

graficus

informerend en inspirerend voor grafici • www.graficus.nl • maart 2013

Hunkeler Innovationdays kennen geen malaise

Inkjetleveranciers jagen op offsetmarkten

**INTELLIGENT
DRUKWERK**

Een groeimarkt,
maar wel een lastige

**DE PERCEPTIE
VAN PAPIER**

IPK wil terug naar de
positieve boodschap

**ALLES BEHALVE
ZWEVERIG**

MIS-systemen
in de Cloud



Innovationdays 2013 in teken van digitale boekdrukkunst

Printers mikken op *nieuwe markten*

Twee jaar geleden viel tijdens de Hunkeler Innovationdays vooral op hoe snel de inkjettechnologie de plaats had ingenomen van tonertechnologie. Dit jaar, bij de tiende editie van het evenement, werd duidelijk dat inkjet zich in haar jacht op grote printvolumes nu eerst op de boekenmarkt richt. Maar ook andere grafische markten komen al in het vizier.

✦ Het Zwitserse Hunkeler lijkt zich weinig aan te trekken van de economisch barre tijden. Ook vorig jaar werd er tien procent meer omzet genoteerd, net als een jaar eerder en, naar verwachting, opnieuw in 2013. Een kwestie van op tijd kiezen, verklaarde Franz Hunkeler - vader van de huidige CEO Stefan Hunkeler - het succes bij de start van de Innovationdays. 'Wij hebben op tijd ervoor geko-

zen ons vooral te concentreren op de digitale printmarkt en veel minder op de grafische markt. Nu die industrie een metamorfose ondergaat, keert die markt in een nieuwe vorm weer bij ons terug.' En op de beursvloer stond het bewijs: op de ruim dertig opgestelde complete printstraten werd vooral de digitale boekdrukkunst gedemonstreerd. Die is anno 2013 duidelijk klaar voor de verovering van

dit nog grotendeels conventionele grafische marktsegment. De grote vraag is: welke markt volgt hierna?

Groeisegmenten

Ook Hunkeler is voortdurend bezig met het beantwoorden van die vraag. De randapparatuur moet immers op tijd in staat zijn om in te spelen op zowel de technische mogelijkheden

Heel veel boeken tijdens de Innovationdays 2013.

van nieuwste printsystemen als op de eisen die specifieke markten of producten stellen. Op dit moment zorgt de markt van transactionele documenten, transpromo-uitingen en direct mail nog voor de helft van de omzet, maar de groei is er hier nu duidelijk uit. De publishing-markt, nu goed voor bijna eenderde van de omzet, biedt echter goede perspectieven: boeken natuurlijk, maar bijvoorbeeld ook magazines, booklets en brochures. En kranten - Hunkeler heeft al zo'n dertig systemen bij krantendrukkers geplaatst, met name in Europa en het Midden Oosten. Maar de verwachtingen lijken daar op de langere termijn toch niet al te hoog gespannen: de krantenwereld staat zwaar onder druk, waardoor de omvang van de markt en de volumes wel eens snel kunnen afnemen.

Verpakkingsmarkt

Hunkeler heeft natuurlijk ook wel ideeën over waar het straks naar toe gaat. Dat mag bijvoorbeeld worden afgeleid uit de nieuwe POPPB-apparatuur, die tijdens de Innovationdays een wereldpremière beleefde. De unwinder (de module aan de voorkant van de printer die de papierbaan afrolt) en de rewinder (voor het weer oprollen van de bedrukte papierbaan) in deze serie komen pas eind dit jaar op de markt, maar de specificaties maken duidelijk in welke richting we mogen denken:



KBA presenteerde de verbeterde versie van de RotaJet 76 in Luzern.

een topsnelheid van liefst 305 meter per minuut (dat halen op dit moment alleen de allersnelste full colour inkjetrotatieprinters), bij een maximaal gewicht van de papierrol van 1.500 kg (nu is dat nog 800 kg) en een gramgewicht van het papier tot wel 450 g/m². Daarmee lijkt ook een deel van de verpakkingsmarkt binnen handbereik te komen.

