

Ampersand
Het relatiemagazine
van Plantin & Tetterode

15.2



HEIDELBERG BENELUX: NIEUW ELAN

SPECIALISEREN BETEKENT DAT JE KUNT EXCELLEREN

DUURZAAM DENKEN & DOEN

EFFICIENCY EN COSTLEADERSHIP

VERTROUWEN ALS CENTRALE WAARDE

SCODIX: 'TOUCHING IS BELIEVING'



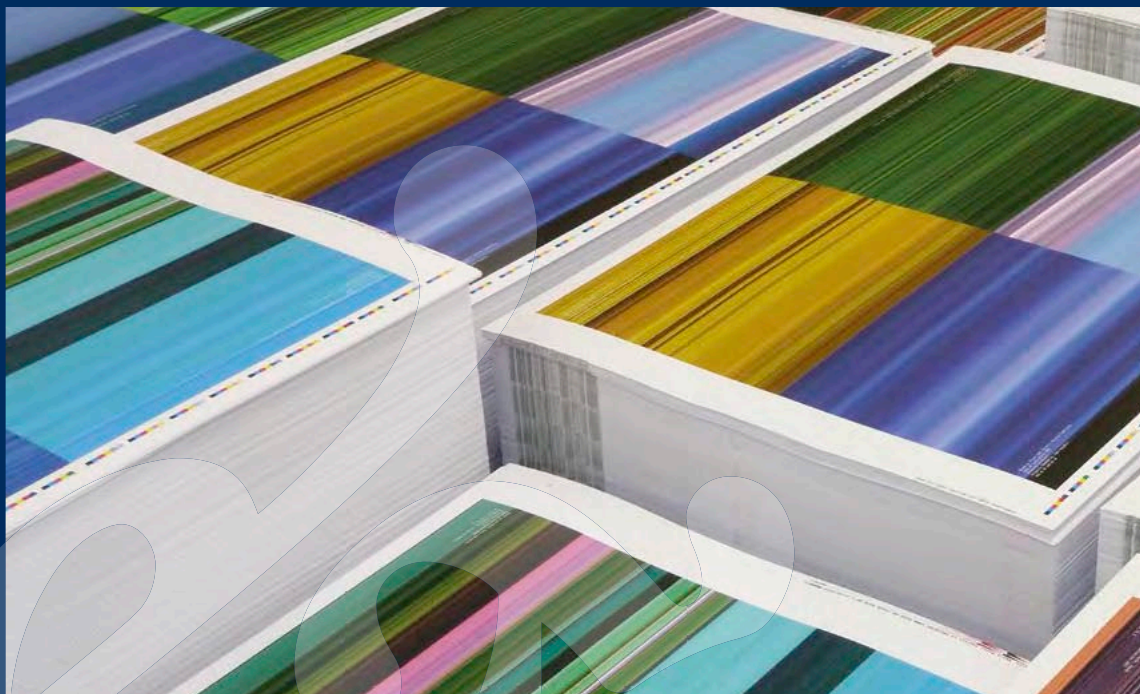
In de typografie is een ligatuur de versmelting van twee letters tot één enkele letter. Zoals de twee letters van het woord *en*, die werden samengevoegd in één teken dat de mooie naam *ampersand* kreeg in het Nederlands en het Engels en *esperluette* in het Frans. We vinden dit teken al in de graffiti van het antieke Rome, in middeleeuwse manuscripten en sinds de uitvinding van de boekdrukkunst ook in de drukkerij. In het begin van de vorige eeuw werd de ampersand in de scholen nog onderwezen als de zevenentwintigste letter van het alfabet. Wij gebruiken de ampersand hier als naam van ons magazine om zo de verbondenheid en verstandhouding met de industrie die het teken populair heeft gemaakt, te bevestigen.



Meer weten? Wilt u meer weten over een onderwerp uit dit nummer van *Ampersand*? Kloppen uw adresgegevens niet of wilt u een collega abonneren op dit (gratis) magazine? Surf dan naar www.plantin.be/ampersand of www.tetterode.nl/ampersand.

INHOUDSOPGAVE

- 3 Voorwoord
- 4 Een nieuwe naam en een nieuw uiterlijk: verkwikkend!
- 6 Linoprint testimonials
- 8 Energiek familiebedrijf met slagkracht
Maarse Drukwerk (Eibergen, NL)
- 10 Voortbestaan garanderen, dienstverlening uitbreiden
Hengen Print & More (Luxembourg, LU)
- 12 Denken in concepten
Drukkerij Van de Water (Schiedam, NL)
- 14 Ultrakorte levertijden zijn de norm
Control Media (Wildert, BE)
- 16 Een opvallende verschijning op Labelexpo: de DCS 340
- 18 Nuchter zijn in uitblinken
VCP Graphics (Brugge, BE)
- 20 Geen woorden, maar daden
Mediajoenit (Rotterdam, NL)
- 22 Digital Supreme
DeLe Printing (Roeselare, BE)
- 24 BCS Opticolor inktmengstation in beeld
- 24 Ook kleine oplagen rendabel
Ecomediagroep (Nieuwkoop, NL)



VOORWOORD Ampersand

Het is bijna zo ver: vanaf 1 januari 2016 verdwijnen de namen Plantin en Tetterode uit beeld. We gaan dan overal onze nieuwe naam Heidelberg Benelux gebruiken. Ook de huisstijl zal veranderen. Verderop in deze Ampersand vertelt onze Managing Director Wolfgang Roth daar meer over.

Natuurlijk is er in het magazine ook weer volop aandacht voor inspirerende interviews met grafische ondernemers. Waar de een kiest voor specialiseren ("Want dan kun je excelleren"), zet een ander juist in op een breed aanbod van diensten.

Een thema dat in veel verhalen terugkeert, is duurzaamheid. Om met een van de geïnterviewden te spreken: "duurzaamheid zit in het DNA van al onze medewerkers." En wat denkt u van deze uitspraak: "Het meest duurzame drukwerk, is géén drukwerk."

Andere terugkerende thema's zijn de steeds korter wordende levertijden ("wat we om 13.00 uur drukken, gaat om 18.00 uur al de deur uit") én de kracht van offset in combinatie met digitaal. De enthousiaste testimonials over de Heidelberg Linoprint onderstrepen dat. Verder wil een van de ondernemers het goedkope imago van digitaal drukwerk omkeren, waarbij een glansrol is weggelegd voor digitaal veredelen.

We hebben het magazine weer met liefde gemaakt en wensen u plezier bij het lezen!

De redactie



Een nieuwe naam en een nieuw uiterlijk: verkwikkend!

Vanaf 1 januari 2016 gaan Plantin en Tetterode verder onder de naam Heidelberg Benelux. Om de krachtenbundeling met Heidelberger Druckmaschinen AG te onderstrepen, verandert ook de visuele uitstraling. Een nieuwe naam en een nieuw uiterlijk: dat werkt bijzonder verkwikkend. Het woord is aan onze managing director: Wolfgang Roth.



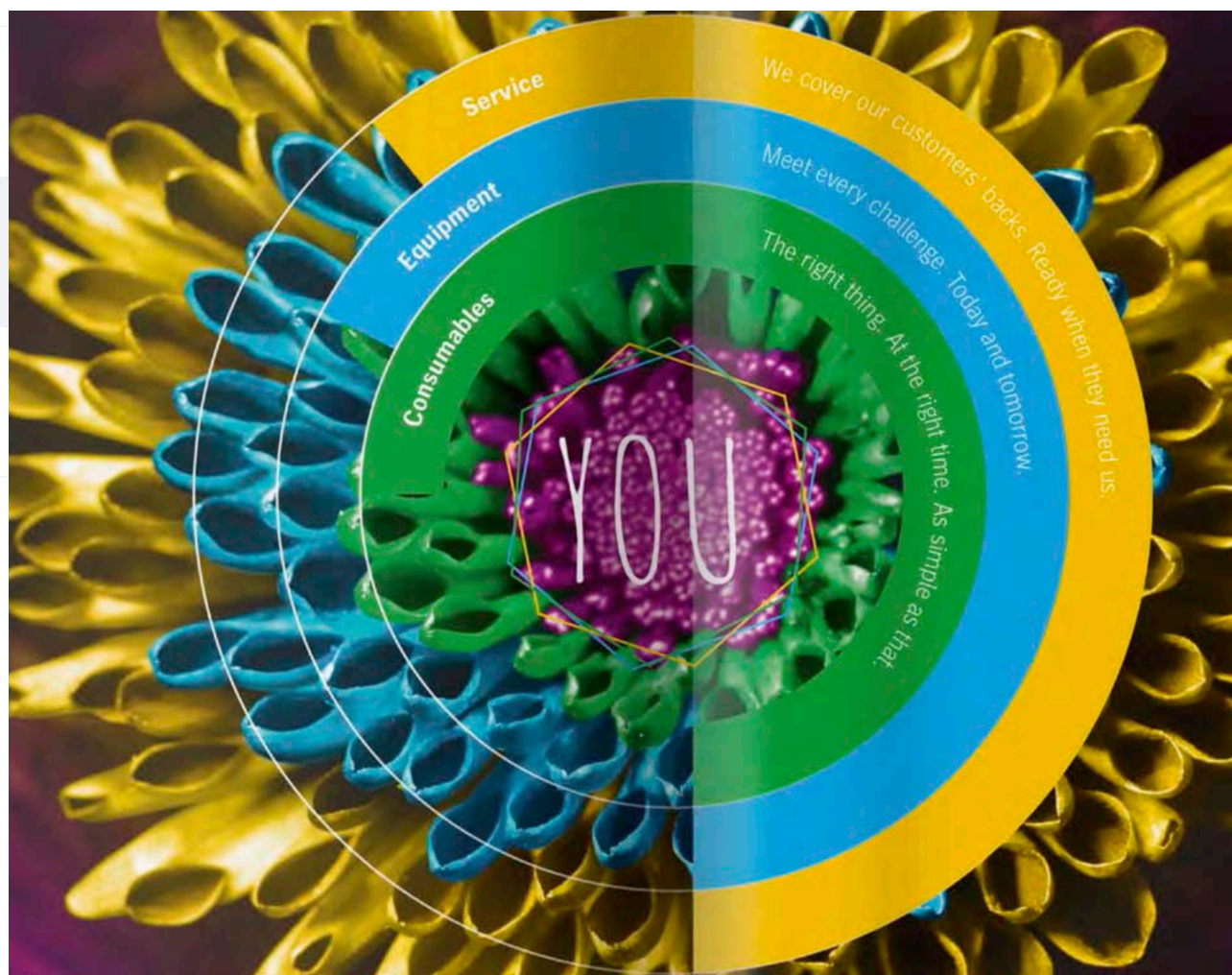
Hij stelt zich kort voor: “Ik was eerder Sales Director bij Heidelberg en Regional Business Manager voor de dealermarkten van Heidelberg. Vanuit die functie heb ik ruim 20 jaar nauw samengewerkt met zowel Plantin als Tetterode. Ik kende beide organisaties dus al, evenals de markten. Ik vind het fantastisch om leiding te mogen geven aan onze Benelux-organisatie. Iedereen is gemotiveerd om nieuwe oplossingen te blijven ontwikkelen. Oplossingen waarmee we onze klanten kunnen helpen hun positie te verstevigen.”

