

“Zonder de nieuwe achtkleuren Heidelberg Speedmaster XL 106 zouden we de huidige opdrachtenstroom absoluut niet aankunnen.”
Aldus technisch directeur Ed Prince van MullerVisual uit Amsterdam.

MULLER VISUAL

Speedmaster XL 106-8-P



De machine is begin mei geïnstalleerd en vanaf dag 1 volop in bedrijf. “We draaien veel kleine oplagen, dus er moet vaak gewisseld worden. De verschillen met de pers waarop we dit werk eerder draaiden, zijn enorm. De productiesnelheid is aanzienlijk hoger en dankzij Autoplate en Prinect Inpress Control zijn de tijden voor plaatwisselen en inregelen drastisch gedaald. Bovendien worden de rubberdoeken automatisch gewassen tijdens het wisselen. Onze efficiency is flink gestegen en dat is belangrijk om de concurrentie het hoofd te kunnen blijven bieden. Onze drukkers vinden werken aan deze pers fantastisch. Niet verwonderlijk, want er wordt ze veel werk uit handen genomen. We verwerken hier per dag in zijn totaliteit zo’n 600 platen, en dan tikt de extra tijdswinst behoorlijk door.”

ERVARINGEN

De keuze voor onze omstelbare achtkleuren Speedmaster XL 106 volgt op de ervaringen die werden opgedaan met eenzelfde pers in tienkleuren uitvoering. Prince: “Het werken daarmee is ons zo goed bevallen, dat we nu weer voor Heidelberg hebben gekozen. Door de onderlinge uitwisselbaarheid zijn we nu veel flexibeler. We gebruiken ook dezelfde plaatcurves.”

Waarom is er geen tweede tienkleurenpers gekomen? “Kwestie van rekenen”, zegt Prince. “We hebben ons orderpakket nauwgezet geanalyseerd en daaruit bleek dat het verstandiger was om te kiezen voor achtkleuren. Gezien de steeds kort wordende levertijden hebben we wel LED UV overwogen, omdat we dan af zouden zijn van het



“Machine maakt verwachtingen meer dan waar.”

poederen. Maar ook hier lieten de cijfers zien dat dit voor ons nog geen uitkomst zou zijn. De inktten die geschikt zijn voor LED UV zijn duurder en dat bleek een ongelukkige combinatie met de huidige aard van ons orderpakket. De nieuwe machine kan wel uitgebreid worden met LED UV overigens; wellicht dat we daar in de toekomst toch iets mee gaan doen.”

Hij gaat verder: “We hebben in samenwerking met Heidelberg wel gekeken naar onze inktten. Er is – afgestemd op onze papiersoorten – een speciale serie inktten ontwikkeld, met een plantaardig bindmiddel als basis. Daar zijn we erg tevreden over. We bedrukken heel veel verschillende substraten en kunnen nu werken met dezelfde universele inkt. Die inkt komt voor onze Speedmasters overigens via een Technotrans-leidingsysteem, dat optioneel leverbaar is bij de persen, rechtstreeks uit inktcontainers die herbruikbaar zijn. We hebben dus geen inktkokers meer nodig. Dat scheelt afval en is dus beter voor het milieu.”

GROEI

MullerVisual is al meer dan 88 jaar een begrip in Amsterdam. Er werken zo’n 85 mensen. Dankzij de innovatieve werkwijze en hoogwaardige techniek, is het een van Nederlands meest toonaangevende grafimedia-ondernemingen, met nog steeds de persoonlijke service van een familiebedrijf. Ruim twee jaar geleden voorspelde directeur Sander Muller (‘vierde generatie’) in de media dat er in Nederland uiteindelijk zo’n 20 grote grafische bedrijven zouden overblijven. Begin dit jaar scherpte Muller zijn verwachting zelfs nog aan, aldus dezelfde nieuwsbron:

“Volgens Sander Muller blijven er over een jaar of vijf nog ongeveer tien grote grafische vellenbedrijven over in Nederland: ‘De prijzen blijven laag en dus kunnen alleen de sterke bedrijven overleven met moderne persen en slimme software.’”

Ed Prince: “De slimme software om onze workflow optimaal in te richten en uit te nutten, hebben we in eigen huis ontwikkeld. Daarnaast helpen vanzelfsprekend ook de geavanceerde oplossingen van Heidelberg, zoals de al genoemde Autoplate en Prinect Inpress Control, om de productie zo efficiënt mogelijk te maken. Om alles nog verder te stroomlijnen, hebben we de wens om onze huidige drie productielocaties in de toekomst centraliseren. Onze afwerking is nu nog elders gevestigd evenals onze XXL productie, formaat 130 x 185 centimeter, voor de productie van met name posters voor buitenreclame, zoals bushokjes.”

OVERNAMES EN SAMENWERKING

Waar state-of-the-art techniek een voorwaarde is om te kunnen overleven, heeft het bedrijf de afgelopen jaren ook op verschillende andere manieren zijn positie in het grafisch landschap versterkt. Via een aanzienlijk aantal bedrijfsovernames én door de samenwerking binnen GrafiPlaza. Prince: “Binnen GrafiPlaza werken dagelijks zo’n 125 specialisten aan de meest uiteenlopende vormen van communicatie. Offline en online. Variërend van creatie, drukwerk, apps en websites tot outdoor, point-of-sale, direct marketing en logistiek. Dankzij de krachtenbundeling kunnen we een breed dienstenpakket aanbieden en toch blijven focussen op datgene waarin wij zelf uitblinken: drukwerk.”