

Gerüchte um Neustrukturierung von Agfa-Österreich

Quo vadis Agfa Wien?

Suche nach Synergien – aber ohne Kompetenzverlust

Viele internationale Zulieferunternehmen haben sich in den vergangenen Monaten mit ihren Töchterfirmen vom österreichischen Markt zurückgezogen. Entweder sie haben ihre Agenden Händlern übergeben oder strukturierten sich zu einfachen Vertriebsbüros um. Auch von Agfa hörte man gerüchteweise, daß die Wiener Niederlassung an Kompetenzen einbüßen und zur Dependance von Agfa-Deutschland in Köln werden soll. Bei einem Gespräch mit dem Führungsduo für den grafischen Bereich bei Agfa Österreich, Mag. Peter Schaffer und Mag. Gerhard Neumann, haben wir auch diese Frage gestellt

Seit knapp einem Jahr ist der Ex-Epson-Mann Mag. Schaffer nun bei Agfa tätig, mehr als ein halbes Jahr davon verantwortlich für den graphischen Bereich in Österreich und Süd- und Osteuropa als Nachfolger von Leopold Kianek. ... War es die richtige Entscheidung sich Agfa als neuen Arbeitgeber auszuwählen? „Ja, absolut, es war und ist eine spannende Herausforderung, in einer derart internationalen Funktion verantwortlich tätig sein zu können. Die Anforderungen sind allerdings hoch, noch dazu wo mein Einstieg bei Agfa in einer Zeit

erfolgte, in der sich die grafische Industrie und auch die Firmenstruktur extrem verändert hat. Einmal aufgrund der technologischen Entwicklungen, andererseits durch die wirtschaftliche Situation in der Branche“ ... Und wohl auch wegen der Situation bei Agfa selbst, hat man doch für das Jahr 2001 einen Verlust von knapp 288 Millionen Euro verbuchen müssen was zu einem radikalen Sparkurs führte. „Natürlich, Agfa geht es so gut wie seinen Kunden, und auch wir haben uns den geänderten Gegebenheiten anpassen müssen. Die Firma ist eindeu-

tig schneller geworden. Wir reagieren rascher auf Marktsituationen, Entscheidungsprozesse laufen in viel kürzerer Zeit. Und die Angebote haben sich verändert. Neben der traditionell dominierenden Rolle von Material und Hardware wurde die Softwareentwicklung bzw. das Angebot einer leistungsfähigen Workflowpalette für jeden Anwendungsbereich zum entscheidenden Erfolgsfaktor.“

Und welche Rolle spielt Agfa Österreich eigentlich noch. Es herrscht allgemein die Tendenz Kompetenzen zurück zu den größeren Einheiten zu verlagern. Österreich als reine Außenstelle. Eine Entwicklung die Schaffer bei Agfa noch nicht so dramatisch sieht; zumindest seien „bis zur Drupa“ keine weiteren nennenswerten Kompetenzverschiebungen geplant. Ein wesentlicher Grund dafür ist seiner Meinung nach auch die Rolle von Agfa Österreich als Drehscheibe und Mutterfirma der mittel- und osteuropäischen Agfa-Aktivitäten. Peter Schaffer: „Für unseren Bereich haben wir die Verantwortlichkeit noch in den eigenen Händen. Die Rolle von Agfa Österreich als Drehscheibe und Mutterfirma der mittel- und osteuropäischen Agfa-Aktivitäten sichert uns eine entsprechende Position. Aber natürlich wird jeder Stein umgedreht um was zu finden was eingespart und rationalisiert werden kann.“

So bestätigt Schaffer daß „überall wo es nur geht Synergien gesucht werden“. Etwa bei den Applikationsleuten. „Deren Einsatzgebiet wird nicht bei den Landesgrenzen aufhören. Da werden europäische Spezialistenteams geschaffen die europaweit zum Einsatz kommen. Das geht aber auch anders herum: Auch Österreicher werden über ihre Gebietsgrenzen hinaus aktiv sein. Mag. Gerhard Neumann, Marketingchef bei Agfa: „Wir müssen uns über die Berührungspunkte der alten Zeit hinwegsetzen, in Wirklichkeit ist es egal wer wo welche Rolle

Canon: Helmut Hafner übernimmt Corporate Communications

Canon Österreich wird zukünftig mehr Wert auf Corporate Marketing legen – und hat die Verantwortung dafür einem Mann aus den eigenen Reihen übergeben: Helmut Hafner. Das Corporate Communications-Team von Hafner zeichnet für die Umsetzung der paneuropäischen Kommunikationsziele und -pläne sowie Brand-Management verantwortlich. Die Bereiche Corporate PR, Interne Kommunikation, Corporate Intranet, Event-Management und Sponsorship & Charities sind weitere Aufgabengebiete. Hafner, 1973 in Leoben/Steiermark geboren, war von 2000 bis 2003 bei Canon als Marketingspezialist im Produktmanagement für Großformatdruck sowie nach kurzer Zeit für die Kommunikation der Canon Business Solutions und Konzeption und Organisation von Kampagnen und Events verantwortlich.