IN BEWEGING

“De directe bundeling van krachten met Heidelberg heeft evidente voordelen. De integratie verzekert onze klanten van een nog sterker aanbod van machines,

G

1 X



services, supplies en accessoires. Dankzij de constructieve samenwerking met Heidelberg Druckmaschinen AG, zijn wij nu in staat om onze marktpositie op een professionele manier verder uit te bouwen. Omgekeerd is de kennis en kunde die beide bedrijven hebben opgebouwd op het gebied van dienstverlening en verbruiksgoederen, in combinatie met de uitstekende klantcontacten, erg aantrekkelijk voor Heidelberg. Op middellange termijn moeten diensten en verbruiksgoederen namelijk de helft van de omzet van Heidelberg genereren. Nu is dat zo'n veertig procent. Het mes snijdt dus duidelijk aan beide kanten."

"De beoogde groei in verbruiksgoederen en diensten, geeft aan dat Heidelberg in beweging is. We zitten volop in de

transitie van een 'technology-driven' onderneming naar een onderneming die aangedreven wordt door markttrends en klantbehoeften. De klant staat centraal in alles wat we doen: als onze klanten succesvol zijn, straalt dat af op ons. Succes is een van de kernbegrippen uit onze bedrijfsstrategie. We focussen met ons portfolio op marktsegmenten met krachtig potentieel. Dat is de basis voor toekomstige groei. Onze missie daarbij is dat Heidelberg ernaar streeft om altijd de meest betrouwbare partner te zijn voor de grafische industrie. Dankzij onze diepgaande kennis van de markt en zijn toepassingen én de mensen en bedrijven daarbinnen, kunnen we innovatie en eenvoud aan elkaar koppelen. De juiste oplossingen bieden op het juiste moment. Zo simpel is het."

Please refer to this table to determine the correct color values for your applications.

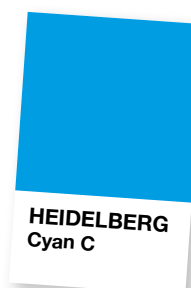
Heidelberg Blue	Heidelberg Cyan
Standard	
Print	
Corporate color*	
Heidelberg Blue	Heidelberg Blue 2015
Heidelberg Cyan	
Heidelberg Green	
Heidelberg Yellow	
Heidelberg Mx	
White	
Trade fairs and screen printing	
Surface colors	Film
NCS	
Heidelberg Blue	NCS S 4550-B90B
Heidelberg Cyan	NCS S 1665-B
Heidelberg Green	NCS S 2070-G10Y
Heidelberg Yellow	NCS S 2050-Y
Heidelberg Mx	NCS S 7020-B 50D
White	NCS S 0500-N

* The spot color Heidelberg Blue 2015 can be sourced through local offices.
 † The CMYK color values are optimized for the ECI offset profile ISO Coated v2.
 ‡ Lab measurement conditions for print: D50 Illuminant, 2° Standard Observer, no polarizing filter, production paper, uncoated. The Lab values shown are a reference for adaptations to accommodate other print conditions.

June 2015

Heidelberg Druckmaschinen AG - Corporate Design Manual

01. Basis



LINOPRINT TESTIMONIALS



“Onze nieuwe Linoprint CV past resoluut in onze strategie van flexibiliteit, die concreet vorm krijgt in een bijkomend aanbod in zeer kleine oplagen.”

Dieter Paredis van drukkerij Haletra (Houthalen).



“De Linoprint kan vrijwel iedere papiersoort aan en dankzij het formaat van 33 x 63 kunnen we er bijvoorbeeld ook A4 drieluiken op maken. Daarmee trekken we extra werk aan.”

Robin Bremer van Quadraat Printmedia (Oud-Beijerland).



“Dankzij de Linoprint C 751 hebben we onze responstijd nog verkort. De kwaliteit en het register van onze kleine oplagen zijn optimaal, vooral in vergelijking met de digitale systemen die we vroeger gebruikten.”

Ignace Parys van Parys Printing (Evergem).



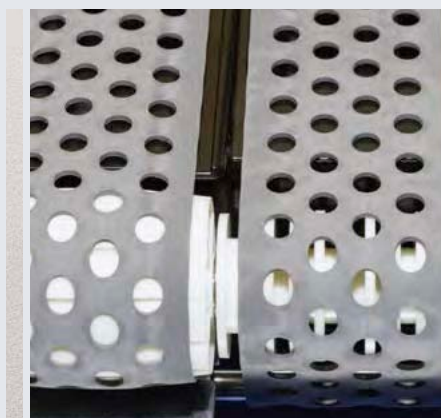
“Dankzij de nieuwe Heidelberg Digital Frontend waarmee de machines zijn uitgerust, is een volledige harmonisering van de offset- en digitale kleuren mogelijk en zijn de Linoprints bovendien volledig geïntegreerd in onze workflow én de workflow van moederbedrijf Drukkerij Verloop.”

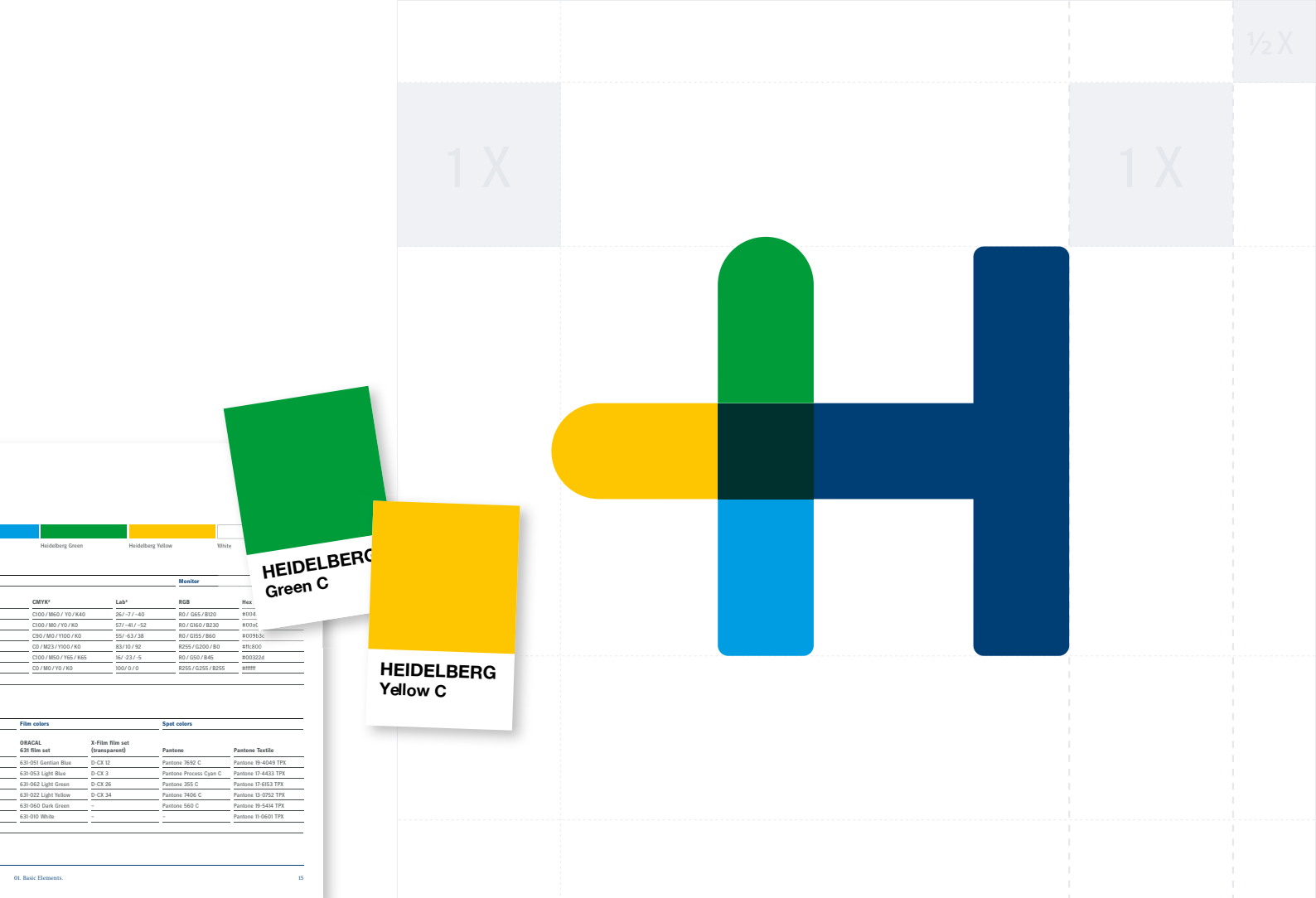
Alexander Bot van Goud PrintCenter (Alblasserdam).



“Onze Linoprint Pro C 901 is een echte productiemachine met een onvergelykbare polyvalentie, schaalbaarheid en performantie.”

Davy Willemarck van Drukkerij Perka (Maldegem).





NIEUW ELAN

Het Heidelberg logo is in lijn met de bedrijfsstrategie aangepast, zo vertelt Roth. “De drie ‘customer touch points’ worden gereflecteerd in de kleuren van de letter H: geel voor Services, cyaan voor Equipment en groen voor Consumables. Alle kleuren zijn verbonden met het typische ‘Heidelberg blauw’. Deze kleur weerspiegelt onze kennis, het wereldwijde netwerk en alle mensen van de onderneming. De nieuw vormgegeven ‘H’ omvat een symbolisch plusteken dat de kern van de boodschap weergeeft: we zijn meer dan machines. Het staat bovendien symbool voor onze toekomstgerichte oriëntatie.”

VERTROUWDE KWALITEIT

Hij besluit: “Voor alle duidelijkheid: onze namen en onze huisstijl veranderen, maar alle overige gegevens blijven ongewijzigd. Van onze contactpersonen tot onze telefoonnummers, adressen en handelsregisters. Beide ondernemingen houden ook de bestaande rechtsvorm. Plantin wordt Heidelberg Benelux bvba en Tetterode verandert in Heidelberg Benelux bv. Ook onze dienstverlening en het leveringsprogramma blijven als vanouds: we combineren nieuwe impulsen met vertrouwde kwaliteit.”

“De nieuw vormgegeven ‘H’ omvat een symbolisch plusteken dat de kern van de boodschap weergeeft: we zijn meer dan machines.”



MAARSE DRUKWERK*Energiek familiebedrijf met slagkracht*

Aanvankelijk vond Fabian Maarse (30) de grafische industrie oninteressant en vies. Totdat hij tijdens een vakantiebaantje in zijn vaders bedrijf door collega's achter de pers werd gezet. Hij leerde het vak van offsetdrukker en volgde aansluitend diverse managementcursussen. Om nu al bijna vier jaar met groot enthousiasme aan het roer te staan van Maarse Drukwerk in Eibergen.



Maarse Drukwerk is sinds 1976 een begrip in de Achterhoek, een streek in het Oosten van Nederland, nabij de Duitse grens. De keuze voor Eibergen als vestigingsplaats werd ingegeven door logisch nadenken: “In onze woonplaats Groenlo waren destijds vijf drukkerijen gevestigd en hier maar één.”

