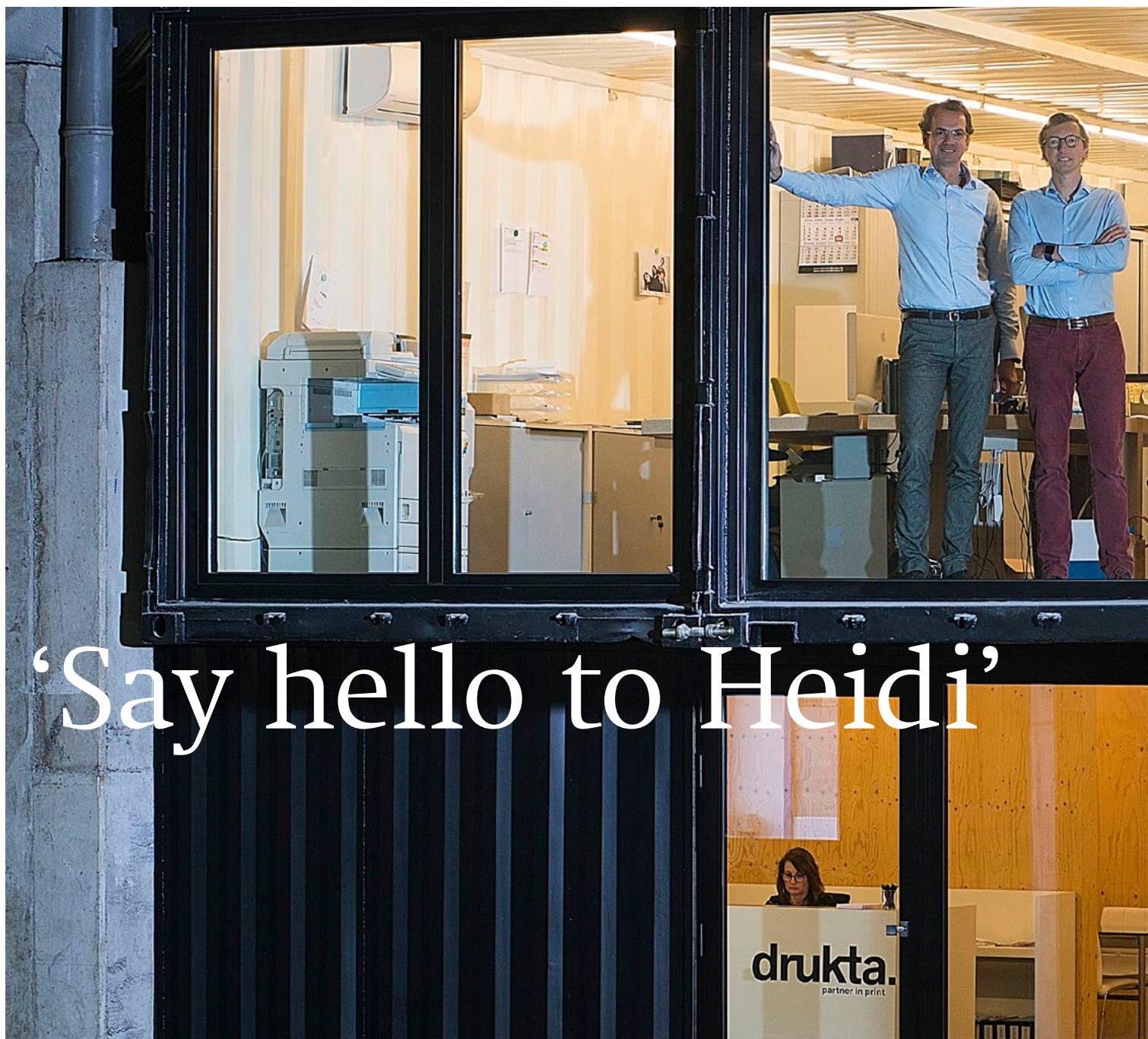




In een opvallende campagne – met een hoofdrol voor Kamagurka – maakte grafisch bedrijf Drukta deze zomer de komst van een 8-kleuren Heidelberg Speedmaster XL 75-P bekend. Een bijzonder actie van een bijzonder bedrijf. We spreken met zaakvoerders **Renaat Desiere** en **Koen De Brauwer**.

Ze kennen elkaar van de grafische opleiding Higo (nu Arteveldehogeschool) in Mariakerke/Gent maar toen ze elkaar in 2011 weer tegenkwamen, hadden ze elkaar 15 jaar niet gezien. Het klikte direct weer en de ontmoeting leidde tot een fusie tussen hun drukkerijen: Desiere Printing in Wevelgem en Markant in Heule. Het aantal gemeenschappelijke klanten – al waren beide bedrijven op steenworp afstand van elkaar gevestigd – was op één hand te tellen.



“Het idee van het opwaarderen van zeecontainers sprak ons direct aan.”

Ook het machinepark sloot wonderwel goed op elkaar aan. “We hebben alleen een overvloedige belichter weggedaan.” Het nieuwe bedrijf, waar momenteel elf mensen werken, werd Drukta gedoopt. Waar de naam vandaan komt? Beide zaakvoerders glimlachen: “Dat is heel eenvoudig... hij is afgeleid van Vlaams dialect, druk-ta-ne-keer.”

