

“Productie in Europa houden kan alleen door lean en mean te zijn”

■ KURT DE CAT ■

In het huidige economische klimaat klinkt de roep naar efficiëntie luid en urgent. Dataline, bekend van de MIS/ERP-software MultiPress, ervaart een momentum voor investeringen in automatisatie. “Hoe hoger de loonkost, hoe efficiënter je moet produceren”, weet Dirk Deroo, oprichter en CEO van Dataline. In de aanloop naar Fespa Amsterdam en Drupa in Düsseldorf hadden we een gesprek over de belangrijkste markttrends en hoe het softwarebedrijf daarop reageert.

Dirk Deroo is net terug van de Franse vakbeurs CIPrint in Lyon als we hem spreken in het hoofdkantoor van Dataline in Zedelgem. Het softwarebedrijf heeft Europese ambities en is een vaste waarde op de Europese printbeurzen. Jaarlijks staan er zo'n tiental op de agenda met dit voorjaar ondermeer kleppers als Fespa Amsterdam (van 19 tot 22 maart) en Drupa in Düsseldorf (van 28 mei tot 7 juni) waar Dataline een stand van honderdtwintig vierkante meter heeft in hal 7a. Dataline is opgericht in 1997, vandaag is het groeiend bedrijf actief in 26 landen waar meer dan duizend printbedrijven de MultiPress-software gebruiken.

Het jaar 2023 was voor Dataline het jaar van de internationale versnelling met de overname van het Spaanse Palmart, een deal in Finland. Hoe kijkt u terug op het jaar?

DIRK DEROO. “Qua dynamiek ervaren we terug de drive van voor de coronapandemie. Onze omzet is met twintig procent gegroeid naar 8,2 miljoen euro. We hebben veel geïnvesteerd in het aantrekken van talent. We werven gemiddeld twee mensen per maand aan. We zijn met 85 medewerkers momenteel. We versterken ons aan alle kanten. Het middenkader wordt uitgebouwd. Andy Wilaert kwam ons versterken als general manager. Dat is een grote meerwaarde, hij heeft veel ervaring met internationale teams en finance.”

U timmert al een tijd aan een internationale buy-and-build strategie. Hoe loopt die momenteel?

DEROO. “Op volle kracht. We zijn in gesprek met verschillende partijen. Toen ik in 2017 met de internationalisatie begon, dachten we dat we alles vanuit België zouden regelen, maar dat bleek een foute inschatting. Elk land heeft zijn taal en cultuur en dat moet je respecteren. Onze concurrent is de onwetendheid en een lokale speler die de lokale taal spreekt. We hebben schaalgroottes nodig om de business te doen groeien, om de oplossingen te kunnen ontwikkelen die de industrie vraagt. Een voordeel van onze schaal is dat internationale profielen nu meer en meer overwegen om voor Dataline te komen werken. Sinds begin dit jaar is de Schot Michael Melis (voorheen o.a. actief bij Kodak, EFI, enz., nvdr.) bij ons aan de slag als business developer. Ewout Maartense versterkt ons Nederlandse business development-team. Hij was actief bij spelers zoals Scitex, Kodak, Landa en Scodix. Zij zien het belang van administratieve automatisering.”



“De waan van de dag is de grootste valkuil die er bestaat”, zegt Dirk Deroo, de CEO van Dataline.

Hoe ervaart u de Europese markt momenteel?

DEROO. “Het is een moeilijke markt maar wij hebben wel een oplossing voor de problemen die zich stellen. In dat verband is het een godsgeschenk dat België een voorloper is. Wat wij hier tien jaar geleden zagen gebeuren, zien we nu in een land als Spanje bijvoorbeeld. De loonkosten zijn aan het stijgen, de orders staan onder druk, de economie kwakkel, men vindt geen personeel. Alles staat onder druk in Europa. Ik ken geen enkel bedrijf waar het

ordervolume gestegen of zelfs gelijk gebleven is. Dat zakt allemaal met twintig, dertig, veertig procent. Maar het aantal orders stijgt spectaculair. De machines kunnen dat aan maar voor de administratie is dat dramatisch, zij kunnen niet volgen. Daar zit de bottleneck maar het laatste wat mensen gaan doen, is in hun eigen voet schieten. Iedereen denkt aan werkzekerheid. Dat is de uitdaging voor ons: software implementeren en behoudzaam zijn voor de mensen die er werken. We moeten mensen perspectief bieden. Paniek is niet nodig, het gaat om reconversie van bepaalde profielen.”