Overall inkjet

Tijdens de Innovationdays nodigt Hunkeler telkens een breed gezelschap van part-

ners uit om de eigen apparatuur te komen demonstreren in combinatie met een of meerdere Hunkeler-modules. Daarmee biedt dit evenement een unieke gelegenheid om de stand van zaken in kaart te brengen, want bijna alle grote namen uit de printwereld zijn er bij. Canon, Impika, Kodak, Ricoh, Screen en Xerox toonden er hun inkjetsystemen. Xerox onthulde een nieuwe versie van de CiPress - het inkjetsysteem dat de Amerikanen hier twee jaar geleden voor het eerst toonden en waarvan, naar eigen zeggen, nu in vijf Europese landen een of meer exemplaren zijn geïnstalleerd. De nieuwe CiPress SED is een

'Boeken zijn het laaghangende fruit dat je als eerste plukt'

compacte 'single engine duplex'-machine, die een smalle papierbaan tweemaal langs dezelfde printmodule leidt en zo tweezijdig bedrukt (zie ook pagina 52). Kodak greep de gelegenheid aan om een verdere uitbreiding van haar Prosper-platform aan te kondigen met de 5000XLi - met de 'i'



De nieuwe Hunkeler POPPB Unwinder haalt een topsnelheid van 305 meter per minuut.

evenement



Meccanotecnica (in Nederland vertegenwoordigd door Grafotec) demonstreerde de Universe Sewing voor genaaide boeken in kleine oplages.

‘Ook de verpakkingmarkt lijkt al binnen handbereik’

van intelligentie - en maakte bovendien bekend dat inmiddels al 30 miljard pagina's van de verschillende Prosper-persen zijn gerold. Ricoh overtrof dat getal nog door reeds 35 miljard afdrukken op haar InfoPrint-platform te claimen en liet daarbij voor het eerst in Europa een nieuwe infrarooddroging op haar InfoPrint 5000 zien.

Persensbouwers

De bekende inkjetnamen kregen dit jaar gezelschap van een nieuwe speler: KBA. De Duitse offsetpersensbouwer onthulde vorig jaar tijdens Drupa een eigen inkjetpers en nam de verbeterde versie van deze Rota-Jet 76 mee naar Luzern. Dat de debutant daar een relatief klein vloeroppervlak van 91 vierkante meter kreeg toebedeeld, zinde KBA aanvankelijk niet, maar ze greep het vervolgens juist aan om de compacte bouw van de RotaJet te benadrukken. De inkjetpers van KBA produceerde tijdens het evenement

kranten en boekkaternen - de transactionele en transpromo-markt laat KBA bewust links liggen: 'Die verdwijnt richting elektronische alternatieven.'

De andere twee Duitse persensbouwers waren overigens ook aanwezig. Heidelberg beperkte zich tot haar afwerkapparatuur, waaronder de Stahl vouwmachines, en manroland toonde op de Canon-stand op een beeldscherm haar samenwerking met Océ in een printstelsel dat zowel geschikt is voor de productie van boeken als van kranten.

Buitenbeentje

Ook Xeikon en HP waren opnieuw in Luzern present. Xeikon vormt er nog altijd een buitenbeentje door nadrukkelijk niet voor inkjet te kiezen. Ze toonde haar tonergebaseerde Xeikon 8600 - voor de tijdens Drupa aangekondigde Trillium *liquid toner*-technologie is het nog te vroeg - waarop beveiligd drukwerk werd geproduceerd met echtheidskenmerken



Het vouwen van de papierbaan.

en met behulp van speciale *taggant toner*. HP koos voor een HP Indigo w7250 en liet - een beetje verrassend - haar Inkjet Web Press thuis. Twee jaar geleden presenteerde HP hier juist de Web Press T200 in samenwerking met partner Pitney Bowes, die dezelfde machine onder de naam IntelliJet 20 op de zakelijke markt brengt. De twee stonden ook dit jaar naast elkaar, maar Pitney Bowes hield het ditmaal bij een demonstratie van haar Mailstream Wrapper, waarmee rollen papier in een doorgang tot complete *mailpieces*, inclusief vensterenvelop worden verwerkt.