Als rasechte Grollenaar woont Fabian nog altijd in Groenlo, waar hij een druk sociaal leven leidt. Hij zit in het bestuur van de supportersclub van de plaatselijke SV Grol, is lid van de technische commissie van de Carnavalsvereniging en ook nog actief binnen de Junior Kamer en diverse

industrieclubs. “Netwerken is niet alleen leuk, maar ook een prima manier om werk aan je te binden.” Het enthousiasme waarmee Fabian over zijn bedrijf vertelt, is dan ook ronduit aanstekelijk.

NIEUWE UITSTRALING

Continu vernieuwen en verbeteren is een belangrijke pijler. De recente ‘makeover’ van het bedrijf weerspiegelt dat. De oorspronkelijke naam (Drukkerij Maarse) verdween en onder de nieuwe naam Maarse Drukwerk werd een nieuwe huisstijl aangemeten. Het nieuwe logo omvat een krachtige verwijzing naar de ‘Q’ van Quality.

Fabian: “Ik vond het tijd om het bedrijf een nieuwe uitstraling te geven. De aanvankelijke dorpsdrukker is inmiddels uitgegroeid tot een hypermodern industrieel productiebedrijf, waar negen mensen werkzaam zijn. We leveren uitstekend drukwerk met een snelle levertijd voor een concurrerende prijs. We bieden een totaalpakket met alles onder één dak: van DTP tot opslag, van offset tot digitaal drukwerk en van sign tot nabewerking. Gekoppeld aan sterke service, gericht advies, snelle levertijden en natuurlijk de beste kwaliteit – al spreekt dat laatste vanzelf. Omdat we vrijwel alles in eigen huis doen, kunnen we waarmaken wat we beloven. Dat is onze kracht, nu en in de toekomst. Onze slogan sluit daarbij aan: Maarse Drukwerk, dat voelt goed.”

Belangrijk in de werkwijze van het bedrijf zijn de persoonlijke benadering (met korte lijnen en een vast aanspreekpunt), hoge betrokkenheid en de flexibele werkwijze. Fabian: “Met deze speerpunten maken we het verschil voor de zakelijke markt, waaronder MKB, regeringsinstellingen, woningstichtingen en reclamebureaus, maar zeker ook voor particuliere klanten.”

“Specialiseren betekent dat je kunt excelleren en daar geloof ik heilig in.”

Waar menig grafimediabedrijf de laatste jaren koos voor verbreding van de activiteiten, kiest Fabian juist 100% voor drukwerk als kern: “Dat woord staat niet voor niets in onze bedrijfsnaam nu. Wij willen de beste drukker zijn in onze regio en binnen nu en vijf jaar ook de grootste in onze regio. Specialiseren

betekent dat je kunt excelleren en daar geloof ik heilig in. We maken geen apps, websites of multimediale producten. Veel drukkers die dat wel deden, bestaan overigens inmiddels niet meer óf ze hebben geen drukpersen meer maar zijn verworpen tot ICT-specialist.”

INVESTEREN

“Wil je als specialist voorop kunnen blijven lopen, dan moet je ook zorgen dat je apparatuur up-to-date is. Niet investeren betekent de rit uitfietsen op je laatste adem”, aldus Fabian.

Recent werd een nieuwe Heidelberg SupraSetter A52 CtP belichter bij Maarse Drukwerk geïnstalleerd. “Geen overbodige luxe gezien de toenemende vraag naar kleine oplagen, die we voor 80-85% vervaardigen in offset. Dat vraagt dus om veel plaatwissels. We hebben wel digitale machines staan, maar komen voor het meeste werk qua prijs/kwaliteit toch uit bij offset. Zeker sinds we zo’n jaar of twee terug de vierkleuren Heidelberg Speedmaster Anicolor 52 met lak in gebruik hebben genomen. Insteltijd, productiesnelheid, kwaliteit en kosten: de machine sluit perfect aan bij ons orderpakket dat zich – naast de al genoemde kleine oplagen – kenmerkt door ultrakorte levertijden. Dankzij de lakunit kunnen we nu ’s ochtends draaien en ’s middags al leveren. Super.”

Hij besluit: “De pers is CO₂ neutraal geproduceerd en dat past bij onze visie op duurzaamheid. Met de restwarmte van de drukpers verwarmen we bovendien een deel van het pand. We besparen ook nog eens fors op inschiet doordat de pers ontzettend snel op kleur is. Dat scheelt op jaarbasis meer dan 1.000 kilo aan papier.”



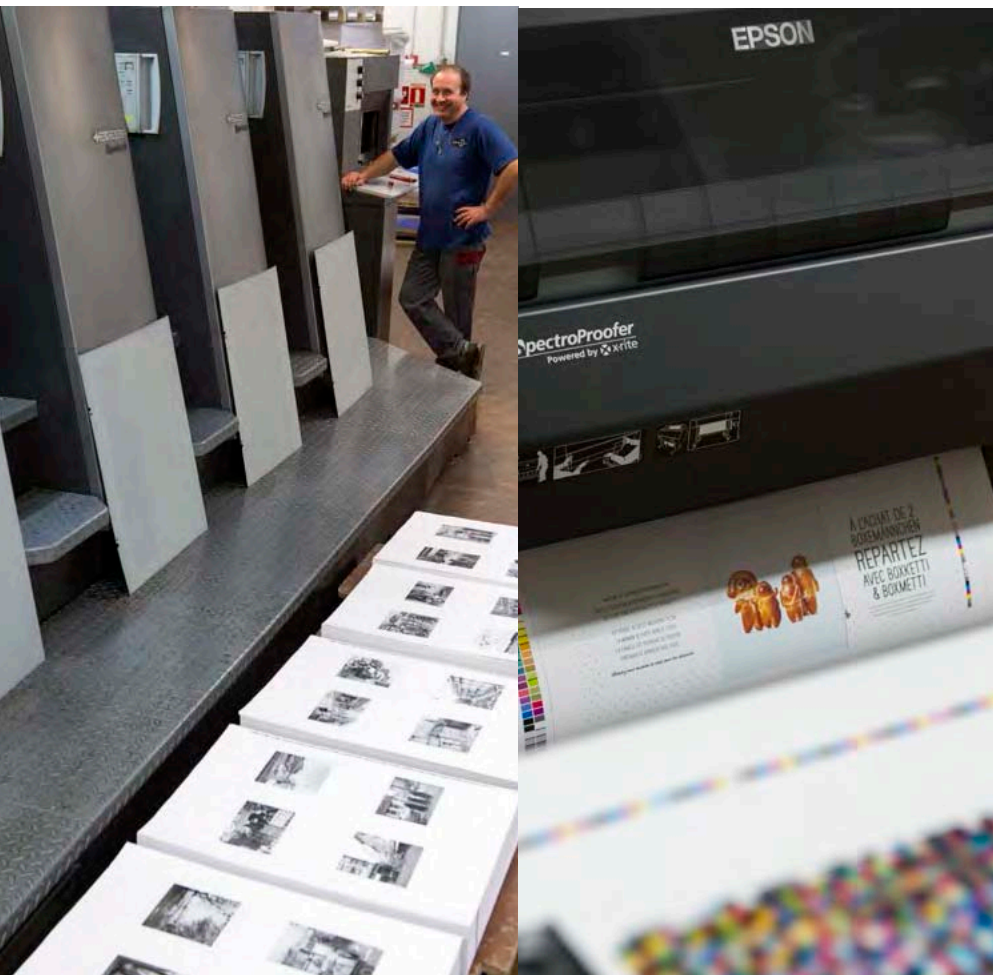
Voortbestaan garanderen, dienstverlening uitbreiden



In 2005 brachten we een bezoek aan drukkerij Hengen in Luxemburg. De stichter, Gust Hengen, heeft ondertussen een stap teruggezet en de leiding van het bedrijf overgedragen aan zijn twee medewerkers: Régis Burgun en Alain Valet. De eerste heeft de technische leiding, de tweede staat in voor het commercieel en administratief beheer. Samen hebben de nieuwe bestuurders van Hengen Print & More, zoals de drukkerij voortaan heet, 35 jaar anciënniteit. Bij Hengen is stabiliteit even belangrijk als dienstverlening.

“We proberen onze historische klanten te behouden. Maar onze twee commerciële medewerkers prospecteren ook in Frankrijk en Duitsland, want in de Luxemburgse markt is er sterke concurrentie en overcapaciteit. We werken zowel voor particulieren als voor agentschappen en de meeste van onze klanten zijn middelgrote ondernemingen. We nemen echter alle soorten opdrachten aan, van naamkaartjes tot ingebonden boeken.”

Hengen Print & More beschikt over alle apparatuur en een twintigtal medewerkers en gaat er prat op dat het aan alle behoeften kan voldoen dankzij zijn flexibiliteit en luisterbereidheid. “We gaan niet op zoek naar zeer grote opdrachten, maar we kunnen ze wel aan. Hoewel we ons niet echt specialiseren, houden we wel van ‘schapen met 5 poten’, vrijwel onmogelijke opdrachten waarvoor we al onze kennis en creativiteit moeten inzetten. Dat trekt nieuwe klanten aan, ook al trachten we, zoals gezegd, vooral onze bestaande klanten te behouden.”



“Bij Hengen streven we naar perfectie: al onze platen worden gecontroleerd.”

proeven. “Ik ben nog van de oude stem-pel”, vervolgt Régis Burgun, “ik voeg altijd een proef op papier bij de gecertificeerde bestanden die we voor sommige klanten aanmaken.” Sinds januari van dit jaar beschikt Hengen Print & More over de Prinect Integration Manager 2015 van Heidelberg. Régis Burgun: “We volgen altijd de releases van deze software. Zodra Plantin een nieuwe module op de markt brengt, installeren we ze. Het workflowbeheer is van strategisch belang voor ons.”

WAARDEN

Flexibiliteit, dienstverlening, snelheid; dat zijn waarden die we steeds weer horen vernoemen bij de grafische bedrijven en die door de drukkerijen algemeen worden toegepast. Waarin onderscheidt Hengen Print & More zich van zijn concurrenten? Alain Valet: “Onze luisterbereidheid, de wil om ons te perfectioneren, het feit dat we openstaan voor de problemen van de klanten, zelfs als we weten dat de opdracht misschien naar een ander bedrijf zal gaan. De kwaliteit van het advies geeft de klant vertrouwen.”

Régis Burgun: “De klanten zijn ook gevoelig voor onze familiale sfeer. Veel van onze medewerkers hebben meer dan twintig jaar dienst. Ervoor zorgen dat onze medewerkers aan de slag kunnen blijven, dat ze bij ons in dienst kunnen blijven tot aan hun pensioen en op een intelligente manier en waardig kunnen doorgroeien, dat zijn de punten waar

we trots op zijn.” Dat belet de directie niet om permanent te reorganiseren, bepaalde afdelingen uit te breiden en andere in te krimpen en de rentabiliteit van de activiteiten te garanderen.

