

# Vom Scannerhersteller zum Lösungsanbieter

**Kodak Alaris setzt sukzessive nur noch auf den Namen „Alaris“. Was hinter dieser neuen Markenpositionierung steckt, erläutert Jürgen F. Krüger – seit Mitte Februar 2018 ist er an Bord von Kodak Alaris und hat mit Wirkung zum 1. April die Nachfolge von Günter Wittlinger als Managing Director Central Cluster & Eastern Europe angetreten.**

**FACTS:** *Herr Krüger, kaum waren Sie im Amt, wurde von der Unternehmenszentrale angekündigt, dass aus Kodak Alaris Information Management nun „Alaris, ein Unternehmen von Kodak Alaris“ wird. Was wird damit bezweckt?*

**Jürgen F. Krüger:** Bei unserem neuen Namen geht es nicht um einen Neuanfang, es geht vielmehr um eine Neuinterpretation. Lassen Sie mich etwas ausholen. Während die Marke Kodak in der DACH-Region nach wie vor positiv bewertet wird und für Tradition sowie Qualität steht, wirkt in den USA noch immer die Chapter-11-Geschichte von Eastman Kodak aus dem Jahr 2012 nach. Daher die Entscheidung, sukzessive von der Marke „Kodak“ abzurücken. Auf der anderen Seite hat sich das Unternehmen vom reinen Scannerhersteller hin zum Lösungsanbieter

entwickelt und die Go-to-Market-Strategie neuen Marktgegebenheiten angepasst. Das Rebranding wird uns außerdem helfen, neue Märkte zu avisieren, neue Partnerschaften aufzubauen und neue Kunden zu erreichen.

**FACTS:** *Sie sprechen von einer neuen Go-to-Market-Strategie, was heißt das konkret?*

**Krüger:** Das „Alaris IN2 Ecosystem“ ist nicht nur eine Marketinghülse, sondern ein gelebtes Versprechen, den Kunden eine maßgeschneiderte Komplettlösung für ihre digitale Transformation anzubieten. Heute geht es nicht mehr darum, Papierdokumente in PDFs zu verwandeln, um sie digital zu archivieren. Im Vordergrund steht vielmehr die Nutzung der Daten und Informationen in digitalen Prozessen und in einem größeren Kontext. Zusammen mit unserem starken Netzwerk an Partnern können

wir nicht nur Scanner, die Erfassungslösung und Services anbieten, sondern eben auch die Software, seien es Dokumentenmanagement-Systeme, Enterprise-Content-Management- oder Cloudlösungen, die den Ansprüchen und Bedürfnissen unterschiedlichster Kunden entsprechen. So können wir Unternehmen jeder Größenordnung, Behörden oder Banken und Versicherungen gleichermaßen adressieren und ihnen immer die bestmögliche Umsetzung für ihre anstehenden Projekte anbieten.

**FACTS:** *Wie wollen Sie es schaffen, mit Alaris den gleichen Bekanntheitsgrad wie mit Kodak zu erreichen?*

**Krüger:** Mit Zeit, Geduld und Beharrlichkeit. Wir verfügen nicht über die Mittel, Alaris so zu bewerben, dass die Marke in kürzester Zeit in allen Köpfen ist. Dennoch haben wir

bereits gesehen, dass ein Wandel auch mit der Zeit gelingt – aus Kodak wurde 2013 Kodak Alaris, was heute jedem geläufig ist, der mit Digitalisierung zu tun hat. Wir haben keine Vorgabe, uns morgen von dem Namen Kodak komplett verabschieden zu müssen, und unser Scannerportfolio umfasst noch eine ganze Weile Scanner der beiden Marken „Kodak“ und „Alaris“.

**FACTS: Wie sieht es denn mit den Wachstumschancen im Bereich Scanner generell und für Alaris insbesondere aus?**

**Krüger:** Ganz allgemein gesehen befinden wir uns in einem beständigen bis leicht rückläufigen Markt. Bei näherer Betrachtung unterscheiden wir grob zwei Kernbereiche. Zum einen Scanner für die dezentrale Erfassung, also für Abteilungen, Workgroups sowie Desktops, und zum anderen für die hochvolumige Digitalisierung, wie sie in Poststellen oder bei Scandienstleistern und Business-Process-Outsourcing-Anbietern vorzufinden ist. Im hochvolumigen Bereich sind wir Marktführer und haben unsere Produktions-scanner immer weiter perfektioniert. Jeder manuelle Eingriff kostet hier Zeit und damit Geld; daher bieten unsere Geräte spezielle Funktionen für höchste Produktivität, Zuverlässigkeit und Sicherheit. Das geht so weit, dass Scanner komplette Prozessketten abdecken können, wie die von uns vertriebenen IBML-Systeme.

Beim dezentralen Scannen stehen Arbeitsplatztauglichkeit, einfachste Bedienung oder auch WLAN-Fähigkeit im Vordergrund. In diesem Bereich haben wir unser Portfolio ausgeweitet und bieten Geräte mit außergewöhnli-

*„Das ‚Alaris IN2 Ecosystem‘ ist nicht nur eine Marketinghülse, sondern ein gelebtes Versprechen, den Kunden eine maßgeschneiderte Komplettlösung für ihre digitale Transformation anzubieten.“*

**JÜRGEN F. KRÜGER**, Managing Director Central Cluster & Eastern Europe bei Alaris



cher Funktionalität. So sind zum Beispiel unsere Desktopscanner der Alaris-S2000-Serie mit einem Rüttler ausgestattet, wie man es nur von Produktionsscannern kennt. Die Einzugs-kante des Papiers wird automatisch ausgerichtet, sodass Fehl- und Mehrfacheinzüge vermieden werden. Das ist nur eine Funktion von vielen, die die Erfassung einfacher und sicherer machen. Aus diesem Grund haben wir noch ein großes Wachstumspotenzial in diesem Segment.

**FACTS: In den FACTS-Tests haben Alaris-Scanner stets überzeugen können. Konnten Sie auch andere Auszeichnungen erzielen?**

**Krüger:** Selbstverständlich. Hier möchte ich die Awards, die wir von Buyers Lab (BLI),

einem unabhängigen Testinstitut von Document-Imaging-Produkten, erhalten haben, erwähnen. Zum dritten Mal in Folge konnten wir die begehrte Auszeichnung „Scanner Line of the Year“ entgegennehmen. Diese Ehrung erhalten Hersteller, deren Produktlinie insgesamt am besten abschneidet. Dabei werden Modelle jeder Kategorie zwei Monate im Labor getestet. Die BLI-Analysten bescheinigen, dass Alaris auch weiterhin den Maßstab setzt, was Scanner im Zeitalter der digitalen Transformation auszeichnet. Insgesamt ist Alaris der Scannerhersteller mit den meisten Auszeichnungen von BLI. 29 Pick- und Outstanding-Achievement-Awards und vier Line-of-the-Year-Ehrungen sprechen für sich. (mim) ■

**IN2 ECOSYSTEM:** Zusammen mit einem umfangreichen Netzwerk an Partnern kann Alaris neben Scannern, der Erfassungslösung und Services auch Software anbieten, seien es Dokumentenmanagement-Systeme, Enterprise-Content-Management- oder Cloudlösungen.