Laaghangend fruit

De Innovationdays 2013 werden omlijst met verschillende themabijeenkomsten. Er was een CIP4-seminar over automatisering in de printindustrie - waar nog veel moet gebeuren op het gebied van JDF-koppelingen tussen printsystemen en allerlei afwerkapparatuur.

Crown Van Gelder specialist in inkjetpapier

Bij de bekendmaking, begin februari, van haar jaarcijfers over 2012 kondigde de Nederlandse papierfabrikant Crown Van Gelder (CVG) aan zich nog sterker op specialiteiten te richten, waaronder papier voor professionele inkjetsystemen. Tijdens de Hunkeler Innovationdays, waar op verschillende printsystemen met CVG-papier werd gewerkt, werd een partnership met HP bekrachtigd. Daarmee is CVG in staat om gestreken papiersoorten te produceren onder het ColorPro-label van HP. Ad Sies van CVG was ook in Luzern aanwezig: 'We zijn een speler van betekenis geworden op deze markt.'

Tweede lustrum voor Hunkeler Innovationdays

Hunkeler vierde vorig jaar haar negentigjarig bestaan. Het Zwitserse familiebedrijf, dat sinds 2011 in Nederland wordt vertegenwoordigd door Amstel Graphics, heeft zich gespecialiseerd in alles wat zich afspeelt voor, tijdens en na het rotatief printen. Oorspronkelijk actief in de grafische industrie, introduceerde het in 1982 al een eerste versie van haar 'Printer Online Paper Processing' (POPP) systeem voor de digitale *continuous feed* printmarkt en sindsdien is die markt steeds belangrijker geworden voor Hunkeler: deze apparatuur en, sinds enkele jaren, ook de software zijn inmiddels goed voor meer dan tachtig procent van de omzet. Het 'Open Huis' dat Hunkeler in 1994 voor het eerst organiseerde, is uitgegroeid tot het tweejaarlijks 'Innovationdays'-evenement, dat tijdens de tiende editie in februari van dit jaar geen vier, maar vijf dagen duurde en ruim 5.000 internationale bezoekers trok.



Franz Hunkeler (links) met zoon Stefan Hunkeler, de huidige CEO van Hunkeler.

En een *Cloud Print 2013*-presentatie, waar het Nederlandse Peecho met haar internet printbutton veel interesse wakte. Maar de meeste aandacht ging toch uit naar het *Digital Book Printing Forum*. Onderzoek door Interquest bevestigde daar nog eens de bekende trends in de krimpende boeken-industrie, maar concludeerde bovendien dat op dit moment nog maar vijf procent van alle boeken digitaal wordt geprint: 'Daar liggen dus toch nog enorme kansen.' Dat hadden



Belangrijke markten voor rotatief printen: boeken en direct mail.

de deelnemers aan het leverancierspanel natuurlijk allang begrepen, zoals Erwin Bus-selot namens Kodak uitlegde: 'We spreken niet voor niets over "hoogvolume inkjet" - we mikken op grote printvolumes. Nadat inkjet eerst vooral in de transactionele markt is

nu nog in aanbouw zijnde tweede beurshal is dan ook in gebruik genomen. Maar Hunkeler houdt nog een slag om de arm en overlegt met haar partners over de toekomstplannen. Eigenlijk wil de organisatie niet te veel groeien om vooral focus te behouden, zowel voor

De volgende grote stap is richting commercieel drukwerk

toegepast, was de boekenmarkt voor ons een logisch vervolg: een markt met grote volumes en weinig spelers, die bovendien flink onder druk staan om te veranderen.'

Andy Fetherman van Müller Martini vulde aan: 'Boeken zijn het laaghangende fruit, dat je als eerste plukt. De volgende grote stap die we moeten nemen, is die richting commercieel drukwerk, naar magazines en bijvoorbeeld catalogi. Dat vergt veel van zowel de printsystemen als de afwerk mogelijkheden, maar dat zijn zeer grote grafische markten die we nog kunnen veroveren.'