HOOGWAARDIGE KALIBRERING

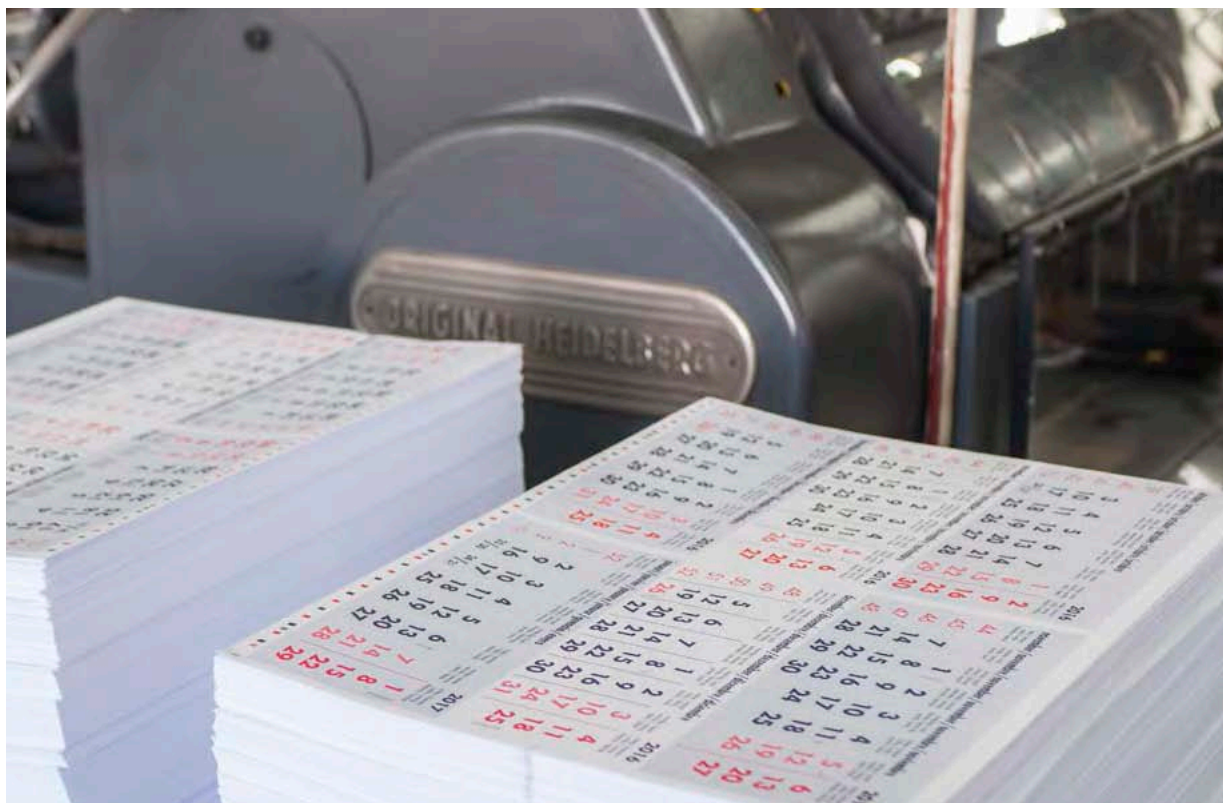
Hengen Print & More getuigt terecht van zijn integriteit, maar blijft realistisch. Het bedrijf beschikt over alle vereiste apparatuur, van ontwerp tot afwerking, met een speciale competentie in prepress. “We bieden een service van hoge kwaliteit in de kalibrering en certificering van proeven. Als een klant van onze digitale afdeling een opdracht wil laten uitvoeren in offset of rotatie bijvoorbeeld, of met een ander druk-procéde, dan helpen we hem graag bij het kalibreren van zijn bestanden. In dit domein werken we heel nauw samen met Plantin. Prepress is het zenuwcentrum van het bedrijf. We hebben drie Epson-printers en een daarvan zetten we uitsluitend in voor gecertificeerde

UITGEBREIDE INSTALLATIES

De kantoren en de ateliers van Hengen Print & More geven dezelfde indruk als bij ons vorige bezoek: heel veel materiaal en een beperkte ruimte. Het papier wordt geleverd naargelang van de bestellingen. Het bedrijf heeft in digitaal printen geïnvesteerd: sommige oplagen beginnen met 30 exemplaren. Het grootste gedeelte van de opdrachten wordt echter in offset uitgevoerd. Sinds januari is het bedrijf van Electra XL-platen naar Sonora-platen zonder ontwikkeling overgegaan voor de Heidelberg Suprasetter. “In het begin hebben we enkele problemen gehad, maar die waren snel opgelost. De testen op de Kodak Sonora-platen zijn vandaag overtuigend. Maar bij Hengen streven we naar perfectie: al onze platen worden gecontroleerd. Daarmee winnen we tijd op de machine. Vooral omdat we door het grote aantal kleine jobs met een aanzienlijk volume platen werken.”

Denken in concepten

Wie Drukkerij Van de Water zegt, zegt Finiblok. Dit formulieren-doorschrijf-systeem werd in 1980 geïntroduceerd en heeft in de loop der jaren aan kracht weinig ingeboet. Toch is het Schiedamse bedrijf geen typische formulierendrukker, maar een flexibele alleskunner. Het woord is aan directeur Edgar Willemse. Mooi detail: hij kwam in 1979 het bedrijf binnen als stagiair.



Hij steekt van wal: “We zijn een allround grafisch bedrijf, dat ruim 55 jaar bestaat en waar zo’n 20 mensen werken aan een breed scala opdrachten. We doen ongelooflijk veel in eigen huis, waardoor we flexibel zijn en de toegevoegde waarde hoog is. We bieden ook services aan als opslag, logistieke afhandeling en postale verwerking. Door steeds nieuwe oplossingen te bieden, hebben we in de loop der jaren klanten aan ons weten te binden. Zo waren we in 1999 een van de eerste grafische bedrijven met een eigen bestelmodule op internet voor klanten, ons Klantenweb. Onze automatiseringsgraad is sowieso heel erg hoog. We hebben ook een eigen webshop en voor onderwijsinstellingen zelfs een speciaal Scholenweb. Scholen kunnen hier binnen de eigen internetapplicatie hun drukwerk bestellen, inclusief het uploaden van complete digitale bestanden of losse tekstbestanden, foto’s en illustraties.”

“De drukwerkmarkt in het algemeen en de formulierenmarkt in het bijzonder, zijn de laatste jaren minder geworden. Dat zal niemand ver-

bazen. Gelukkig hebben wij ons marktaandeel in de formulieren kunnen handhaven, dankzij het – in eigen beheer ontwikkelde – Finiblok concept en de naamsbekendheid daarvan. Nog altijd vormen de bloks met doorschrijfformulieren ongeveer een derde van onze totale omzet. Dat toont de kracht aan van het concept.”

NIEUWE CONCEPTEN

“Om de veranderende marktomstandigheden het hoofd te kunnen bieden, zijn we een paar jaar geleden gaan denken over een ander concept. Met Finiblok hebben we enorm veel ervaring opgedaan met standaardisatie en dat is een troefkaart gebleken. Het nieuwe concept is Kalendergigant.nl geworden. Een uitgebreide webshop en brochure met kalenders en agenda’s in allerlei soorten en maten. Eenvoudig te bestellen en te personaliseren. We zijn er nu vier jaar mee bezig en de resultaten overtreffen onze verwachtingen: in 2014 hebben we 166.000 kalenders geproduceerd. Het streven voor dit jaar was dat twee maandomzetten gegenereerd zouden worden door Kalender-



“Milieubewustzijn zit in het DNA van alle medewerkers.”

EFFICIENCY

Op één afdeling bleef de automatiseringsgraad achter: in de prepress. Daarin kwam afgelopen zomer verandering toen er een Heidelberg Suprasetter A75 Computer-to-Plate installatie kwam. Willemse: “Deze investering stond al heel lang op onze wensenlijst. Een compleet nieuwe installatie was voor ons begrotingstechnisch niet interessant; daarom hadden we bij Tetterode de vraag neergelegd uit te kijken naar een goede tweedehands machine. Toen deze kans voorbij kwam, waren we dan ook snel ‘om’. Zo heeft de Suprasetter een geheel geautomatiseerde platinvoer en dat geeft veel meer efficiency in de productie van de drukplaten. We verwerken zo’n 11.000 platen per jaar en achteraf kun je je nauwelijks meer voorstellen dat al die platen handmatig in de belichtings- en ontwikkelmachine ingelegd moesten worden.”

DUURZAAMHEID

“Een andere reden waarom we heel blij zijn met de Suprasetter is dat we nu chemieloos kunnen werken met Kodak Sonora platen. Dat sluit naadloos aan bij onze visie op duurzaam ondernemen. Milieubewustzijn zit in het DNA van alle medewerkers hier. We werken al sinds 1997 met de Milieubarometer. Dit meetinstrument is ontwikkeld door de Stichting Stimular en stimuleert bedrijven om zo duurzaam mogelijk te ondernemen. We hebben ons toen ook aangesloten bij de Milieucirkel Breda, destijds de eerste grafische groep ondernemers die zich gezamenlijk in wilden zetten voor minder milieuvervuiling. Begin 2009 is op initiatief van mijzelf en een aantal grafische collega’s uit de regio, de Duurzaamheidskring Rijnmond opgericht. Dit is een groep van grafische bedrijven, die hun expertise en praktijkervaring op het gebied van innovaties en bezuinigingen met betrekking tot het milieu onderling uitwisselen. Erg leerzaam en nuttig. Toen het overigens in 2013 mogelijk werd om volgens de Milieubarometer gecertificeerd te worden, hebben we die procedure direct in gang gezet – en met succes. Bij Van de Water gaan produceren, kwaliteit en duurzaamheid hand in hand!”

gigant en daar gaan we ruimschoots overheen.” Hij vervolgt: “Inmiddels hebben we ook in België een webshop geopend en daarnaast zijn we bezig met het uitrollen van vergelijkbare concepten voor formulieren en presentatiemiddelen.”

Duurzaamheidskring Rijnmond en de Milieubarometer komen ook elders in deze Ampersand aan bod, in het artikel over Mediajoenit.

Ultrakorte levertijden zijn de norm

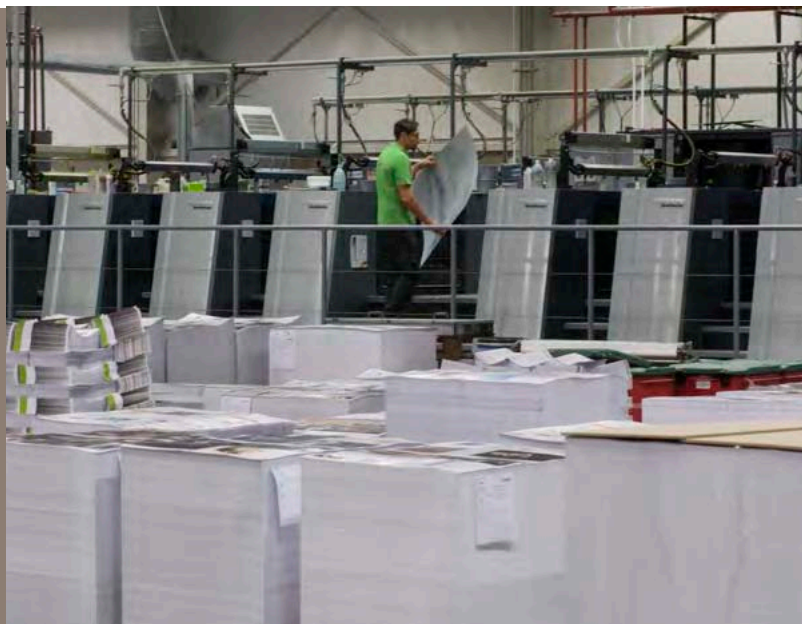


In het Belgische Wildert, net over de grens bij Roosendaal, is Control Media gevestigd. Een ultramodern grafisch productiebedrijf waar de nadruk ligt op efficiency en costleadership. De persen draaien 24 uur per dag, zeven dagen in de week. De binderij draait in twee ploegen.

