

AGFA

Das Tempo in der Entwicklung vorgeben

Nachdem *Agfa* 2022 seine Offsetdruck-Sparte verkaufte, legte das Unternehmen seinen Schwerpunkt auf den Inkjet-Druck und hier besonders auf das Large und Wide Format Printing. Dabei verfolgt *Agfa* mit seinem Geschäftsbereich Digital Printing Solutions eine One-Stop-Shop-Strategie, die neben Hard- und Software auch Verbrauchsmaterialien wie Tinten sowie Service und Support umfasst.

Von Knud Wassermann



Arnaud Calleja ist Vice-President Digital Printing Solutions bei Agfa.

Der *Agfa*-Geschäftsbereich Digital Printing Solution, in dem alle Aktivitäten rund um den Inkjet-Druck angesiedelt und gebündelt sind, hatte 2024 nach Aussage von Vice-President ARNAUD CALLEJA ein positives Jahr. Wir haben mit ihm über das aktuelle Marktumfeld, über Innovationen und neue Anwendungen im Digitaldruck gesprochen.

Das Business ist für Agfa ja nicht neu, sondern die Fortsetzung des bisherigen Digitaldruck-Geschäftes. Wie hat es sich aber als eigenständige Unit entwickelt?

ARNAUD CALLEJA: Als globaler Player konnten wir 2024 in allen Regionen

unseren Umsatz steigern. Wir haben im vergangenen Jahr ein zweistelliges Wachstum erreicht, nachdem uns die zuletzt vorgestellten Produkte einen unglaublichen Schub verliehen haben. Und wir glauben, dass wir diesen Wachstumskurs 2025 fortsetzen werden. Wir verfügen über ein global agierendes Vertriebs- und Service-Team, das unsere Lösungen am Markt implementiert und die Serviceleistungen ausführt. Wir investieren kontinuierlich in Hard- und Software, aber auch in Tinten und in die Nachhaltigkeit unserer Lösungen. Die Kunden nehmen uns als seriösen Lösungsanbieter wahr, was sich positiv auf unsere wirtschaftliche Entwicklung auswirkt.

Lässt sich schon etwas darüber sagen, ob die Neuausrichtung von Agfa und die Übernahme von Inca strategisch aufgegangen sind?

Die Übernahme von *Inca* erfolgte bereits 2022. Sowohl die Übernahme als auch die Integration haben wir erfolgreich umgesetzt und abgeschlossen. Mit der Single-Pass-Technologie von *Inca* haben wir eine Lücke in unserem Portfolio geschlossen. Ziel ist es, auf Basis der Single-Pass-Technologie Lösungen für den digitalen Verpackungsdruck auf den Markt zu bringen. Das *SpeedSet*-System, das für den Faltschachteldruck konzipiert ist, befindet sich gerade im Betatest. In der Partnerschaft mit *BHS* bringen wir auch eine Lösung für den digitalen Wellpappendruck auf den Markt. Die Übernahme war strategisch also absolut richtig, und wir werden damit den digitalen Verpackungsdruck sowohl in der Faltschachtel als auch in der Wellpappe in den kommenden Jahren mitgestalten.

Wie hat sich die strategische Partnerschaft mit EFI entwickelt? Bleibt es beim Technologieaustausch oder wird die Partnerschaft vertieft?

Die Partnerschaft mit *EFI* hat sich im Jahr 2024 unseren Erwartungen entsprechend entwickelt und bereits zu unserem Wachstum beigetragen. Wir gehen davon aus, dass sich die Partnerschaft in gleicher Weise fortsetzen wird.

Wie entwickeln sich die Märkte Sign & Display aus ihrer Sicht? Geht es hier um Wachstum oder Verdrängung?

Wir sehen beides. Die Technologie für Sign & Display ist ausgereift, das Wachstum hat sich jedoch etwas eingebremst. Also ist Innovation gefragt. Darauf haben

wir 2024 mit der Markteinführung des Rollendrucksystems *Jeti Condor* mit einer Druckbreite von 5,2 Metern und der Hybrid-Lösung *Jeti Bronco*, die eine höhere Produktivität liefert, geantwortet. *Ciervo* ist die nächste Generation unserer *Anapurna*-Plattform. Damit können wir in Hinblick auf Produktivität, Qualität und Anwendungsvielfalt die Anforderungen unserer Kunden abdecken.

Die drei Systeme sind vom Markt sehr positiv aufgenommen worden und haben zu unserem Wachstum beigetragen. Und auch dieses Jahr werden wir auf der *Fespa* in Berlin weitere Innovationen vorstellen. Aus meiner Sicht ist *Agfa* der innovativste Player im digitalen Grossformatdruck – und wir geben das Tempo in der Entwicklung vor.

