

Volgend hoofdstuk voor Nexpress

Ed Boogaard |

Achttien jaar na de introductie van het eerste model van de Nexpress, ziet Kodak nog altijd kans het platform verder te optimaliseren. De nieuwe 'Nexfinity'-editie belooft niet alleen kwalitatieve verbeteringen, maar zet ook in op het drastisch verlagen van de operationele kosten. Het Nederlandse bedrijf Fotofabriek mocht de machine als eerste in Europa testen – en bestelde vervolgens direct nog een tweede exemplaar.

Nexpress kent een bewogen geschiedenis. In 1997 starten Kodak en Heidelberg een samenwerking die in 2000, tijdens Drupa, leidt tot de lancering van tonergebaseerde full colour digitale vellenpers: de Nexpress. Het platform is ontworpen met het oog op toekomstige uitbreidingen en verbeteringen, maar Heidelberg verliest al na enkele jaren vertrouwen in het project. In 2004 gaat Kodak alleen verder met Nexpress. Terwijl het bedrijf zelf een langdurig en turbulent transformatieproces ondergaat, blijft het Nexpress-platform zich volgens belofte ontwikkelen: met de vijfde kleur unit, met snellere modellen en met speciale toners voor een groter kleurbereik of speciale effecten (onder andere vernis, reliëf en goud). Tijdens Drupa 2016 toont Kodak niet alleen de nieuwste Nexpress ZX, die drukvellen tot een lengte van 1,2 meter aankan en beschikt over dekwit-toner, maar het kondigt er onder de noemer 'Max

Platform' ook de volgende generatie aan.

Kwaliteit kunnen garanderen

Inmiddels zijn er, naar verluidt, ruim 1.000 Nexpress-persen geïnstalleerd in meer dan 50 landen wereldwijd. Een van de vroege gebruikers is Fotofabriek in Groningen, bovenin Nederland. Het bedrijf is onderdeel van Chris Russell Groep (huidig omzet: 8 miljoen euro), opgericht door het gelijknamige full-service reclamebureau dat in 2004 haar eerste Nexpress in gebruik nam. Stephan de Vries, algemeen directeur van Fotofabriek, legt uit dat de kwaliteit van de pers de doorslag gaf bij die keuze: "Kodak lag in 2004 mijlenver voor op de concurrentie." Voor de fotoboeken en foto-producten die Fotofabriek via haar webportal verkoopt is de afdrukkwaliteit van groot belang; dit jaar won het bedrijf voor de zesde maal op rij de jaarlijkse 'Fotoalbum Test' waarbij 34 aan-



De kleurvolgorde van de vijf tonerstations kan op de Nexfinity worden gewisseld.

bieders van fotoalbums in België en Nederland op ruim 130 criteria werden beoordeeld. Maar de Nexpress-persen worden ook ingezet voor zowel de retail-klanten van Chris Russell als de opdrachten die via het 'Studentendrukwerk'-portal binnenkomen. De Vries: "Op drukke dagen verwerken we zo'n 2.000 opdrachten en vaak gaat dat om de productie van slechts enkele stuks of zelfs maar een exemplaar. We moeten dus zeer flexibel zijn en toch kwaliteit kunnen garanderen."

Kosten met 40 % omlaag

Eind vorig jaar werd bij Fotofabriek een eerste testexemplaar geïnstalleerd van wat tot dan toe bekend stond als het 'Max Platform', maar nu de 'Nexfinity' heet. De pers verschilt qua uiterlijk duidelijk van de Nexpress 2500 en 3300 die al in Groningen staan, maar de belangrijkste verandering bevindt zich onder de kap. Kodak koos voor een

compleet vernieuwd LED beeldschrijfsysteem met een resolutie van 1200 dpi en 8-bit kleurdiepte. In combinatie met Kodak's 'Dynamic Imaging Technology', die er voor zorgt dat elk beeld volautomatisch optimaal geraserd wordt, ontstaat een zeer hoge afdrukkwaliteit. Maar het geavanceerde beeldschrijfsysteem levert nog een belangrijke verbetering op, legt Greg Gresock (Kodak) uit: "De beeldcilinders en de rubberdoekcilinders zijn samen verantwoordelijk voor 46 procent van de operationele kosten. Vaak halen deze kostbare onderdelen niet het einde van hun eigenlijke levensduur, omdat ze vaak al preventief worden vervangen om te voorkomen dat kleine defecten het drukbeeld verstoren. Het nieuwe beeldschrijfsysteem maakt het nu mogelijk om tijdens de productiegang voor deze defecten te compenseren en de onderdelen dus veel langer te gebruiken. Dat was ook een belangrijk onderdeel van de testfase bij Fotofabriek: we

vroegen de operators de onderdelen pas te vervangen als het drukbeeld daar aanleiding toe gaf. Dat leidde tot goede resultaten: de druk kwaliteit blijft stabiel terwijl de onderdelen inderdaad veel langer mee gaan. De operationele kosten kunnen op deze manier met wel 40 procent omlaag.”