Directeur Leon van Nunen (46): “Ik heb een heilig geloof in vergaand specialiseren en niet in concepten als one-stop-shopping: dan ben je overal een beetje goed in. Momenteel werkt Control Media in de drukkerij met een omstelbare tienkleuren Heidelberg Speedmaster XL 106 en een omstelbare achtkleuren Speedmaster XL 106 met lak. Onze afwerking is in verhouding erg groot: 25 van de 45 medewerkers werken op deze afdeling. Dat is nodig om de snelheid in het productieproces te houden. Wat we om 13.00 uur drukken,



“De combinatie van Nederlandse directheid en Belgisch vakmanschap zorgt voor het noodzakelijke onderscheidend vermogen.”



gaat deels al om 18.00 uur de deur uit. De markt is veranderd. Waar eerder ultrakorte levertijden uitzondering waren, is het nu de norm. Wie daarin niet mee kan, heeft geen bestaansrecht meer. In de huidige wereld van e-commerce draait het helemaal om snel leveren.”

PLEZANT

Van Nunen is ervan overtuigd alle middelen in huis te hebben om – tegen de stroom in – te kunnen groeien: “Wij hebben ons toegelegd op het vervaardigen van flyers, leaflets, brochures, magazines en catalogi in kleine tot middelgrote oplage. Onze hele organisatie en het complete machinepark zijn hierop ingericht. Om de productiviteit te optimaliseren, zijn we sterk geautomatiseerd. Met Prinect Integration Manager kunnen we al onze processen, van bedrijfskantoor tot prepress en van drukkerij tot afwerking, centraal plannen, coördineren en controleren. Als innovatief bedrijf zijn we continu op zoek naar wegen die leiden tot efficiencyverbetering. We volgen de grafische ontwikkelingen op de voet. Zo kunnen we investeringen in mens en machine doen,

waar onze klanten voordeel van hebben. Service, kwaliteit, duurzaamheid en flexibiliteit staan hoog in het vaandel en dat maakt het ‘plezant’ om met ons te werken.”

De werkwijze werpt zijn vruchten af. Het huidige bedrijfspand van 4.500 m², dat voorjaar 2007 in gebruik is genomen, wordt al te klein. Van Nunen: “Ik voorzie dat er binnen no-time een extra pers nodig is en dat past er in het huidige pand niet meer bij.”

UIT DE JAS GEGROEID

Aanbouwen of nieuwbouw, Leon is er nog niet uit. “We hebben het hier prima naar de zin. Efficiëntie, maar zeker ook multifunctionaliteit, harmonie met de omgeving en veel ruimte voor sociaal contact waren de uitgangspunten bij het ontwerp van het pand. Dat is helemaal gelukt; het is heerlijk om hier te werken. Dat pleit voor uitbreiden. Maar het voordeel van nieuwbouw is weer dat we een grote sprong voorwaarts kunnen maken met het optimaliseren van de logistiek en dat staat hoog op mijn verlanglijst.”

EEN OPVALLENDE VERSCHIJNING OP LABELEXPO: DE DCS 340



Eind september vond in Brussels Expo de internationale vakbeurs voor producenten van etiketten plaats, Labelexpo. Dit tweejaarlijkse evenement lokte 36.000 bezoekers uit 146 landen. Zeshonderd exposanten toonden er hun producten. Een van de nieuwigheden, een wereldprimeur, was de Gallus DCS 340, de eerste hybride digitale pers.

Heidelberg, Gallus en Fujifilm werkten nauw samen voor de ontwikkeling van de DCS 340, die werd uitgerust met de meest geavanceerde spitstechnologie van deze drie wereldleiders. Voor Gallus, de Zwitserse constructeur die bekendstaat om zijn smalbaanrotatiepersen voor de productie van etiketten, is dit de eerste realisatie sinds de overname door Heidelberg in 2014. Fujifilm leverde de Samba-technologie, de meest innovatieve inkjetprintkoppen in de markt: true native 1200 x 1200 resolution in acht kleuren. De revolutionaire Digital Print Unit, het hart van de nieuwe pers, is afkomstig van Heidelberg. Met digitaal printen kunnen etikettenproducenten goedkope producten fabriceren in verschillende versies, met variabele gegevens en/of in kleine oplagen.

De Gallus DCS 340 haalt een snelheid van 50 meter per minuut, ongeacht het aantal kleuren en het gekozen afwerkingsniveau en combineert de voordelen van flexo en digitaal printen. Aan het modulaire inline productieplatform kunnen bovendien een groot aantal veredelings- en afwerkingssystemen worden toegevoegd.

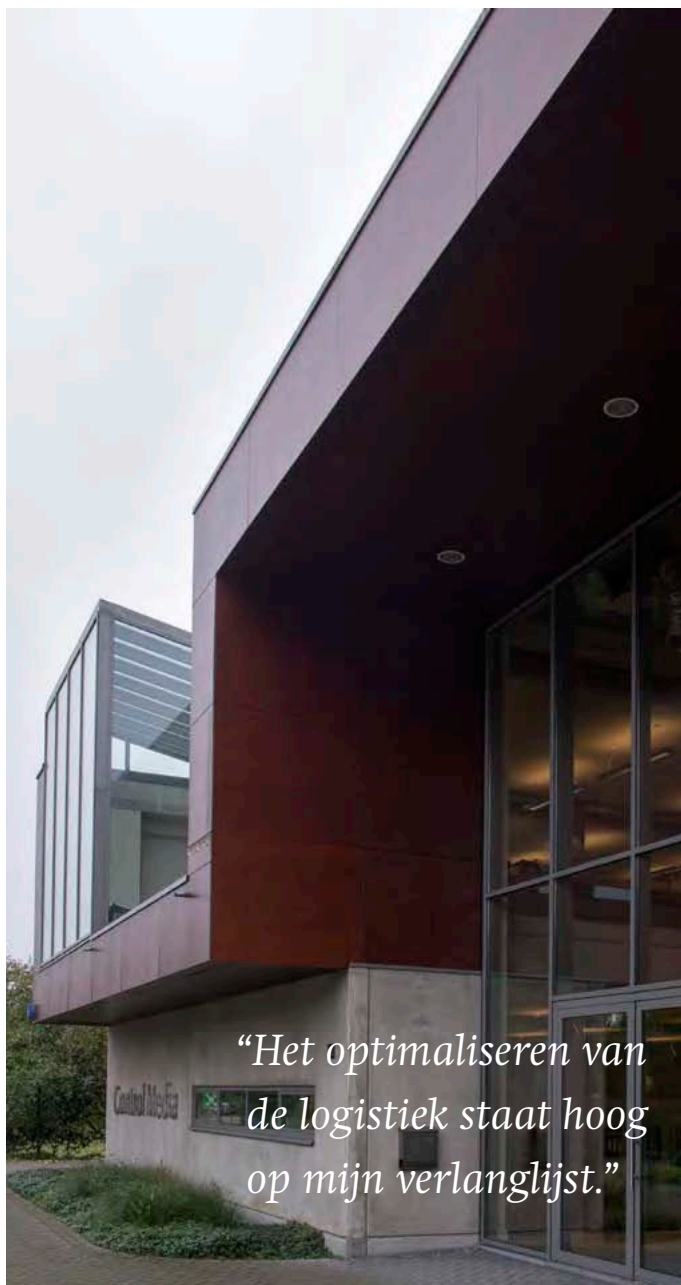
Jorge Denaux, Product Specialist Label Business Benelux zegt: "Deze machine drukt zo fijn dat je van digitale offset-kwaliteit kunt spreken. De minieme omvang van de druppeltjes vermindert het inktverbruik en het vloeigedrag, biedt meer genuanceerde grijs tinten en een betere weergave van de halftonen. De resolutie van de nieuwe koppen geeft de hoogste definities, zelfs in zeer kleine lettertekens. Bovendien is het verloopraster egaal. De afwezigheid van 'clicks' verhoogt bovendien het rendement van de investering. De kosten zijn gekend, want de Saphira-inkten worden gewoon per liter verkocht."

De Gallus DCS 340 is dankzij de Prinect DFE integreerbaar in Prinect, het bekende workflowbeheersysteem van Heidelberg. De Digital Front End-module zorgt voor de voorbereiding: beheer van de jobs, controle van de gegevens, instellingen, kleurbeheer, controle van de weergave, enz. Een pdf die in de module wordt ingevoerd, wordt snel en eenvoudig verwerkt.

ONDSCHIEDEND VERMOGEN

Eerder in het gesprek gaf Leon aan geen enkele emotionele binding te hebben met het product 'drukwerk'. Zijn achtergrond is ook niet grafisch: hij studeerde technische bedrijfskunde in Eindhoven: "Op de middelbare school had ik echt totaal geen idee wat ik wilde. Een beroepskeuzetest wees uit dat bedrijfskunde 'helemaal mijn ding' was. Ik ben daar nog steeds ongelooflijk dankbaar voor." Via zijn vader kwam Leon vervolgens de grafische industrie binnen: "Mijn vader startte in 1992, na jaren als commercieel verantwoordelijke bij drukkerijen te hebben gewerkt, een eigen drukwerk-inkooporganisatie in Baarle-Nassau. Als snel hielp ik mee; het samenwerken was hartstikke leuk maar het werk saai. In 1996 leidde dat tot een stap naar een eigen productiebedrijf: we namen een bestaande vellenoffset drukkerij in het Belgische Deurne over. Daar kon ik lekker aan de slag met proces- en efficiencyverbeteringen, want dat – en niet het drukwerkproduct zelf – is mijn grote passie. We groeiden gestaag en zijn uiteindelijk via Kapellen hier in Wildert terechtgekomen."

"Of we nu op de bestaande locatie gaan uitbouwen of kiezen voor nieuwbouw elders: we blijven zeker in de nabijheid van de grens. Daarvoor zijn twee redenen: het overgrote deel van onze omzet komt uit Nederland én we hebben een perfect draaiend team van Nederlandse en Vlaamse medewerkers. De combinatie van Nederlandse directheid en Belgisch vakmanschap zorgt voor het noodzakelijke onderscheidend vermogen."