Was machen Sie besonderes, um sich mit ihren Lösungen und Dienstleistungen vom Wettbewerb abzugrenzen?

Der wichtigste Eckpfeiler ist der, dass sich *Agfa* zu einem One-Stop-Shop entwickelt hat. Wir decken heute alle Themen rund um den digitalen Grossformatdruck ab, entwickeln und bauen unsere eigene Hardware, schreiben unsere eigene Software und produzieren unsere eigenen Tinten. Dieser Ansatz in Kombination mit Service und Support ist ganz entscheidend, um das Maximum hinsichtlich Produktivität, aber auch Qualität aus unseren Maschinen herauszuholen.

Weltweit beschäftigen wir 150 Service-Techniker, die technische Probleme rasch beheben können. Darüber hinaus unterstützt unser Support-Team Kunden bei der Anwendungsentwicklung. Hier geht es sehr oft darum, Tinte und Material optimal aufeinander abzustimmen.

Ich bin davon überzeugt, dass dies unser Alleinstellungsmerkmal ist. Um diese Position zu halten, investieren wir massiv in Forschung und Entwicklung. Ein weiterer Punkt ist das Thema Nachhaltigkeit. Wir werden auf der *Fespa* in Berlin innovative Ansätze vorstellen. Damit werden wir uns noch stärker vom Wettbewerb abheben.

In welche Richtung wird Agfa das Portfolio ausbauen? Was können wir auf der Fespa in Berlin erwarten?

Ohne ins Detail zu gehen, kann ich versichern, dass wir in Berlin wieder Produktneuheiten präsentieren werden. Einige stammen aus der Übernahme von *Inca*, die jetzt reif für den Markt sind. Andere Entwicklung kommen aus unserem F&E-Center in Belgien.

Grundsätzlich gehen die Entwicklungen in Richtung höhere Geschwindigkeit und somit mehr Produktivität für den Sign & Display-Markt. Wir werden auch neue Tools zur Automatisierung, neue Software-Lösungen und Tinten vorstellen und aufzeigen, wie sich dies alles positiv auf die Nachhaltigkeit der gesamten Produktionskette auswirkt.

Wird KI auch im Sign & Display-Bereich zu einem Thema?

KI kommt heute schon zum Einsatz und wird immer wichtiger. Gerade in der Prozess-Optimierung sehen wir ein grosses Potenzial, um die Produktivität unserer Maschinen auf die Spitze zu treiben. Auch im Service kann uns die KI helfen, Serviceeinsätze vorausschauend zu planen, um Störungen oder Ausfälle in der Produktion so weit wie möglich auszuschliessen.

In welchem Stadium befindet sich das Projekt SpeedSet für den digitalen Verpackungsdruck?

Mit der *SpeedSet* sprechen wir gezielt den Faltschachtel-Markt an. Auch in diesem Bereich gehen die Auflagen zurück. Der Markt verlangt mehr Variabilität und kürzere Lieferzeiten. All diese Anforderungen kann die *SpeedSet* abdecken. Seit 2024 befindet sich die Maschine bei einem europäischen Kunden im Betatest. Für 2026 planen wir die Markteinführung.

Gibt es Anwendungen im Industrial Printing, die ein besonders grosses Potenzial haben?

Es gibt nach wie vor viele Industriezweige, die analog arbeiten und im wahrsten Sinne auf eine digitale Transformation warten. Im Industrial Printing fokussieren wir uns auf die Verpackung – auf Faltschachtel und Wellpappe – und verfolgen auch hier die One-Stop-Shop-Strategie. Der Digitalisierungsgrad der Verpackungsproduktion ist nach wie vor noch gering. Langfristig sehen wir in diesem Bereich ein enormes Wachstumspotenzial.

Wie wird Agfa Digital Printing Solutions in fünf Jahren aufgestellt sein?

Wir haben einen Fünfjahresplan, den wir jedes Jahr aufs Neue adaptieren. Dabei unternehmen wir den Versuch, herauszufinden, wo der Digitaldruck in fünf Jahren steht. Unser aktuelles Geschäft ist immer noch sehr stark auf das Segment Sign & Display ausgerichtet. In fünf Jahren wird der digitale Verpackungsdruck eine wesentliche Rolle für *Agfa* spielen und unseren Kunden neue Wachstumsmöglichkeiten bieten. Den Bereich Sign & Display werden wir natürlich auch langfristig weiterentwickeln und kundenorientierte Lösungen auf den Markt bringen.

Herr Calleja, danke für das Gespräch!

