

Digitale pers begint aan volgend hoofdstuk

Ed Boogaard |

Precies 25 jaar na de introductie van professionele digitale druktechnologie in kleur, is de opmars ervan nog altijd in volle gang. Misschien gaat het minder snel dan aanvankelijk gedacht, maar de potentie blijft enorm. Grafisch Nieuws neemt bij dit jubileum de stand van zaken door: hoe ver zijn we gekomen en wat staat ons te wachten?

Op 7 september 1993 opent vakbeurs Ipex de deuren in Birmingham en werpt de grafische industrie een blik in de toekomst: zowel de Indigo als Xeikon gebruiken het evenement als platform om hun digitale kleurenpersen voor het eerst aan het publiek te tonen. Terwijl de DCP-1 van Xeikon onder de vlag van Agfa als de Chromapress debuteert, trekt de E-Print 1000 in het besloten Indigo-theater veel aandacht. Daar spreekt Benny Landa geveugelde woorden: “Alles wat digitaal kan worden – en drukken vormt daarop geen uitzondering” – hij zal er nog vaak aan worden herinnerd als later blijkt dat de verwachte revolutie toch zo’n vaart niet lijkt te lopen. Beide partijen presenteren er hun digitale pers vooral als alternatief voor offset bij kleine oplages (Landa claimt de term ‘Oplage 1’): ‘variabele data’ wordt dan nog alleen als optionele extra functie aangeboden.

Anno 2018, een kwart eeuw na de kennismaking met de eerste digitale persen, kan de grafische industrie beschikken over een grote diversiteit aan druktechnieken – en nog veel meer leve-



Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

ranciers. De grondleggers van destijds zijn nog altijd actief: Indigo als dochter van HP, Benny Landa die met nanography andermaal een revolutie wil ontkenen, en Xeikon dat naast haar toner-technologie zich nu ook nadrukkelijk in het inkjet-domein begeeft.

Uit het *Drupa Global Trends* rapport, dat in april van dit jaar – exact twee jaar na de beurseditie van 2016 en nog twee jaar te gaan tot de volgende aflevering in 2020 – verscheen, blijkt dat wereldwijd 65 procent van alle drukkerijen vellenoffsetpersen heeft staan, en 47 procent beschikt (ook) over digitale tonergebaseerde vellenprinters in kleur. Nog eens 29 procent gebruikt tonergebaseerde zwart-wit printsystemen, 24 procent

installeerde al een inkjet grootformaatsysteem (vellen- en/of rollen-gevoerd) en 20 procent noemt ook flexo-persen.

Digitale oplages stijgen

De digitale persen winnen aan belang bij drukkerijen, stellen de Drupa-onderzoekers vast: het geproduceerde volume op de tonergebaseerde vellenpersen in kleur vertoont de meeste groei, met een positieve balans van 23 procent (dat wil zeggen: 23 procent meer respondenten melden een volumetoename dan dat er een daling signaleren). Bij de grootformaatsystemen is dat 12 procent, terwijl zowel offset als flexo 10 procent scoren. Deze ontwikkeling valt voor een deel te verklaren uit het feit dat – ter-

wijl over de hele breedte van de markt geldt dat de levertijden nog altijd korter worden en het aantal opdrachten toeneemt – de drukwerkoplages op de conventionele persen dalen, maar die op de digitale productiesystemen juist toenemen.

Interessant is zeker ook de vaststelling dat het aandeel van de digitale persen in de totale omzet bij de ruim 700 door de Drupa-onderzoekers onderzochte drukkerijen langzaam maar zeker groeit: in 2013 zei nog 23 procent van de onderzochte drukkers dat de digitale omzet meer dan een kwart van het totaal vormde, maar vier jaar later is dat nu bij 30 procent van alle respondenten het geval. Daar moet bij worden aangetekend dat de verschillen tussen verschillende disciplines wel sterk uiteenlopen: bedrijven die zich op ‘functioneel drukwerk’ richten (zoals textiel, behang en keramiek, maar ook *printed electronics* en 3D) maken al grotendeels gebruik van digitale druktechnieken (60 procent van deze bedrijven rapporteert meer dan 50 procent ‘digitale’ omzet). Bij handelsdrukkerijen heeft 42 procent meer dan 25 procent van de omzet aan digitale persen

te danken, maar voor bijvoorbeeld verpakingsdrukkerijen is dat pas bij 12 procent van alle bedrijven het geval.