Wat zijn uw plannen voor 2024, een belangrijk Drupa-jaar?

DEROO. “We willen het bedrijf nog meer versterken in de breedte. We investeren al twee jaar in de ontwikkeling van Artificiële Intelligentie in onze business. We zullen dit op Drupa lanceren. Het gaat in essentie om hoe je als printbedrijf competitief kan blijven. We weten dat de administratieve kosten van een printorder doorgaans veertig procent van de totale kosten bedragen. Dat percentage kan je bij zo goed als alle bedrijven herleiden tot 10 à 12 procent. Dat is vaak de enige plaats waar productiebedrijven kunnen besparen. Dat is ook de oefening die we doen bij potentiële klanten, we proberen te berekenen hoeveel administratieve kost er op elk order zit. Als dat percentage hoger is dan twintig procent, dan kunnen we erop werken, anders passen we. Als we niet het verschil kunnen maken, doen we het niet. Onze capaciteit is niet oneindig, we moeten dus goed mikken. Met Artificiële Intelligentie willen we onze slaagkans vergroten.”

AI lijkt overal tegenwoordig. Wat kan de technologie voor MultiPress precies betekenen?

DEROO. “Met AI willen we kunnen voorspellen op welke producten een printbedrijf kan overleven. Wat kunnen de machines en wat zijn de slaagkansen? Het gaat om een deel rapportering en proberen te voorspellen wat bepaalde producten op de markten zullen doen. Er is veel data beschikbaar, we weten al heel veel. We moeten er nu



“Productontwikkeling is een constante al is dat niet altijd zichtbaar voor de buitenwereld”, stelt Dirk Deroo.



Dirk Deroo: “We hebben schaalgroottes nodig om de business te doen groeien en om de oplossingen te kunnen ontwikkelen die de industrie vraagt.” (hier met het team op de vakbeurs CIPrint in Lyon).

ook betrouwbare voorspellingen mee kunnen doen en ze bevatte kunnen communiceren aan de doelgroep. Daarom praten we intensief met de machineconstructeurs. Zij willen machines kunnen verkopen en vervangen. Wij willen onze klanten behouden, ze rendabel maken en zorgen dat de productie in Europa blijft. Dat kan alleen maar door lean en mean te zijn. In Europa heeft elk land een buurland waar er goedkope kan worden geproduceerd. Hoe hoger je loonkost, hoe efficiënter je moet produceren. Je kan sowieso tien procent efficiënter zijn dan je burens door organisatorische ingrepen. Je moet het willen doen. De waan van de dag is de grootste valkuil die er bestaat.”

Hoe kan AI de waan van de dag counteren?

DEROO. “AI maakt de software intelligenter. Make or buy is een basisvraag in de printindustrie. Productoren we het zelf of kopen we het in? Op welke machine gaan we wat produceren? AI-technologie kan getraind worden om deze vragen te beantwoorden. Ervaren calculatoren kunnen die afwegingen ook maken maar we zien vaak veel vooringomenheid bij mensen. Al kan het gedrag van mensen veranderen, daar gaat het over. De grote uitdaging is dat je veel data nodig hebt en dat mensen er moeten voor open staan om dat volume te delen om zo inzichten te verwerven.”

Ondertussen bestaat MultiPress twintig jaar. Hoe ziet u de software evolueren de komende jaren?

DEROO. “We zijn ambitieus, we denken continu na over wat we binnen vijf en tien jaar zullen doen. Productontwikkeling is een constante al is dat niet altijd zichtbaar voor de buitenwereld. Binnenkort lanceren we de cloudversie van MultiPress. Vandaag werken er al een twintigtal klanten mee. Bij productontwikkeling gaat het om de functionele bijdrage: wat levert het op? Het gaat ook meer en meer om connectiviteit, daar zijn we al lang mee bezig. Je moet ook kijken naar de noden van de markt. Er wordt bijvoorbeeld veel geld verloren in de logistieke afhandeling van de orders. Dat zijn verdoken kosten. Dat is de reden waarom we samenwerken met transportplatformen zoals nShift, Sendcloud en Bumbal.”