Focus of verbreden

Over twee jaar staat opnieuw een vijfdaagse aflevering van de Innovationdays op de agenda. Mogelijk bestrijkt het evenement dan zelfs een dubbel zo groot vloeroppervlak - de

de bezoekers als de exposanten. Tegelijkertijd moet ze met de veranderende markt meebewegen en wil ze de mogelijke ontwikkelingen in bijvoorbeeld het verpakkingensegment natuurlijk niet missen. Verdere verbreding is evenmin uitgesloten: er worden bijvoorbeeld miljoenen geïnvesteerd om Hunkeler-systemen geschikt te maken voor de markt van vellenprinters, en daarmee zou die tweede beurshal eventueel ook snel zijn gevuld. Het is hetzelfde vraagstuk waar de hele grafische industrie voor staat: focus of verbreden? Bij het vinden van de juiste antwoorden zou het Hunkeler-evenement in 2015, mede dankzij het veranderende vakbeurzenklimaat, wel eens een bijzondere rol kunnen gaan spelen - een jaar na het tot een 'multi-channel evenement' omgevormde Ipx van 2014, en een jaar voor de afgeslankte Drupa in 2016. ✎

Interessant voor iedereen?

Hunkeler Innovationdays

De Hunkeler Innovationdays vonden begin februari plaats in het Zwitserse Luzern. Een hal gevuld met de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van rotatief printen voor dm, transactiemail en *book printing*. Is dit tweejaarlijkse evenement voor iedere grafimedia-ondernemer een aanrader?

Keerpunt

'De Hunkeler Innovationdays illustreerden een belangrijk keerpunt in de markt. De grens tussen dm, transactiemail en traditionele grafische producten is steeds verder aan het vervagen door de opkomst van inkjettechnologie. Deze ontwikkeling zal de komende jaren een nog grotere impact hebben op bestaande grafische (offset)productietechnieken. Het aantal Nederlandse grafimedia-bedrijven dat een bezoek heeft gebracht aan dit evenement neemt toe, maar toch is er nog relatief veel onbekendheid. Tijdens de Hunkeler Innovationdays demonstreerden de belangrijkste leveranciers bestaande inkjet productiesystemen met toepassingen en oplossingen die laten zien hoe de technologie en marktadoptie zich ontwikkelt. Ricoh demonstreerde het *Print and Beyond*-concept met toepassingen die niet alleen gericht waren op boekproducties en marketingservices, maar ook op grafische producties en oplossingen. Kort samengevat is inkjet volwassen geworden in kwaliteit, papiersoorten, printkoppen, papierbaanbreedte en productiesnelheden. Voor grafimedia-bedrijven uit Nederland is het zeker de moeite waard om deze dagen de volgende keer te bezoeken. Niet alleen om kennis en inspiratie op te doen op het gebied van innovatieve technologieën en nieuwe toepassingen, maar ook voor ideeën om een gezonde toekomst te creëren voor het bedrijf in het snel veranderende communicatielandschap.'

Huib Kolen, manager business development, Ricoh Nederland

Kansen

'Traditiegetrouw lag de nadruk bij de Hunkeler Innovationdays grotendeels op printtechniek. Bij Canon hebben we dit jaar, naast een focus op de transactionele direct mailmarkt, ook de nadruk willen leggen op de grafische omgeving en marketeers. Een kwart van de stand richtte zich daarop, want de grafische markt zal moeten inspelen op de opkomende trend van e-marketing, cross-media en books-on-demand. Daarom beweegt onze Commercial Print Group zich op het gebied van ultrahoog volume printen steeds verder in de richting van de grafische markt/offsetvervanging. Aan de hand van klantvoorbeelden en praktijktoepassingen werd de toegevoegde waarde getoond van direct mail, cross-media en transactionele applicaties.'