„Mit Helmut Hafner haben wir die ideale Besetzung für den Bereich Corporate Communications gefunden. Helmut Hafner kennt das Unternehmen sehr gut und verfügt über ausgezeichnete kommunikative Fähigkeiten“, freut sich Peter Baldauf, Geschäftsführer Canon Österreich über die Neubesetzung. Hafner selbst: „Das Jahr 2004 wird kommunikativ extrem herausfordernd und spannend: Der Bogen reicht von aufsehenerregenden Produkteinführungen bis hin zum Großprojekt des Sponsorings, der EURO 2004 in Portugal. Eingebettet in die Corporate Communications Umsetzungen von Canon Europa und verfeinert mit lokalen Aktionen, werden unsere Aktivitäten die Bekanntheit der Marke Canon weiter steigern. Ich freue mich sehr auf die neuen Herausforderungen“, so Helmut Hafner.

spielt. Es wird engere Kooperationen mit der BRD und der Schweiz geben wo immer dies Vorteile bringt.“ Und Neumann weiter: „Natürlich tut es mir als Österreicher weh wenn ich sehe, daß viele Firmen nur mehr ein Filialbetrieb sind. Aber die haben halt nur den österreichischen Markt... Aber das kann sich schnell wieder ändern. So verlieren sie Marktanteile und kommen dann schnell wieder zurück!“

Nun, wie werden dann die zukünftigen Strukturen aussehen? Agfa hat ja für die verschiedensten Märkte Europas die verschiedensten Preisstrukturen gehabt und versucht Grauimporte aus Billigländern durch Händler zu verhindern um ein entsprechendes Preisniveau zu halten. Mag. Gerhard Neumann: „Jeder kann frei einkaufen, grundsätzlich überall, Ost- und Mitteleuropa hat keine Grenzen mehr. Die Angleichung der Preisniveaus (nach unten) hat in einem atemberaubenden Tempo bereits stattgefunden.“ – Anmerkung am Rande: aber auch wenn es bald keine Grenzen mehr geben sollte, derzeit stellt sich bei Agfa die Frage wo es Zentrallager für den gesamten mittel- und osteuropäischen Raum idealerweise geben sollte, falls Direktlieferungen diese nicht überhaupt ersetzen werden und es wird heftig über das Wo und Wie diskutiert...

Auch wenn es zukünftig einen großen, von Österreich aus kontrollierten Markt für Agfa geben sollte, die länderspezifischen Eigenheiten bleiben doch bestehen, was auch Magister Schaffer bestätigt: „Natürlich spielt da auch das Preis- und Lohnniveau eine Rolle und das ist auch einer der Gründe warum CtP unterschiedlich gefragt ist. Rumänien und Bulgarien sind noch tief analog. In anderen Ländern, wie in Tschechien, ist die Umstellung schon weit fortgeschritten.“

A propos CtP. Wo werden nun die zukünftigen Schwerpunkte Agfas liegen? Schaffer: „Zum einen sicher bei CtP, speziell Violett und kleinere Systeme sind derzeit ein Thema bei Agfa, dann der gesamte Workflow-Bereich und schließlich der Large Format Markt.“ Gerade hier erwartet man sich laut Mag. Gerhard Neumann mit dem Outdoor-Inkjet-LFP-System Grand Sherpa mit Eco-Solvent Plus Tinten entsprechende Umsätze (siehe eigene Story). Ein Markt den man übrigens nur beschränkt selbst bearbeiten will, derzeit wird ein europaweites Vertriebsnetz aufgebaut.

