ein umfangreiches Softwareangebot von Konica Minolta und Drittanbietern für die verteilte Belegschaft an, einschließlich Print Management, Fleet Management, Druckkostenkontrolle und Sicherheitslösungen. Ergänzend zum Softwareportfolio des Unternehmens bietet die MarketPlace-App-Plattform von Konica Minolta eine Vielzahl von Cloud-, Scan-, Informations- und Sicherheits-Apps, um die Erfahrung der Mitarbeiter im Home-Office mit wichtigen Produktivitätswerkzeugen zu verbessern.

Konica Minolta sieht auch einen zukünftigen Arbeitszustand voraus, in dem es notwendig sein wird, Druck-/Dokumentenaktivitäten von Heim- und Bürostandorten aus zu steuern, die IT-Infrastruktur und -Kosten zusammen mit einer Bewertung der Anforderungen an die Hardwareflotte zu reduzieren und sicherzustellen, dass die Dokumenten- und Druckinfrastruktur unabhängig vom Standort gesichert ist. Fremdorganisationen dürfen keinen unbefugten Zugang zu den Geräten haben, und die Unternehmensinhalte müssen auf allen Stufen der Nutzung bis zum Ausgabegerät verschlüsselt werden.

Die verwalteten Print-as-a-Service-Angebote des Unternehmens sind eng mit dem Ansatz des Unternehmens für eine verteilte Belegschaft verknüpft. Das bedeutet, dass mehrere Optionen für die Druckbereitstellung zur Verfügung stehen, dass der Schwerpunkt auf dem höchsten Sicherheits- (bizhub SECURE und künftig SHIELD GUARD) und Servicenniveau (CS Remote Care) für die Geräte des Unternehmens liegt und dass eine maßgeschneiderte Benutzeroberfläche zur Verfügung steht, die es ermöglicht, den Arbeitsstil jedes Mitarbeiters unabhängig vom Gerät an seine Nutzungsanforderungen anzupassen. Darüber hinaus bieten sie eine breite Palette von Beschaffungsoptionen wie Leasing, Abonnement und Pauschalabrechnungsmodelle.

Zur Unterstützung von Remote-Service-Anforderungen sorgt CS Remote Care des Unternehmens für die Kommunikation zwischen Konica Minolta-Hardware und der Serviceorganisation. Die Geräteüberwachung ermöglicht der Serviceorganisation von Konica Minolta den Zugriff auf aktuelle Informationen zum Gerätestatus, bevor die Techniker entsandt werden. Bestimmte Vorgänge (z. B. Lieferung von Verbrauchsmaterial, Firmware-Updates, Änderungen an den Geräteeinstellungen) können automatisch ausgelöst und aus der Ferne erledigt werden.

Konica Minolta nutzt auch einen automatisierten, cloudbasierten Überwachungs- und Verwaltungsdienst namens Worldwide Remote Service Platform (WWRSPF). Diese Plattform wickelt die verschlüsselte Datenkommunikation und -speicherung zwischen Zweigstellen- und Rechenzentrumsnetzwerken ab. Sie sichert die Kommunikation auf Netzwerk-MFPs durch Client-Server-Authentifizierung, globale IP-Adressbeschränkungen und andere Sicherheitsmaßnahmen. Diese Remote-Operationen sind in einer zunehmend verteilten Belegschaft von entscheidender Bedeutung, da Remote-Upgrades und -Installationen gegenüber der Wartung vor Ort bevorzugt werden. Mit WWRSPF können Kunden von automatischen Firmware-Upgrades und Selbstdiagnosen profitieren, die zu Fernwartung, Backup und Datenabruf führen, um MFP-Einstellungen und Fernzugriff auf das Bedienfeld abzurufen und zu erhalten.

Wir haben mit einem Konica Minolta-Kunden gesprochen, der ein internationaler, weltweit tätiger Hersteller ist. Die Pandemie schuf eine Umgebung, in der praktisch alle Mitarbeiter gezwungen waren, von zu Hause aus zu arbeiten, aber oft waren diese Wohnorte nicht angemessen für diese Notwendigkeit ausgestattet. Zu den radikalen Änderungen der Arbeitsabläufe gehörten:

- Es musste sehr schnell eine Scanlösung entwickelt werden, da das Unternehmen Zugang zu den Arbeitsabläufen benötigte.
- Die Verlagerung der Arbeit nach Hause bedeutete, dass Laptops mit den entsprechenden Dokumentenablagen verbunden werden mussten, die Technologie für elektronische Signaturen musste für Vertragsunterzeichnungen eingeführt werden, und entweder musste das Drucken zu Hause über VPN gesichert werden oder die Mitarbeiter mussten zum Drucken vertraulicher Inhalte das Büro benutzen, um die Sicherheit zu gewährleisten.
- Konica Minolta richtete für das Unternehmen ein 24 x 7 Service- und Callcenter ein. Der Kunde hat klar verstanden, dass "wir für ihn wichtig sind". Es wurden regelmäßige Serviceüberprüfungen eingeführt, um die Nutzung zu prüfen und eventuelle Änderungen an der Flotte zu berücksichtigen.
- OCR und Scannen werden immer wichtiger ... in Zukunft wird das Scanvolumen höher sein als das Druckvolumen.
- Die Beschaffung erfolgt nur im Rahmen des globalen Vertrags. Keinem Mitarbeiter ist es gestattet, außerhalb der Bedingungen des Globalvertrags einzukaufen.

## Stärken

- Konica Minolta zeigt in seiner Go-to-Market-Strategie ein ganzheitliches Denken, das sich nicht nur auf Print konzentriert. Es umfasst IT-Services, Workflow, Security, Voice-over-IP, Enterprise Content Management (ECM), BPO und spezifische Anwendungen für vertikale Märkte. Ursprünglich für traditionelle Büroumgebungen gedacht, können sie alle auf neue Arbeitsweisen im hybriden Modell von Büro und Zuhause übertragen werden.

## Herausforderungen

- Konica Minolta hat für sein Druck- und MFP-Geschäft in der Regel nicht den Markt der Privathaushalte im Visier. Damit partizipiert das Unternehmen nicht direkt an den Chancen, die sich aus dem wachsenden Anteil der in dieser Umgebung ausgeführten Arbeit ergeben. Sein regional eingeführtes Home Assurance-Programm sollte jedoch dazu beitragen, dieser Herausforderung zu begegnen.
- Obwohl Konica Minolta ein wachsendes Portfolio an Produkttechnologien außerhalb des Kerngeschäfts Kopieren/Drucken anbietet, steht das Unternehmen vor der Herausforderung, als legitimer One-Stop-Shop für IT-Infrastruktur-Hardware und -Services angesehen zu werden. Ein Teil des Bewusstseinswandels bei den Kunden besteht darin, eine Erweiterung des Portfolios bei bestehenden Kunden zu demonstrieren, um eine höhere Marktdurchdringung bei diesen Kunden zu erreichen. Sobald diese Legitimität hergestellt ist, kann Konica Minolta seinen Ruf ausbauen, um neue Kunden sowohl mit Druck- als auch mit IT-Technologien zu gewinnen.

### *Erwägen Sie Konica Minolta, wenn ...*

Es beginnt mit Drucklösungen, aber Konica Minolta hat noch mehr zu bieten. In der jüngeren Zeit hat das Unternehmen eine Vision des zukünftigen Arbeitsplatzes mit einer Reihe von IT-Technologien zum Drucken entwickelt. Die Pandemie hat diese Arbeitsanforderung ungewollt erweitert, so dass Konica Minolta sein bürobasiertes Wertversprechen nun auch effizient auf verteilte Arbeitsumgebungen ausdehnen kann.



## Lesen einer IDC MarketScape-Grafik

Für die Zwecke dieser Analyse hat IDC potenzielle Schlüsselmaßnahmen für den Erfolg in zwei Hauptkategorien unterteilt: Fähigkeiten und Strategien.

Die Positionierung auf der y-Achse spiegelt die aktuellen Fähigkeiten und das Serviceangebot des Anbieters wider und zeigt, wie gut der Anbieter auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet ist. Die Kategorie "Fähigkeiten" konzentriert sich auf die Fähigkeiten des Unternehmens und des Produkts heute, hier und jetzt. In dieser Kategorie untersuchen die IDC-Analysten, wie gut ein Anbieter Fähigkeiten aufbaut bzw. bereitstellt, die es ihm ermöglichen, seine gewählte Strategie auf dem Markt umzusetzen.

Die Positionierung auf der X-Achse oder Strategieachse gibt an, wie gut die zukünftige Strategie des Anbieters mit den Anforderungen der Kunden in drei bis fünf Jahren übereinstimmt. Die Kategorie "Strategien" konzentriert sich auf übergeordnete Entscheidungen und zugrunde liegende Annahmen über Angebote, Kundensegmente sowie Geschäfts- und Markteinführungspläne für die nächsten drei bis fünf Jahre.

Die Größe der Markierungen der einzelnen Anbieter im IDC MarketScape stellt den Marktanteil jedes einzelnen Anbieters in dem jeweiligen Marktsegment dar, das bewertet wird. Wir haben die kombinierten Marktanteile von Druckern und MFPs für den Bürobereich (B2B) verwendet, um den wertmäßigen Anteil jedes Anbieters an den Lieferungen zu berechnen.