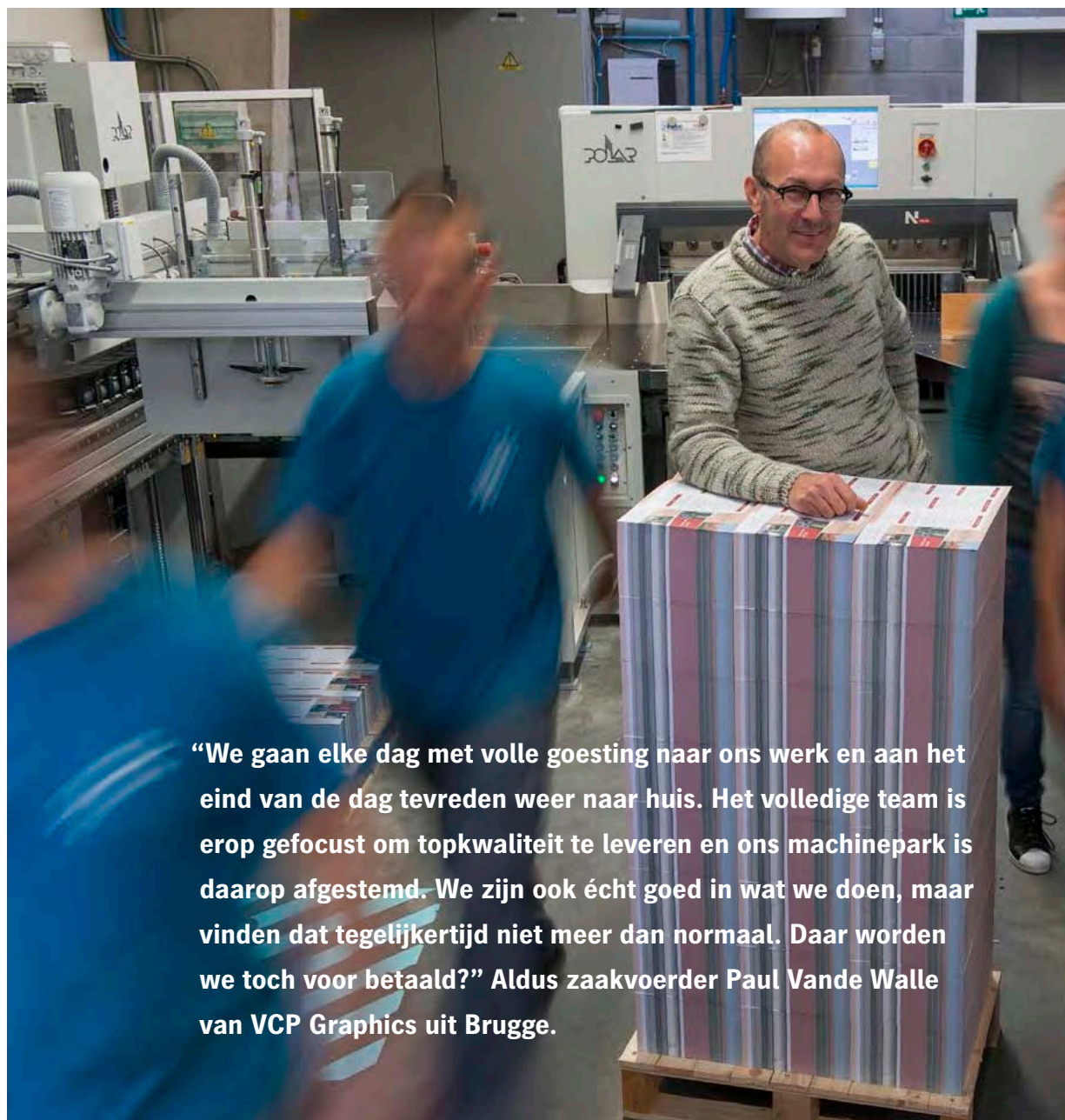
"Het optimaliseren van de logistiek staat hoog op mijn verlanglijst."

DRUKFABRIEK

Van Nunen: "We maken een onderscheid tussen klanten die direct bij ons bestellen, waarbij we ons op opdrachtgevers richten met een drukwerkomzet van meer dan 100k, en opdrachten die bij ons binnenkomen via een geautomatiseerd proces – bijvoorbeeld via drukwerkbestelsites. We streven ernaar dat 100% van het drukwerk automatisch binnenkomt en verwerkt kan worden. Voordeel is dat er dan veel minder pieken en dalen in de omzet zijn. Of we dan geen drukfabriek gaan worden? Jazeker wel, maar is daar iets mis mee dan?"



Nuchter zijn in uitblinken



“We gaan elke dag met volle goesting naar ons werk en aan het eind van de dag tevreden weer naar huis. Het volledige team is erop gefocust om topkwaliteit te leveren en ons machinepark is daarop afgestemd. We zijn ook écht goed in wat we doen, maar vinden dat tegelijkertijd niet meer dan normaal. Daar worden we toch voor betaald?” Aldus zaakvoerder Paul Vande Walle van VCP Graphics uit Brugge.

Hij gaat verder: “Dat we goed zijn in ons vak, zeg ik echt niet om te pochen. We zijn in onze eigen profilering juist heel erg bescheiden. We hebben zelfs geen website. We gebruiken hier gewoon ons boerenverstand. We nemen alleen opdrachten aan, waarvan we zeker weten dat we ze tot een goed einde kunnen brengen. Zodat we kunnen waarmaken wat we beloven. Hoe kun je het beste klanten aan je binden? Door uit te blinken in je werk. Of het nu de kwaliteit van onze producten is, ons machinepark of onze service: wij streven naar het allerbeste. Dat doen we met enorm veel plezier en in hecht teamverband. Onze opdrachtgevers waarderen dat en zo zijn

jarenlange trouwe relaties ontstaan. We zijn er fier op hele grote bedrijven tot onze klantenkring te mogen rekenen.”

BETROKKEN EN BEVLOGEN

Het zijn niet alleen de woorden van Paul zelf die bevoegenheid en betrokkenheid ademen. De sfeer in het hele bedrijf sluit er naadloos bij aan. “We werken hier met zijn zessen en iedereen is even belangrijk voor het resultaat. We weten allemaal wat ons te doen staat en zetten ons daar 100% voor in. Als het nodig is, werken we we ‘s nachts en in het weekend door maar als er minder druk is, nemen we bijvoorbeeld ook graag de tijd om gezamenlijk te ontbijten of taart te eten. We zijn als col-



lega's bijna een soort familie van elkaar. Als we tussen de middag onze boterhammen samen eten, dan wordt er ook over van alles gesproken. Van de kinderen tot hobbys en van sport tot politiek. Heel aangenaam. Ik wens ieder bedrijf zo'n topteam toe."

HET BEST MOGELIJKE MATERIAAL

Waar VCP Graphics trouwe klanten heeft, is het bedrijf omgekeerd zelf ook trouw aan zijn leveranciers. Zo is Plantin al sinds jaar en dag dé leverancier van grafische machines en materialen. Paul Vande Walle: "Waarom zou je veranderen als je met de referentie in de markt werkt? De firma die de beste machines en de beste technische service biedt."

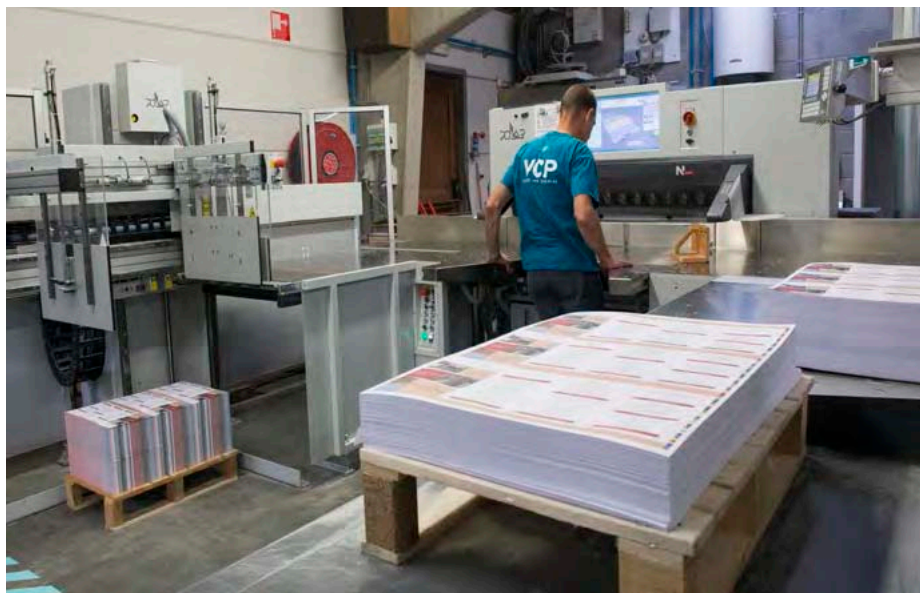
Het materiaal van VCP Graphics is wel geëvolueerd. Van twee naar vier en momenteel acht kleuren. De Heidelberg Speedmaster XL 75-8 kleuren recto-verso draait onafgebroken. "We draaien naast hele hoge oplagen, ook veel korte jobs en dus moeten we op bepaalde dagen een ongelooflijk aantal plaatwissels uitvoeren. Het automatiseringsniveau van deze machine sluit perfect aan bij onze behoeften. Als het moet, kunnen we de pers rustig laten draaien en zelf elders een andere taak uitvoeren. In het algemeen beschouwen we de

vernieuwing van ons materiaal als een noodzaak die wordt opgelegd door de productiviteits- en rentabiliteitsvereisten in de zeer concurrentiële sector. Zonder investeringen – we veranderen elke vier jaar van pers – zou het gewoon onhoudbaar zijn."

NIEUWE SNIJSTRAAT

VCP beschikt ook over een Polar-snijstraat van de nieuwste generatie. Paul Vande Walle daarover: "Ik heb lang getwijfeld om in dit type materiaal te investeren; ik geloofde er niet echt in. Nu vind ik het jammer dat ik dit niet vroeger heb gedaan, want deze snijstraat is zonder twijfel onze beste investering van de laatste jaren. De Polar heeft een verbluffende soepelheid en ergonomie en dat maakt het werk veel lichter voor de collega's die het snijden voor hun rekening nemen. En vooral, onze afgewerkte producten zijn van uitzonderlijke kwaliteit."

"Waarom zou je veranderen als je met de referentie in de markt werkt?"



Geen woorden, maar daden



‘Mediajoenit gaat centraal.’ Onder dat motto centraliseerde deze Rotterdamse drukker medio dit jaar alle bedrijfsactiviteiten op één locatie vlak achter het Centraal Station. Eerder was het bedrijf op twee verschillende plekken in de havenstad gevestigd.

Mediajoenit is in 2008 ontstaan uit een fusie van Drukkerij Gebroeders Peters (anno 1920) en Drukjoenit (anno 1973). Directeur Edward van der Keur, die laatstgenoemd bedrijf van zijn vader overnam: “De fusie was nodig om de technische ontwikkelingen en de daarmee gepaard gaande investeringen beter bij te kunnen benen. Omdat we méér doen dan alleen drukwerk, kozen we voor het woord ‘media’ in onze naam. We verzorgen bijvoorbeeld grootformaat prints & banners en printen beurs- en cursusmateriaal, dat desgewenst in onze eigen studio opemaakt kan worden. We werken veel voor gezondheidszorginstellingen hier in de regio en, van klein tot groot, voor het bedrijfsleven. Maar ook voor de particulier staan we klaar als het gaat om print- en gelegenheids-

drukwerk. Denk aan trouw- en geboortekaartjes en verslagen voor studenten.”

