

werd pas in oktober meege-deeld. Chatelard: “Het was een besluit van het hele management, niet alleen van mij. De Trillium mikte op graphic arts (direct mail en dergelijke van zeer hoge kwaliteit, nvdr), een markt waarin digitaal drukwerk met enkele procenten tot hooguit 10 procent groeit. Het gaat om een investering van miljoenen, dus je hebt klanten nodig met geld en volume. Die vijver werd zeer klein. We werden platgedrukt tussen de stijgende prestaties van vellenprinters zoals van Ricoh of HP Indigo aan de ene kant en de altijd maar goedkopere en betere inkjettechnologie aan de andere kant. En we waren niet klaar.”

“Er was een fundamenteel probleem met de vloeibare toner”, vult communicatiemanager en

Xeikon-veteraan Danny Mertens aan. “Een oplossing zou een jaar hebben gekost, met dan opnieuw een testperiode en een heleboel veranderingen in de printmotor. Wilden we dat wel doen?”

De middelen die Chatelard met de stopzetting van Trillium bespaart, wil hij in de groei-domeinen van Xeikon steken: etiketten en verpakkingen. Xeikon maakt al sinds 1996 tonerprinters voor etiketten en heeft er naar eigen zeggen ongeveer 500 uitstaan, de helft van zijn meer dan 1000 geïnstalleerde machines. Twee jaar geleden bracht het de Cheetah uit, die 30 meter per minuut drukt – toen de snelste op de markt volgens Xeikon. Sindsdien is het gamma uitgebreid. Digitaal drukken van etiketten groeit “13 à 14 procent per jaar”, zegt Chatelard. “Tonertechnologie is 70 procent van de etikettenmarkt. Daar heb je maar twee spelers: HP, dat zeer groot is door zijn positie in de VS, en wij, die historisch sterk staan in Europa. Toner is zo populair omdat het voedselveilig is”, zegt Chatelard.

Verdubbeling in de VS

Daarnaast is Xeikon dit jaar met zijn snelle Panther-modellen op de trend van de inkjettechnologie gesprongen. Chatelard: “Met inkjet kun je etiketten printen met een glanzend uitzicht die ook fijn aanvoelen, of duurzame labels voor shampoos of parfums, of de industrie. Daartegenover staat dat onze inkjetinkten ongeschikt zijn voor contact met voeding”. Ook de markt is anders. “Inkjet is 30 procent van de etikettenmarkt, maar je hebt

Speedmaster XL 75-8-P Say hello to Heidi



In een opvallende campagne – met een hoofdrol voor Kamagurka – maakte grafisch bedrijf Drukta deze zomer de komst van een Heidelberg Speedmaster XL 75 bekend. Het gaat om een achtkleuren machine, recto verso.



Zaakvoerders Renaat Desiere en Koen De Brauer: “Met deze state-of-the-art pers zijn we klaar voor de toekomst. De pers is uitgerust met volautomatische plaatwissel, Prinect Inpress Control, Intellistart.

Trefwoorden zijn maximale automatisering, sublieme drukkwaliteit, 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’. “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.*”

heidelberg.com/bnl

Sterk in onderzoek & ontwikkeling

Bij Xeikon Manufacturing, dat de printerfabriek in Lier en de tonerfabriek in Heultje (Westerlo) runt, werkte vorig jaar meer dan 40 procent van de 200 werknemers in onderzoek en ontwikkeling. Xeikon ontwerpt en assembleert in Lier niet alleen de tonermachines, maar ook de cruciale watergekoelde schrijfkoppen die de fotogevoelige beeldtrommels in de pers belichten. Daarnaast omvat de Xeikon-groep nog Xeikon Prepress in Lier, een fabriek die onder meer belichters voor flexografische platen maakt en goeddeels autonoom draait. De Xeikon-groep telde vorig jaar gemiddeld 499 werknemers.