Frank Huigen, Sales Director Professional Printing Canon

Randfenomeen

'Het hoofdpubliek bestaat uit printbedrijven en printserviceproviders. Maar het is wel zo dat we die vijf dagen ook wel heel wat andere geïnteresseerden hebben gezien. Maar wij zijn dan ook niet alleen actief in de wereld van document printing, maar ook in *packaging*. Je kon zien dat zeker uit de nabijgelegen landen toch ook label- en *packaging*-mensen op de beurs waren.

Het aanbod is wel ruimer dan alleen printen, maar om nu te zeggen dat iedereen er naar toe moet komen; nee. Het is een randfenomeen. Het is een, niet supergrote, hal die vol staat met alle spelers die drukmachines en afwerkingsapparatuur verkopen voor de document printing-wereld. Maar daarnaast zie je ook wat andere producten, onder ander software en workflowoplossingen.'

Frank Jacobs, marketing communication manager Xeikon, Eede

innovationdays hunkeler

Koppelen

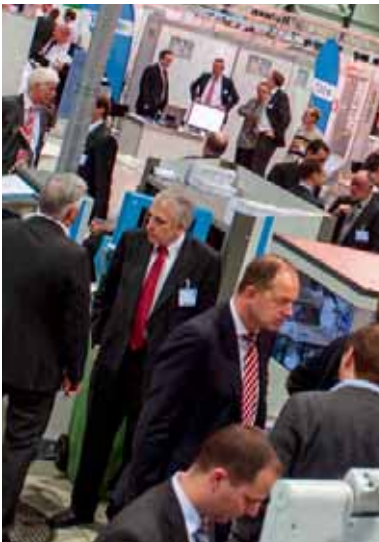
'Tijdens de Hunkeler Innovationdays krijgt de bezoeker de laatste ontwikkelingen te zien in afwerking van digitale printoplossingen. Drukkersfabrikanten komen op de beurs uitleggen hoe hun drukpersen makkelijk op specifieke finishing gekoppeld kan worden. Zelf waren wij er met de HP Indigo Digital Press W7250, in combinatie met een inline Hunkeler Cutter. Op die manier kunnen half-fabricaten vanaf de rol eenvoudig en snel worden afgewerkt tot eindproducten, zoals boeken, magazines of kalenders. Voornamelijk ondernemers uit de segmenten DM & publishing en fotoproductie kunnen op de Hunkeler Innovationdays ervaren dat de combinatie van digitaal drukwerk met een efficiënte afwerking, een *end-to-end*-productie oplevert waarmee men snel kan reageren op de vraag uit de markt.'

Peter Jongeling, Business Unit Manager HP Indigo

Van offset naar digitaal

'De Innovationdays vallen precies tussen Drupa en IpeX en bieden in één overzichtelijke ruimte alle leveranciers bij elkaar. Het is dus voor de bezoeker makkelijk om alle nieuwe technieken en mogelijkheden te zien en te ervaren op het gebied van inkjet, *continuous feed* printing en vooral ook finishing. Het event staat in het teken van nieuwe oplossingen en applicaties die de grafimedia-ondernemer mogelijkheden bieden om te groeien door bijvoorbeeld de overstap te maken van offset naar digitaal. Deze beurs is geheel gericht op bezoekers uit de transactionele, transpromotionele en direct mailwereld. De laatste jaren is er ook meer aandacht voor digitaal *book & packaging* printing. Wij lieten op de Innovationdays onze waterloze inktprinters zien, waarmee nieuwe toepassingen mogelijk zijn omdat je kunt printen op lichtgewicht papier. We lieten een applicatie zien van een bijbel op 29-grams papier. En lichtgewicht papier biedt natuurlijk substantiële besparingen op portokosten, dus voor direct mailers is dat zeer relevant. Ook kun je printen op goedkoper papier, dat voor retailers meer mogelijkheden biedt. Ja, ik vind Hunkeler beslist de moeite waard. Wij deden dat met klanten die samen op reis een band met elkaar krijgen, elkaar versterken en zo meer business kunnen genereren.'