GROENE VINGERS

Net als collega Drukkerij Van de Water, die elders in deze Ampersand aan bod komt, werkt Mediajoenit volgens de Milieubarometer en is het bedrijf aangesloten bij Duurzaamheidskring Rijnmond. Van der Keur: “We willen de belasting van het milieu tot een minimum beperken. Daarbij komt het aan op ‘geen woorden, maar daden’, om maar eens een typisch Rotterdamse uitdrukking te gebruiken. Via de Milieubarometer houden we precies ons verbruik van inkt, water en energie bij. Zo weten we dat we nu dankzij lichte plafonds, muren en vloeren minder elektriciteit voor ver-

lichting gebruiken. Verder drukken we louter met 'groene' inkt. Voor de PMS-kleuren is dat bijvoorbeeld bio-inkt van K+E, die voor 60-70% uit bio-grondstoffen bestaat. De inkt bevat geen vluchtige stoffen, is vrij van mineraalolie en toxische stoffen, helpt de CO₂ reductie en is beter biologisch afbreekbaar. Onze Kodak Sonora drukplaten zijn milieuvriendelijk en onze stroom is 100% groen, net als een groot deel van onze dakbedekking. Vanzelfsprekend werken we met FSC-gecertificeerde papiersoorten."

SFEERVOLLE LOCATIE

Edward van der Keur: "We adviseren ook onze klanten graag persoonlijk bij milieubewuste keuzes. De locatie aan de Proveniersstraat leent zich daar perfect voor: de ligging is centraal en de sfeer meer dan prettig. Daar is overigens wel een grondige verbouwing aan vooraf gegaan, want eerder waren hier van oudsher de offsetdrukkerij en ons magazijn gevestigd. Verkoop, digitaal printen, DTP en afwerking vonden plaats op de Bergweg, zo'n 10 minuten lopen hier vandaan. Het is heerlijk dat we nu met het hele negenkoppige team op één locatie gevestigd zijn. Alleen voor het magazijn hebben we een plek gehuurd op het nabije gelegen industrieterrein. Vierkante meters zijn daar een stuk goedkoper."

"De Linoprint CV kan een ruim gamma substraten verwerken en is de enige in haar segment die geschikt is voor vijfkleurendruk."

De keuze voor de Linoprint CV was niet moeilijk: "Het is de enige pers in haar segment die geschikt is voor vijfkleurendruk. De machine kan bovendien een ruim gamma substraten verwerken, of het nu gestreken papier is of papier met een structuur. Ook gekleurd papier en synthetische film zijn prima te verwerken. Naast de vier basiskleuren kan de Linoprint CV dekwit, hoogglanslak of een steunkleur aanbrengen. De machine kenmerkt zich verder door de uitstekende prijs/kwaliteitverhouding en de grote variëteit aan gramgewichten, tot zelfs 350 g/m²! Bovendien kunnen we er drieluiken A4 op printen: het maximale papierformaat vanuit de papierlades is 70 x 33 cm. Via de bypass kan het formaat zelfs tot 120 cm gaan. Al met al zijn de toepassingsmogelijkheden ongekend."



LINOPRINT CV

Vlak na de verhuizing werd een Heidelberg Linoprint CV geïnstalleerd. Edward van der Keur: "Deze vervangingsinvestering stond al gepland voor februari 2016, maar we hebben hem naar voren gehaald. Het was weinig zinvol om eerst de oude machine te verhuizen en een paar maanden later een nieuwe te plaatsen."

"Niet alleen is de afdrukkwaliteit perfect, dankzij de nieuwe Heidelberg RIP waarmee de machine is uitgerust, is een volledige harmonisering van de offset- en digitale kleuren mogelijk. Dankzij deze Prinect Digital Frontend is de Linoprint perfect te integreren in onze workflow en dat komt zowel de kwaliteit als de flexibiliteit ten goede. De machine is ook nog eens stukken sneller dan onze vorige printer."

DELE PRINTING

Digital Supreme

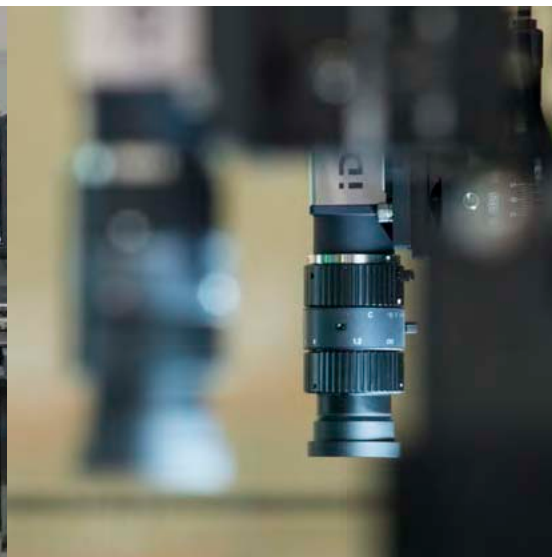
DeLe Printing in Roeselare is ontstaan uit de fusie tussen de drukkerijen Lammens & Maes en Dermaut die in 2012 werd afgerond. Bedrijfsleider Wesley De Kimpe is sinds 2000 actief in de grafische sector. Zijn bedrijf is een kleine onderneming met uitgesproken ambities op het vlak van kwaliteit en groei. Met de recente aankoop van een digitale pers Scodix Ultra Pro, de eerste van dit type in België, geeft De Kimpe aan in welk domein hij bij voorkeur actief wil zijn: hoogkwalitatief digitaal drukwerk.



DeLe Printing bedient elk type klant, van kleine winkeliers tot grote industriële bedrijven, hoewel BtC slechts 5% van de omzet vertegenwoordigt. Wesley De Kimpe: “We hebben geen vertegenwoordigers. Onze klanten komen via mond-tot-mondreclame en worden aangetrokken door de kwaliteit van ons drukwerk en onze uitgebreide dienstverlening. We zijn vooral actief in Oost- en West-Vlaanderen en in Limburg. De reclamebureaus – 10 tot 20% van

onze business en onze meest veeleisende klanten – werken op afstand, via pdf-documenten. Onze directe klanten zijn hoofdzakelijk lokale ondernemingen.”

De Kimpe is drukker van opleiding. De bedrijfsleider en zijn vrouw tellen de uren niet. “We hebben één medewerker in de prepessafdeling, twee in de afwerking en twee drukkers. Ikzelf kan overal een handje toesteken, ook aan de Scodix.”



“We kunnen leder-, steen-, hout-, dampeffecten aanbieden met een ‘look and feel’ die iedereen verrast. Alles is mogelijk.”

DIGITAAL DRUKKEN, EEN STRATEGISCHE KEUZE

De Kimpe heeft doordacht gekozen voor de Scodix-pers. Hij wil van digitaal drukken een exclusieve techniek maken. “Digitaal drukken heeft de reputatie een goedkoop drukprocedé te zijn. Ik wil dat imago omkeren en het niveau van de markt verhogen. Ik wil ook de grenzen van het procedé verkennen en ze een voor een wegnemen om er maximaal voordeel uit te halen.”

Wesley De Kimpe: “We beschikken uiteraard over offsetmateriaal, maar digitaal drukken fascineert me. Ik heb mijn eerste digitale pers drie jaar geleden aangekocht en ik probeer voortdurend, print na print, om er het beste uit te halen.”

SCODIX: TOUCHING IS BELIEVING

Scodix is een fabrikant die recent zijn intrede heeft gedaan in de markt. Zijn niche is hoogkwalitatieve veredeling met behulp van verbluffende reliëfs. Deze digitale persen brengen speciale effecten aan op hoogkwalitatief luxedrukwerk, zoals wenskaarten, badges,

exclusieve verpakkingen, uitzonderlijk reclaimedrukwerk. Met behulp van vloeibare polymeren kan de Scodix elk soort 3D-veredeling aanbrengen, van reliëf en halfreliëf, tot zelfs brailledruk, en dit op zowel digitaal als offsetdrukwerk. De Scodix-persen bieden de sterkste glittereffecten in de markt, brengen het polymeer 100 keer dikker aan (tot 250 micron) dan de sterkste lakken, bieden densiteiten van 1% tot 100%, registerbeheer met een unieke precisie in de sector en sensationele optische en textuureffecten.

De machine die bij DeLe Printing werd geïnstalleerd, kan volgens vijf dikten werken zonder snelheidsverlies. De polymeerspuitkoppen worden automatisch gereinigd. Bovendien hoeven bedrijven die met de digitale persen van Scodix werken geen beroep meer te doen op dure onderaannemers voor veredelings technieken zoals lamineren, in reliëf drukken, pregen en foliedruk. De volledig digitale Scodix-materialen maken diverse opdrukken mogelijk, zowel op digitaal drukwerk als op offsetvellen en gelamineerde producten.

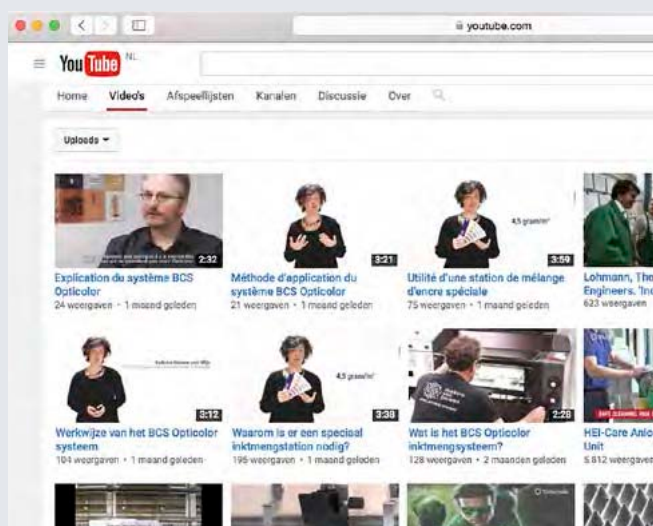
ABSOLUUT SPECTACULAIR

“Vroeger moesten we de veredeling van onze producten met UV-lak aan zeefdruk uitbesteden en dat leidde tot transportkosten en een aanzienlijk tijdverlies, vooral voor kleine oplagen. Onze Scodix Ultra Pro-pers heeft die kosten tot het minimum beperkt, zodat onze producten veel concurrentieëler zijn. De opstarttijd is bovendien uitzonderlijk kort en de effecten zijn spectaculair.”

Wesley De Kimpe: “Ik heb Scodix ontdekt op de opendeurdagen van Plantin. Ik zocht een machine van dit type en Scodix was zonder meer de beste op het vlak van register en snelheid. Na de levering van de pers heb ik een leaflet gemaakt waarin alle mogelijkheden getoond worden. Dat heeft ons al meteen enkele nieuwe klanten opgeleverd.”