## IDC MarketScape-Methodik

Die Auswahl der IDC MarketScape-Kriterien, die Gewichtung und die Bewertung der Anbieter spiegeln die fundierten IDC-Einschätzungen über den Markt und die einzelnen Anbieter wider. Die IDC-Analysten passen die Palette der Standardmerkmale, an denen die Anbieter gemessen werden, durch strukturierte Diskussionen, Umfragen und Interviews mit Marktführern, Teilnehmern und Endanwendern an. Die Marktgewichtung basiert auf Anwenderinterviews, Käuferbefragungen und dem Input von IDC-Experten in jedem Markt. Die IDC-Analysten stützen sich bei der Bewertung der einzelnen Anbieter und letztendlich bei der Positionierung der Anbieter im IDC MarketScape auf detaillierte Umfragen und Interviews mit den Anbietern, öffentlich zugängliche Informationen und Erfahrungen von Endbenutzern, um eine genaue und konsistente Bewertung der Eigenschaften, des Verhaltens und der Fähigkeiten der einzelnen Anbieter zu erhalten.

## Marktdefinition

Der Schwerpunkt dieses IDC MarketScape liegt auf den Strategien und Fähigkeiten, die den Anbietern zur Unterstützung einer zunehmend verteilten Belegschaft zur Verfügung stehen. Die COVID-19-Pandemie beschleunigte den bereits bestehenden Trend, die Arbeit außerhalb des traditionellen Bürogebäudes zu erledigen. Diese Entwicklung hin zu einer stärker dezentral oder von zu Hause aus arbeitenden Belegschaft bedeutet jedoch auch, dass der Anbieter von Drucksachen immer mehr gefordert ist, diesen Wandel zu unterstützen. Dieser Wandel muss darauf abzielen, die sich entwickelnden Kundenbedürfnisse über mehrere Vektoren innerhalb des Büros der Zukunft zu erfüllen, und kann unter anderem spezifische Produktfunktionen umfassen, die auf Sicherheit, Workflow, Mobilität, Cloud und andere Bereiche abzielen, sowie die Einführung von Lösungen, die Kostenmanagement, Service und Support, neue Geschäftsmodelle und die Bereitstellung/Installation von Technologie in dieser sich verändernden Bürolandschaft betreffen. Diese Technologien können hardware- oder softwarebasiert sein und mit der Kommunikation, Verbreitung und/oder Verwaltung von Geschäftsinformationen in Verbindung stehen.

### Verwandte Forschung

- *IDC-FutureScape: Weltweite Prognosen für Imaging-, Druck- und Dokumentenlösungen 2022* (IDC #US48287621, Oktober 2021)
- *MPDS-Benchmark-Umfrage, 2021: MPDS-Einführung und Implementierung* (IDC #US48334121, Oktober 2021)
- *IDC-Umfrage Spotlight: Einführung von Cloud-basierten Druckmanagement-Lösungen* (IDC #US48334621, Oktober 2021)
- *Marktanalyse-Perspektive: U.S. Bürodruk, 2021* (IDC #US48190621, September 2021)
- *Marktanalyse-Perspektive: Weltweite Dokumentendienste der nächsten Generation, 2021* (IDC #US47102521, September 2021)
- *Marktanalyse-Perspektive: Weltweite und nordamerikanische Dokumentenscanner, 2021* (IDC#US47100621, September 2021)
- *Marktanalyse-Perspektive: Dokumentenlösungen weltweit und in den USA, 2021* (IDC#US47100721, September 2021)
- *Arbeit von zu Hause aus und neue Arbeitsgewohnheiten zeigen, welche Veränderungen für den Druck erwartet werden* (IDC #US48149121, August 2021)
- *Die Trends bei den Druckausgaben bewegen sich im Jahr 2021 in die richtige Richtung, da sich der Markt von der COVID-19-Pandemie erholt* (IDC #US48076021, Juli 2021)
- *Auszug aus der Studie: Die Auswirkungen von COVID-19 auf Druckdienstleistungen im Büromarkt* (IDC #US47102121, Juni 2021)
- *Die Stimme des Vertriebs: Was Händler über COVID-19 und seine zukünftigen Marktauswirkungen sagen* (IDC #US47699921, Mai 2021)
- *Erwartungen an das Seitenvolumen in den USA nach der COVID-19-Pandemie* (IDC #US47661121, Mai 2021)
- *US-Prognose für Single-Function-Drucker, 2021-2025* (IDC #US46356921, April 2021)
- *U.S. Single-Function Printer Market Shares, 2020: Die SOHO-Nachfrage stieg, aber Lieferengpässe dämpften den Absatz* (IDC #US47557021, April 2021)
- *U.S. MFP-Prognose, 2020-2025* (IDC #US46357021, März 2021)
- *U.S. MFP-Marktanteile, 2020: Die Verlagerung ins Home-Office hat die Auslieferungen in einem turbulenten Jahr angekurbelt* (IDC #US46356421, März 2021)
- *Erholung des Druckmarktes nach COVID-19: Eine IDC-Multiclient-Studie* (IDC #US47487921, Februar 2021)
- *IDC's 2020 Print User Survey analysiert die Auswirkungen von COVID-19 nach Region, Alter der Befragten und Unternehmensgröße* (IDC #US46769720, August 2020)

