

Interview mit Stephan Gilleßen, Sales Manager Inkjet DACH, Agfa Graphics

Trends im Wide Format Segment

Agfa Graphics hat Ende September zu seiner Sommer Openhouse nach Mortsel, Belgien, eingeladen und den Besuchern im eigenen Showroom sein umfangreiches Wide Format Portfolio präsentiert. Wir sprachen mit Stephan Gilleßen, Sales Manager Inkjet DACH bei Agfa Graphics, über Trends im Großformat und die aktuelle Situation im Markt.

Agfa Graphics hat Kunden und Interessenten zu einer Sommer Openhouse rund um den Wide Format Druck in sein Stammhaus nach Mortsel eingeladen. Was hat die Besucher hier erwartet?

Wir wollten hier in Mortsel die Gelegenheit wahrnehmen, einmal abseits des regulären Messetrubels, den Besuchern in Ruhe und gebündelt die gesamte Bandbreite unseres Sign & Display Produktportfolios zu präsentieren. Neben unserem weit gefächerten LFP-Sortiment und den dazugehörigen Workflow-Lösungen haben wir auch spannende Applikationen gezeigt. Darüber hinaus gab es einige Kundenstimmen zu hören, die bereits über einen längeren Zeitraum Erfahrungen mit unseren Systemen gesammelt haben und von der Leistungsstärke, Produktivität und Zuverlässigkeit unserer Wide Format Lösungen im direkten Praxisbezug berichten konnten.

Neben den Produktdemonstrationen wollten wir den Besuchern jedoch auch einen zusätzlichen Mehrwert bieten, und haben im Zuge der Openhouse zu fundierten und spannenden Fachvorträgen rund um den technologischen Background der Printproduktion eingeladen. So referierte beispielsweise Gastredner Dr. Andreas Kraushaar von der Fogra ausführlich über das Thema Farbkommunikation im Digitaldruck und beleuchtete u.a. das Thema UV-LED versus klassische UV-Härtung und stellte die neueste Version des PSD ProzessStandard Digitaldruck vor.



Stephan Gilleßen, Sales Manager Inkjet DACH bei Agfa Graphics

In einem weiteren Vortrag widmete sich Dr. Koen Steert der innovativen Tintentechnologie aus dem Hause Agfa Graphics und erläuterte, welche Anstrengungen Agfa Graphics bei der Entwicklung seiner Tinten unternimmt, um den Kunden eine optimale Qualität und eine langlebige Farbkonzanz ohne Ausbleichen zu gewährleisten.

Wie werten Sie die derzeitige Marktsituation?

Ich bewerte die aktuelle Marktsituation als vorwiegend stabil. Zwar kämpfen wir auch im Wide Format Segment mit einem gewissen Maß an Verdrängung, doch damit sehen sich auch alle anderen Hersteller konfrontiert. Ich bin davon überzeugt, dass wir mit unserer Thin-Layer-Technologie ein überaus erfolgreiches Konzept zugrunde gelegt haben, das es unseren Kunden ermöglicht, möglichst wenig Tinte ohne Einschränkungen im Druckbild zu verbrauchen und somit die Kosten signifikant zu reduzieren.

Dank unseres breit aufgestellten Portfolios heben wir uns vom Wettbewerb ab. Agfa Graphics bietet sämtliche Wide Format Systeme auch in LED, unser Portfolio beinhaltet sowohl Flachbett-, Rollen- als auch Hybriddrucker, sodass wir beim Verkauf nicht nur in eine Richtung argumentieren können und den Kunden in eine bestimmte Richtung drängen müssen, wie vielleicht der ein oder an-

dere Wettbewerber, der nicht über entsprechende technologische Alternativen verfügt. So kann der Kunde sicher sein, dass wir uns bei der Beratung ausschließlich an seinen Bedürfnissen und nicht an unserem Portfolio orientieren.

Lassen sich aktuell besondere Trends im Großformatmarkt ausmachen?

Ich glaube, in den letzten Jahren besteht verstärkt ein gewisser Hang zur Spezialisierung. Heute hat kein Druckdienstleister mehr ein Interesse daran, 50 verschiedene Materialien zu bedrucken, sondern sein Ziel ist es, mehr Durchsatz mit einer kleineren Anzahl unterschiedlicher Materialien zu generieren. Auch gibt es kaum mehr einen Druckdienstleister, der erst ein Canvas, dann ein Backlit, anschließend eine 3D-Folie und schließlich noch ein Mesh-Banner produziert. Von solchen heterogenen Auftragsstrukturen wollen die Druckdienstleister weg, damit das gesamte Handling vereinfacht wird und sie nicht ständig unterschiedliche Profile berücksichtigen oder zusätzliche Ladezeiten und eine hohe Lagerhaltung mit einkalkulieren müssen. Dies war vor fünf bis sechs Jahren noch anders, da unter den Dienstleistern noch deutlich mehr Allrounder vertreten waren.

Herr Gilleßen, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!