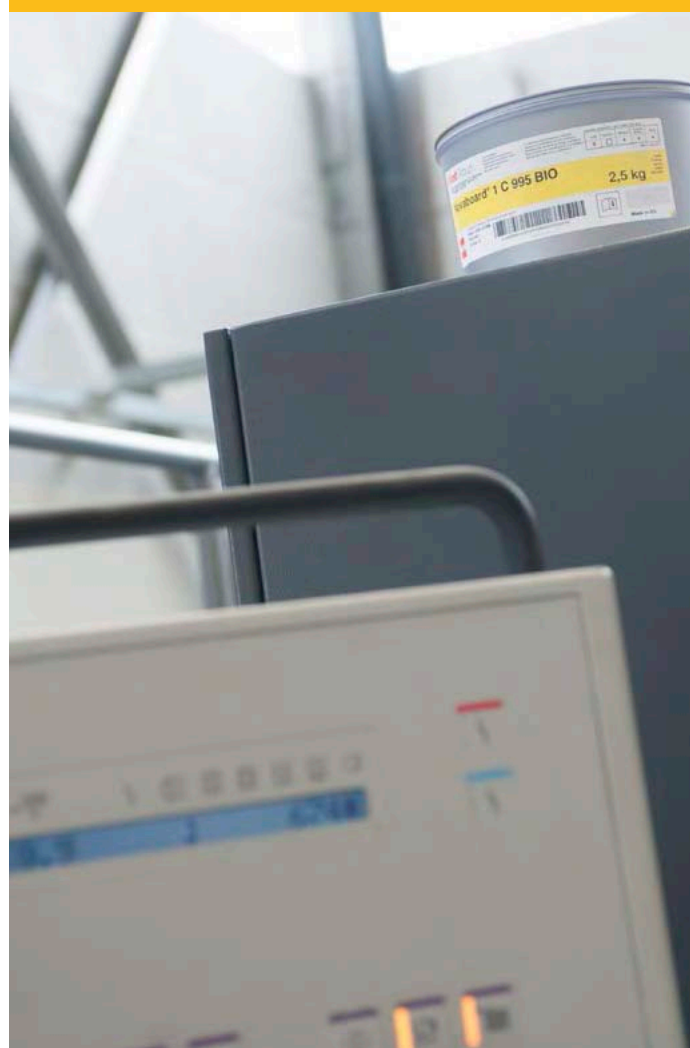
“De Scodix heeft ons gesterkt in onze ambitie om naar digitaal drukken te evolueren. Ik ben ervan overtuigd dat dit procedé nog veel meer mogelijkheden heeft, we staan nog maar aan het begin. En we zoeken onze weg nog. We kunnen nog verder gaan op het vlak van glitters, het gebruik van metaalfolies, brailledruk en barcodes. De beperkingen op het vlak van dragers en onderhoud zijn echter hetzelfde als bij offset.”

BCS OPTICOLOR INKTMENGSTATION IN BEELD



Waarom is een speciaal inktmengstation nodig? Wie het antwoord op deze vraag wil weten, surft naar Youtube.com en tikt als zoekwoorden BCS Opticolor in. In drie korte video's legt Katinka Hetem van Wijk (productmanager Ink & Chemicals), het waarom, de werkwijze en de voordelen van het BCS Opticolor systeem uit. Haar uitleg wordt ondersteund door Paperland in Brussel en grafisch bedrijf Dekkers van Gerwen uit Dordrecht. Zij leggen uit waarom ze gekozen hebben voor het BCS Opticolor inktmengsysteem. Naast kortere mengtijden en droogtijden én een betere stabiliteit op pers, hebben ze door het BCS Opticolor inktmengsysteem vooral minder discussie met hun klanten. Kijken dus, die video's!

Petra de Boer, directeur van Ecodrukkers uit Nieuwkoop, is een bevlogen voorvechtster van duurzaamheid. “Er is geen sector die zoveel ‘waste’ genereert als de communicatie-industrie. Slechts een fractie resulteert in de beoogde respons. Dat kan veel effectiever. Met het oog op een schonere wereld, willen wij daaraan een bijdrage leveren.”





ECOMEDIAGROEP

Ook kleine oplagen rendabel

Ecodrukkers is een volle dochteronderneming van Ecomediagroep. Dit grafmediabedrijf is opgericht in 1967. Naast de grafische activiteiten, omvat de onderneming een ICT bedrijf (Ecomediasolutions), een studio (Ecopublishers) en een deelneming in een softwarebedrijf dat zich bezighoudt met management van productdata en beeldbanksoftware. Hiermee faciliteert de groep drie kerntaken: databaseer, publishing en printing. In Nieuwkoop werken er 18 mensen.

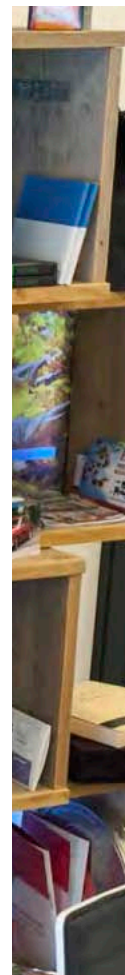
De Boer: “De onderlinge uitwisseling van kennis en ervaring tussen de bedrijven betekent een belangrijke meerwaarde voor onze opdrachtgevers. Afhankelijk van de vraag, werken de Ecomediagroep bedrijven zelfstandig of in een perfect samenspel aan opdrachten.”

Het scala aan klanten is breed. Alhoewel ‘groene’ klanten als Natuurmonumenten, Climate Neutral Group en Urgenda bovengemiddeld goed vertegenwoordigd zijn, staan ook diverse instellingen in het bank- en verzekeringswezen, vooraanstaande modemerken en retailbedrijven op de klantenlijst. De Boer: “Klanten komen hier niet alleen vanwege onze duurzame filosofie; ook onze manier van werken, de meedenkkracht, ons oog voor detail en de persoonlijke relatie zijn karakteristiek.”

MINDER IS MEER

“Het klinkt raar uit de mond van een drukker”, zegt De Boer, “maar het meest duurzame drukwerk, is géén drukwerk. Oftewel: wat je niet hoeft te drukken, moet je ook niet drukken. De filosofie achter ons concept is: liever 10 x een oplage van 1.000 dan 1 x een oplage van 100.000. Dat realiseren we door een brug te slaan tussen ICT, publishing en printing; we gaan samen met de klant op zoek naar de optimale mix tussen online en gedrukte media. Het uitgangspunt daarbij is dat de content steeds vanuit één bronsysteem komt.”

Het trefwoord dat steeds terugkomt is ‘innovatie’. Voor Ecomediagroep zijn dat alle activiteiten die gericht zijn op verbetering van processen met als doel deze duurzamer, kwalitatiever en efficiënter te maken. Met andere woorden: hoe zorg je ervoor dat je communicatie-inspanningen meer resultaat opleveren – en er dus ook minder ‘waste’ gegenereerd wordt. Verantwoordelijk voor dit beleid is algemeen directeur Rob Wilders. Hij ziet dat steeds meer communicatieprofessionals worstelen met de vraag hoe ze hun targets weer kunnen halen. Hoe ze klanten, die hen in de afgelopen jaren zijn gaan negeren, weer aan het merk weten te binden. Hoe ze omgaan met de revolutie van de steeds machtiger wordende consument. Hoe ze



“We zijn ervan overtuigd dat drukwerk op deze manier een gouden toekomst heeft.”

weer attractief kunnen zijn voor nieuwe klanten, de relatie met bestaande afnemers kunnen bekrachtigen en vooral hoe ze weer een acceptabele ROI kunnen realiseren. Het antwoord ligt volgens Wilders in een bedrieglijk simpel woord: verrijking van communicatiematerialen met relevante informatie. Gebaseerd op de inzichten die het bedrijf opdoet bij zijn klanten, zoals gedrag, voorkeuren, interessegebieden, keuzeprocessen en koopargumenten. “Dat vereist dus verdieping in de motivatie en behoeften

van de klant. Nieuwe wegen bewandelen op een manier die voor de consument relevant is. Ecomediagroep faciliteert dit proces en slaat een brug tussen creatie, IT, productie en fulfilment. Zo helpen we onze klanten om meer duurzame en effectievere communicatie-oplossingen te ontwikkelen.”

NIEUWE WEGEN

Ecomediagroep is de laatste jaren steeds actiever in het ontwikkelen van online diensten. Wilders: “De functionele plaats van drukwerk is sterk veranderd. Was het vroeger een op zichzelf staand informatiemedium, tegenwoordig heeft het veelal de functie om digitale traffic te generen. Daarnaast is het belangrijk dat communicatie op elkaar is afgestemd en eenzelfde beleving oproept.” Op dit punt is de groep nieuwe wegen aan het bewandelen. Het bedrijf ziet zichzelf als technisch dienstverlener en zorgt ervoor dat communicatie op een efficiënte manier met elkaar matcht. Het is volgens Wilders niet ondenkbaar dat projecten in de toekomst voor een deel worden afgerekend op basis van resultaatsverplichtingen. Denk daarbij aan het aantal relevante conversies naar de website van opdrachtgevers.

INVESTEREN

Petra de Boer: “Het zal duidelijk zijn: we investeren stevast in kennis en duurzame innovatie om drukwerk zo milieuvriendelijk mogelijk te kunnen

produceren. Ook de recente installatie van de vergaand geautomatiseerde Heidelberg Speedmaster SX 74 sluit hierbij aan. Deze machine stelt ons in staat om op rendabele wijze te werken met beperkte oplagen. Met Easyplate zijn plaatwissels binnen 2 minuten te realiseren, waar daar eerder 12 tot 15 minuten voor nodig waren. Dankzij de integratie met Prinect Pressroom Manager zijn jobs automatisch op het juiste moment bij de pers beschikbaar. Daardoor neemt de productiviteit van de pers aanzienlijk toe. Dankzij het doeltreffende gebruik van preset-gegevens, hebben we bovendien de insteltijden van de pers kunnen verkorten en de inschiet kunnen verminderen. Weer een stukje duurzamer dus.”

Ze besluit: “Als we onze filosofie met toewijding en grote nauwgezetheid blijven toepassen en uitdragen, wordt schoon en duurzaam de norm in plaats van bijzonder. We zijn ervan overtuigd dat drukwerk op deze manier een gouden toekomst heeft.”





In de typografie is een ligatuur de versmelting van twee letters tot één enkele letter. Zoals de twee letters van het woord *en*, die werden samengevoegd in één teken dat de mooie naam *ampersand* kreeg in het Nederlands en het Engels en *esperluette* in het Frans. We vinden dit teken al in de graffiti van het antieke Rome, in middeleeuwse manuscripten en sinds de uitvinding van de boekdrukkunst ook in de drukkerij. In het begin van de vorige eeuw werd de ampersand in de scholen nog onderwezen als de zevenentwintigste letter van het alfabet. Wij gebruiken de ampersand hier als naam van ons magazine om zo de verbondenheid en verstandhouding met de industrie die het teken populair heeft gemaakt, te bevestigen.



Meer weten? Wilt u meer weten over een onderwerp uit dit nummer van Ampersand? Kloppen uw adresgegevens niet of wilt u een collega abonneren op dit (gratis) magazine? Surf dan naar www.plantin.be/ampersand of www.tetterode.nl/ampersand.

INHOUDSOPGAVE

- 3 Voorwoord
- 4 Een nieuwe naam en een nieuw uiterlijk: verkwikkend!
- 6 Linoprint testimonials
- 8 Energiek familiebedrijf met slagkracht
Maarse Drukwerk (Eibergen, NL)
- 10 Voortbestaan garanderen, dienstverlening uitbreiden
Hengen Print & More (Luxembourg, LU)
- 12 Denken in concepten
Drukkerij Van de Water (Schiedam, NL)
- 14 Ultrakorte levertijden zijn de norm
Control Media (Wildert, BE)
- 16 Een opvallende verschijning op Labelexpo: de DCS 340
- 18 Nuchter zijn in uitblinken
VCP Graphics (Brugge, BE)
- 20 Geen woorden, maar daden
Mediajoenit (Rotterdam, NL)
- 22 Digital Supreme
DeLe Printing (Roeselare, BE)
- 24 BCS Opticolor inktmengstation in beeld
- 24 Ook kleine oplagen rendabel
Ecomediagroep (Nieuwkoop, NL)