Gresock ziet nog verdere verbetertermogelijkheden: “We kunnen de tonerdeeltjes nog kleiner maken. In combinatie met speciale software, die beeldinformatie van elk gescand drukvel naar het beeldschrijfsysteem stuurt, zijn we dan in staat om zelfs de vorm van elke rasterpunt zonodig aan te passen.”

Vrije kleurvolgorde

Op de Nexfinity kan de gebruiker de kleurvolgorde van alle vijf drukunits onderling wisselen. Zo kan bijvoorbeeld wit als eerste kleur worden gedrukt, gevolgd door goud en daarna nog CMY. Hoewel dat allerlei creatieve mogelijkheden biedt, zal Fotofabriek daar toch weinig gebruik van maken, vertelt De Vries: “Tot nu toe gebruikten we het vijfde station op onze Nexpress-persen vooral voor clear toner om een beschermende laag aan het drukwerk toe te voegen. Bij de Nexfinity zetten we nu Light

Black-toner op de vijfde unit, omdat we daarmee met name in grijstinten en zachte tinten zeer goede resultaten mee behalen.” Het is voor een bestelportal zoals Fotofabriek lastig om extra kleuren of speciale effecten te verkopen: “Dat is technisch complex om uit te leggen aan onze online gebruikers, en het zou in de praktische uitvoering te veel tijd kosten.”

De Vries is na zes maanden van tests op de Nexfinity zeer te spreken over de kwaliteit en de productiviteit van de nieuwe machine: “De uptime is goed en de kosten zijn lager.” Bovendien ziet hij goede kansen voor de optie om vellen met een lengte van 120 cm te bedrukken: “De vraag naar lay-flat fotoalbums blijft groeien en op de Nexfinity kunnen we volledige spreads drukken.”

Internationale ambities met Print API

De toekomstverwachtingen bij Fotofabriek zijn hooggespannen. Zozeer zelfs dat De Vries al een tweede exemplaar van de Nexfinity-pers bestelde. Hij ziet volop mogelijkheden om te groeien, onder andere door nieuwe foto-producten en diensten aan te bieden: “Om het mensen hele-

De klant kijkt mee

Fotofabriek steekt veel tijd en energie in nieuwe manieren om met klanten in contact te komen, vertelt Stephan de Vries: “We maken het bijvoorbeeld voor klanten mogelijk om een video te bekijken van de productie van hun eigen bestelling. Met camera's in onze productieapparatuur maken we opnames van elke stap in het productieproces om te laten zien wat we doen.” Deze ‘public production’ video's kunnen door klanten ook weer worden gedeeld op internet – en dat leverde ondertussen al zo'n 1,2 miljoen kijkers op. “Dat dwingt ons er meteen ook toe er voor te zorgen dat onze apparatuur en de productieruimte er schoon en goed onderhouden uitzien. Want de hele wereld kijkt mee.”

maal makkelijk te maken, zijn we begonnen met een abonnement. Deelnemers sturen ons dan eens per maand bijvoorbeeld hun vijf beste foto's en wij kiezen steeds een ander fotoproduct om ze op af te drukken en de ontvanger te verrassen.”

Fotofabriek wil haar vleugels verder uitslaan in Europa, en zelfs wereldwijd. Het legde daartoe al de basis met de eigen ontwikkeling van slimme software die de volledige productie aanstuurt en controleert. (Ter illustratie: van de 110 medewerkers werken er 50 aan de ontwikkeling van IT en automatisering.) Het systeem, dat de binnenkomende orders en de beschikbare capaciteit steeds optimaal op elkaar afstemt, wordt goed zichtbaar bij een rondleiding in de Groningse productiefaciliteit: overal hangen schermen waarop de productie-

planning en -voortgang voortdurend in beeld wordt gebracht. Zo kan iedereen onmiddellijk op eventuele knelpunten in de keten anticiperen. De Vries: “Ons back-office systeem stellen we nu ook beschikbaar aan andere partijen. Door gebruik te maken van onze ‘Print API’ kunnen websites en portals een koppeling maken met ons systeem en komen bestellingen via die externe partijen naadloos in onze workflow terecht. Ook drukkerijen van over de hele wereld kunnen op die manier bijvoorbeeld de productiecapaciteit van Fotofabriek gebruiken voor hun Europese klanten. Maar ze kunnen het systeem ook inschakelen als verkoopkanaal om hun eigen capaciteit beter te benutten. De API is gratis beschikbaar en kent verschillende modellen voor verschillende manieren van gebruik.” ■



De eerste Nexfinity van Kodak bij Fotofabriek. Het bedrijf bestelde direct een tweede exemplaar.



Stephan de Vries, algemeen directeur van Fotofabriek heeft hoge verwachtingen van de Nexfinity.