Boost

“Gekoppeld aan de fusie hebben we, inmiddels zo’n vijf jaar geleden, onze intrek genomen in dit pand aan de Kortrijkse deelwijk Walle. Sindsdien zijn we snel gegroeid; de verhuus heeft echt voor een boost gezorgd. Met de state-of-the-art Heidelberg 8-kleuren drukpers, die in zijn eentje meer werk aan kan dan de 4- en 5-kleurenpersen die hij vervangt, zijn we klaar voor de toekomst. De pers is uitgerust met volautomatische plaatwissel, Prinect Inpress Control, Intellistart. Trefwoorden zijn maximale automatisering, sublieme druk kwaliteit, bliksemsnelle jobwissels, minimale inschiet

en vlijmscherpe prijsstelling. Hiermee spelen we in op de marktvraag van steeds kortere deadlines en topkwaliteit zonder compromissen.”

Om de komst van de nieuwe pers luister bij te zetten, voorzag kunstenaar-cartoonist Kamagurka de 17 meter lange machine van grappige ‘druktekeningen’. Inspiratie voor deze stunt komt uit Knokke, waar de legendarische kunstenaar Keith Haring tijdens zijn vakantie in de zomer van 1987 letterlijk en figuurlijk op diverse plaatsen zijn handtekening achterliet. “Voortbordurend op dat gegeven, kwamen we uit bij Kamagurka. De samenwerking is goed bevallen; we hebben samen nog veel meer plannen.”

Onderscheidend vermogen

“We noemen de nieuwe pers hier trouwens Heidi – waar dat vandaan komt laat zich raden – en hebben haar zo ook bij onze relaties geïntroduceerd: ‘Say hello to Heidi’.”



Kamagurka, Heidi... het is tekenend voor het bedrijf, waar gedrevenheid en liefde voor het vak gecombineerd worden met humor en een scherp vermogen om zich te onderscheiden van de massa. Een ander voorbeeld hiervan vormen de zeecontainers, die Drukta vijf jaar geleden in gebruik nam als bureaus. Met deze zogenoemde upcyclage werd het bedrijf wereldnieuws: de containers kregen na een recyclage een nieuw leven.

Duurzaam

“Onze huidige locatie was voorheen de opslagplaats van een textielbedrijf dus een verbouwing was noodzakelijk. We wilden af van het klassieke beeld van een drukkerij waarin weinig aandacht aan de uitstraling wordt geschonken. We zochten naar een concept waarin de beleving centraal zou staan, zodat onze klanten ook een levendige herinnering aan hun bezoek zouden overhouden. We hebben aan Five AM interieurarchitecten uit Kortrijk een origineel, creatief concept gevraagd dat de link zou leggen tussen de bureaus en het productiegedeelte. Het idee van het opwaarderen van zeecontainers sprak ons direct aan. In plaats van een volledig nieuwe constructie in de fabriekshal te bouwen, hebben we zo bestaand materiaal op een duurzame manier kunnen hergebruiken. Dat sluit aan bij ons duurzaamheidsbeleid. Bovendien biedt het flexibele en modulaire karakter veel mogelijkheden.”

Tegelijk met de nieuwe pers, schakelde Drukta over naar een nieuw plaattype: Kodak Sonora. “Omdat deze plaat procesloos is kunnen we zo’n 20 tot 21 platen per uur produceren wat bijna dubbel zo snel is in vergelijking met zijn voorganger. Bovendien zijn de Kodak Sonora platen minder milieubelastend. Ook onze pers is als gezegd veel productiever, terwijl we tegelijkertijd besparen op materiaal – veel minder inschiet – en energie. Dat past allemaal

in ons duurzaamheidsstreven. Uiteindelijk willen we naar het produceren van CO₂ neutraal drukwerk toe; dat kan de klant dan ook in zijn marketing gebruiken.”

Industrie 4.0

De investeringen betekenen een nieuwe stap in het Drukta 2020-businessplan waarbij het bedrijf focust op zaken als lean manufacturing en just-in-time productie. “We willen de sprong maken naar Industrie 4.0 waarin ver doorgevoerde automatisatie en efficiënter gebruik van materialen en energie centraal staan. Tegelijkertijd willen we absoluut geen drukfabriek zijn. We maken vooral mooi drukwerk en doen heel veel in eigen huis, ook foliën en pregen bijvoorbeeld. In functie van de klant denken we mee over opvallende of juist kostenefficiënte oplossingen. Onze kracht ligt in een sterk en betrokken partnership met klanten. Ze worden fans; vaak levenslang. We denken er zelfs over om een speciale klantencommunity op te zetten.”

Drukta heeft vooral business-to-business klanten in Oost- en West-Vlaanderen. Reclamebureaus, maar ook KMO en overheid. Daarnaast is Noord-Frankrijk een belangrijke afzetmarkt. “We zitten op steenworp afstand van Lille. Hoe dichtbij ook; de mentaliteit daar is anders. Nonchalanter. Noem het de Franse slag. Bij Drukta geldt dat afspraak ook echt afspraak is. Voor veel Franse klanten de reden om voor ons te kiezen – naast vanzelfsprekend onze betrokkenheid en kwaliteit. Werk dat hier de deur uitgaat heeft het 100%-goed predikaat van Drukta. Anders leveren we niet uit.”