Peter Schaffer sieht Agfa jedenfalls für die Zukunft gerüstet. Insbesondere deshalb „weil wir ein Systemanbieter sind. Bei uns gibt es komplette, aufeinander abgestimmte Lösungen. Nicht Stückwerk, wie bei den meisten anderen. Und je technologisch komplizierter die Abläufe werden, umso wichtiger wird für den Kunden ein Partner, der alle Bereiche, vom Material über die Datenerfassung und Bearbeitung über den Workflow bis zur Ausgabe auf die Platte im Griff hat.“

4-Color-Print: Ex-Xerox-Mitarbeiter als Dienstleister

Drei ehemalige Xerox-Mitarbeiter, Thomas Konheuser, Michael Szabo und Dominik Paulisch, haben sich im September dieses Jahres selbstständig gemacht. Mit ihrem neu gegründeten Unternehmen 4 Color Print bieten sie speziell Großkunden eine komplette Dienstleistungspalette von Beratung, Grafik, Druck und Endfertigung bis zum Versand an. Mit digitalen Druckmaschinen und Large Format Printern aus dem Hause Xerox sowie fundierten Kenntnissen in Sachen one-to-one-Marketing fokussieren sie sich auf Großunternehmen, Werbeagenturen und Direct Marketing-Unternehmen und können sich auch vorstellen, interessante Dienstleistungen als Subunternehmer für Druckereien anzubieten. Obwohl das Unternehmen noch so jung ist, kann sich das 4 Color Print-Team bereits über Kunden wie Merck Wien, RDB Rechtsdatenbank und das Leopold Museum freuen.

Ing. Andreas Vanek Technik-Chef bei Vegra Österreich



Die Kunden von Vegra haben zukünftig einen kompetenten technischen Ansprechpartner mehr: Ing. Andreas Vanek hat nun – nach jahrelanger Tätigkeit in der Anwendungstechnik bei einem internationalen Druckfarbenproduzenten – die Position der technischen Bereichsleitung bei der Vegra GmbH, Österreich. In dieser Position zeichnet Ing. Vanek für die komplette technische Abwicklung in Österreich und Osteuropa verantwortlich.

Intergraf: Neuer Kopf und neue Zielausrichtung

Intergraf, der Internationale Verband für die Druckindustrie, hat Beatrice Klose zur Generalsekretärin ernannt. Frau Klose war die letzten zweieinhalb Jahre als stellvertretende Generalsekretärin für Intergraf tätig.

Mit der Ernennung von Klose wird eine Neuausrichtung der Aktivitäten eingeleitet. Intergraf strukturiert seine Organisation um und setzt die folgenden Schwerpunkte: Lobbying, Information und Netzwerke. Intergraf wird seine Aktivitäten gezielt darauf konzentrieren, die Interessen der Druckindustrie gegenüber den Europäischen Institutionen zu repräsentieren, seinen Mitgliedsverbänden alle relevanten EU-Informationen zur Druckindustrie zur Verfügung zu stellen und die Kommunikationsplattform für die Mitglieder zum Austausch von Erfahrung und Knowhow auszubauen. Durch seine Mitglieder, die nationalen Verbände, wird Intergraf weiterhin den vielen Druckunternehmen in Europa dienen und ihnen einen unternehmensbezogenen Mehrwert bieten. Beatrice Klose kommentiert: „Ich möchte Intergraf zu einer unentbehrlichen Informationsquelle über Direktiven, Grünbücher oder Gesetzesvorschläge sowie statistische Informationen über die Druckindustrie oder zur Entwicklung von Tarifpolitik in den verschiedenen Europäischen Mitgliedsstaaten machen.“

Cannes-Nachlese bei Createam-Linz

Zu einer Goldenen-Löwe-von-Cannes Nachlese lud am 16. Oktober 2003 die Linzer CREATEAM ins Linzer O.K. Centrum für Gegenwartskunst um ihren Kunden und Partnern die Highlights der in Cannes – dem international wichtigsten Werbefestival – prämierten Werbespots zu präsentieren. Heuer hatte die erfolgreiche Agentur gleich doppelt Grund zum Feiern: Neben rund 100 Gästen, die zum Event kamen, wurde der Löwen-Gewinn von Cannes für CREATEAM – als erste oberösterreichische Agentur – gebührend und bei bester Stimmung gefeiert. „Auch wenn die Präsentation der Cannes Rolle für uns ein jährlicher Event-Fixpunkt ist, hat er durch die Auszeichnung für die internationale Trodat-Einführungskampagne des Printy eine ganz besondere Bedeutung bekommen. Wir freuen uns über diesen Erfolg“ jubeln die beiden CREATEAM-Geschäftsführer Hans Reifetzhammer und Erwin Schmölzer.