## Zusammenfassung

Diese IDC-Studie bewertet die Strategien und Fähigkeiten der wichtigsten Anbieter von Bürodruckern zur Unterstützung einer zunehmend verteilten Belegschaft auf weltweiter Basis. Unternehmen, die diese IDC MarketScape für globalen Druck in verteilten Arbeitsplätzen nutzen, können Anbieter mit starken Angeboten und gut integrierten Geschäftsstrategien identifizieren, um diesen wachsenden Marktbedarf zu decken.

"Eine der wichtigsten Entwicklungen, die aus der globalen COVID-19-Pandemie erwartet werden, ist die Entwicklung eines hybriden Geschäftsmodells, das die traditionelle Büroumgebung mit Heim- und Remote-Standorten kombiniert. In den vergangenen Monaten haben Unternehmen gelernt, wie sie effektiv außerhalb der normalen Büroumgebung arbeiten können, und wir gehen davon aus, dass dieses Geschäftsmodell auch in Zukunft beibehalten wird", so Keith Kmetz, Program Vice President for Imaging, Printing, and Document Solutions Research bei IDC. "Daher müssen sowohl Druckdienstleister als auch Endanwenderunternehmen die erforderlichen Anpassungen in der Druckinfrastruktur berücksichtigen, um eine zunehmend verteilte Belegschaft zu unterstützen. Wenn dies richtig gemacht wird, können zahlreiche Vorteile erzielt werden. Andererseits kann eine falsche Vorgehensweise dazu führen, dass das Unternehmen unter unangemessenen Kosten und Produktivitätseinbußen leidet."

## Über IDC

Die International Data Corporation (IDC) ist der weltweit führende Anbieter von Marktinformationen, Beratungsdiensten und Veranstaltungen für die Märkte Informationstechnologie, Telekommunikation und Verbrauchertechnologie. IDC hilft IT-Fachleuten, Geschäftsführern und Investoren, faktenbasierte Entscheidungen über Technologiekäufe und Geschäftsstrategien zu treffen. Mehr als 1.100 IDC-Analysten bieten globales, regionales und lokales Fachwissen über Technologie- und Branchenmöglichkeiten und -trends in über 110 Ländern weltweit. Seit 50 Jahren liefert IDC strategische Erkenntnisse, die unseren Kunden helfen, ihre wichtigsten Geschäftsziele zu erreichen. IDC ist eine Tochtergesellschaft von IDG, dem weltweit führenden Unternehmen für Technologiemedien, -forschung und -veranstaltungen.

## Globaler Hauptsitz

140 Kendrick-Straße  
Gebäude B  
Needham, MA 02494  
USA  
508.872.8200  
Twitter: @IDC  
blogs.idc.com  
www.idc.com

---

Hinweis zu Copyright und Markenzeichen

Dieses IDC-Forschungsdokument wurde als Teil eines kontinuierlichen IDC-Informationsdienstes veröffentlicht, der schriftliche Forschung, Analysteninteraktionen, Telebriefings und Konferenzen bietet. Besuchen Sie [www.idc.com](http://www.idc.com), um mehr über die Abonnement- und Beratungsdienste von IDC zu erfahren. Eine Liste der weltweiten IDC-Büros finden Sie unter [www.idc.com/offices](http://www.idc.com/offices). Bitte wenden Sie sich an die IDC-Hotline unter 800.343.4952, Durchwahl 7988 (oder +1.508.988.7988) oder [sales@idc.com](mailto:sales@idc.com), um Informationen über die Anrechnung des Preises dieses Dokuments auf den Kauf einer IDC-Dienstleistung oder über zusätzliche Kopien oder Webrechte zu erhalten. IDC und IDC MarketScape sind Marken der International Data Group, Inc.

Urheberrecht 2022 IDC. Die Vervielfältigung ist ohne Genehmigung untersagt. Alle Rechte vorbehalten.