Marcel Martens, Directeur Graphic Communications, Xerox



‘Nieuwe mogelijkheden met traditionele producten’

Ian Ceelen, productspecialist Amstel Graphics

‘Voor de lange termijnkoers’

Het is een inkoppertje, maar wel een die Ian Ceelen van Hunkelervertegenwoordiger Amstel Graphics kan onderbouwen: grafische ondernemers moeten volgende keer massaal afreizen naar de Hunkeler Innovationdays.

Amstel Graphics kijkt tevreden terug op de Hunkeler Innovationdays, half februari in het Zwitserse Luzern. ‘Hunkeler biedt oplossingen aan de voor- en achterzijde van de rotatieprinter en organiseert tweejaarlijks een podium voor ontwikkelingen op dat gebied’, zegt Ian Ceelen, productspecialist bij Amstel Graphics in Amstelveen. ‘Wat begon als een Open Huis is uitgegroeid tot een professionele beurs onder de noemer Innovationdays. Tegenwoordig is daar alles te zien dat is te koppelen aan Hunkeler-apparatuur.’ Dat de focus daardoor ligt op dm, transactiemail en boeken printen beaamt Ceelen. ‘Vanuit bedrijven uit die hoek hadden we veel interesse, maar we hebben zeker vijftig ondernemers van Nederlandse drukkerijen gesproken.’

Vergelijken

Volgens de afwerkingsspecialist zou dat aantal de volgende keer best hoger kunnen zijn.

‘Voor de gemiddelde drukkerij is dit een interessant evenement om zich te oriënteren op de toekomst. Offset is een markt die afneemt. En dan kom je toch snel op het punt dat je naar printen gaat kijken. Juist doordat je daar met printing on demand en variabele data heel flexibel mee bent en je er ook regulier drukwerk mee kunt maken. En op de innovatindays kun je alle oplossingen van merken als Canon, HP, Impika, Ricoh, Screen, Xeikon en Xerox zien werken en vergelijken.’

Als voorbeeld noemt Ceelen de krant on demand. ‘Met de digitale newspaper solution maak je de reguliere krant in het door jou gewenste aantal op een rotatieprinter. Van de rol gaat het door de printer, wordt het gesneden en verzameld. Dan gaat het de vouwmaschine in en wordt per krant uitgelegd. Heb je tien keer een *Telegraaf*, tien keer een *Volkskrant* en tien exemplaren van de *Daily Times* nodig, dan draai je ze gewoon direct achter

elkaar. Dat is een voorbeeld van nieuwe mogelijkheden met traditionele producten.’

Lange termijn

Op de Innovationdays is het hele spectrum aan mogelijkheden rondom rotatief printen te zien. Ceelen: ‘Wij zelf lieten bijvoorbeeld de SmartBook Solution zien; wat begint met een witte papierrol komt er uiteindelijk weer als een boekje met cover uit. Maar denk ook aan dingen als inline coaten: je koopt ongecoat papier en kan toch gecoat papier printen. Dat is ook van Hunkeler. En er was een hele mooie POPP-8 lijn met een *un-* en *rewinder* te zien, die tot over de 300 meter per minuut verwerkt. Maar Hunkeler zette er ook een laser neer die handtekeningetjes zet, stickertjes uitsnijdt of er voor zorgt dat de nummers van de loterijmailing synchroon lopen.’

Is deze beurs eigenlijk niet te detailistisch voor de gemiddelde grafimedia-ondernemer? ‘Volgens mij niet. Iedere ondernemer die nadenkt over de lange termijnkoers en de daarbij horende investeringen zou volgens mij de volgende editie van de Hunkeler Innovationdays moeten toevoegen aan zijn oriëntatieronde.’

Waarom een week wachten als het dagelijks kan?



Het nieuws ontwikkelt zich niet één keer per week. Zeker niet in deze tijden. Voor wie niet achter de feiten aan wil lopen, brengt Graficus het laatste nieuws het eerst. Op graficus.nl. Of het nu gaat om techniek, mensen, vacatures, evenementen of uw collega's, Graficus is dagelijks actueel online.

graficus

De compleet nieuwe Graficus,
voor de toekomst van grafici.