Investeren in mensen

Uit het Drupa-onderzoek komt een wereldwijd vertrouwen in de toekomst onder drukkerijen naar voren, met een bijbehorende investeringsbereidheid. Maar ook die spreidt zich per segment: bij handelsdrukkerijen staat een tonergebaseerde digitale vellenpers in kleur boven aan het lijstje gevolgd door een vellenoffsetpers en een inkjet grootformaatstelsel, terwijl vooralsnog flexo en daarna vellenoffset de voorkeur blijven genieten van verpakingsdrukkerijen. Toch treedt in die laatste sector ook wel degelijk een verschuiving op: in 2013 bood nog iets minder dan een kwart van de verpakingsdrukkerijen ook digitale druktechnieken aan, maar in 2017 is dat gegroeid tot ruim een derde. Bovendien betreft het een diverse sector: bij 13 procent van de producenten flexibele verpakkingen is meer dan 10 procent van de verpakkingen digitaal gedrukt, onder makers van dozen en karton is dat bij 15 procent het geval en voor labels- en etikettenproducenten geldt bij 18 procent datzelfde digitaal geproduceerde



Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

percentage. Wellicht is met name in het laatstgenoemde marktsegment een verdere omslag aan de gang. Begin september maakte brancheorganisatie Finat haar laatste marktonderzoek bekend, en daaruit blijkt dat in 2017 voor het eerst meer digitale dan conventionele labelpersen zijn geïnstalleerd in Europa.

Van cruciaal belang

Volgens het 'Finat Radar' rapport werden vorig jaar in Europa bijna 300 digitale labelpersen geplaatst, en dat aantal overtrof de nieuwe conventionele installaties. Het investeringsniveau ligt bij een groot deel (60 procent) van deze digitale persen tussen de 250.000 en 750.000 euro; in 10 procent van de gevallen ligt het bedrag onder

de 250.000 euro, terwijl bij 8 procent het gaat om een installatie van meer dan 1 miljoen euro. De trend in de labelindustrie zet zich naar verwachting voort, want 45 procent van de Finat-respondenten zegt binnen anderhalf jaar te zullen investeren in een digitale pers. Ze kiezen daarbij inkjet boven tonergebaseerde of hybride systemen. Volgens een op de vier labelproducenten is het kunnen aanbieden van digitale druktechnieken van cruciaal belang om opdrachtgevers tevreden te kunnen stellen; slechts 4 procent zegt dat het 'niet belangrijk' is.

Digitaal zet de toon

Leveranciers van papier, persen en printkoppen blijven technologieën ontwikkelen en vernieuwen, en proberen daarmee de huidige markttrends te volgen maar zeker ook nieuwe te zetten. Volgens het Drupa trendonderzoek is de stemming onder leveranciers prima: nadat in 2017 de verwachtingen over de eigen financiële gezondheid werden overtroffen, is het economische zelfvertrouwen alleen nog maar toegenomen. Vakbeurzen vormen vaak een goede barometer om te zien wat

er gaande is – al zal Ipex daar geen rol meer in spelen, sinds de Britse beursorganisatie daar na enkele mislukte afleveringen dit jaar definitief de stekker uit haalde. In mei werd in Italië na vijf jaar juist weer nieuw leven geblazen in Grafitalia, onder de nieuwe noemer 'Print4All'. Tijdens dat evenement in de Fiere Milano waren het vooral de digitale persen die de toon zetten op de beursvloer met ruim 350 exposanten: er was geen offsetpers te bekennen – tenzij de bezoeker genoeg nam met een virtuele versie, zoals bij Koenig & Bauer en Komori. Heidelberg toonde evenmin offset, maar wel de nieuwe vijfkleuren Versafire EV toner-pers – gebaseerd op de Pro C7200X van Ricoh (die het toen pas gelanceerde systeem zelf ook in Italië demonstreerde). Ook andere conventionele persenbouwers lieten zich van hun digitale kant zien: bij Uteco kwam de eind vorig jaar geïntroduceerde rotatieve inkjet-pers 'Gaia' meerdere malen per dag in actie voor een demo. De Italiaanse persenbouwer Omet greep de vakbeurs in Milaan aan om het publiek te verrassen met de primeur van de nog maar onlangs aangekondigde hybride label-



Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann



Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

pers Omet Xjet – een inline combinatie van Omet's X6 flexopers en een Tau 330 RSC inkjet-unit van Durst.

Print premières

Print4All bleek ook een podium voor enkele premières. Xerox toonde bijvoorbeeld voor het eerst in Europa de Iridesse Production Press aan het grote publiek. Deze zeskleuren toners maakt gebruik van zilver plus CMYK en een transparante 'clear toner' om metallic-effecten te produceren. (De machine is een ontwikkeling uit de keukens van Fuji Xerox, de joint venture die dit jaar door fusieperielen onder druk kwam te staan. Opstandige aandeelhouders dwongen uiteindelijk het vertrek af van Xerox-topman Jeff Jacobson, waarna de rust voor dit moment hersteld lijkt.) Het Belgische Printsalon, onderdeel van de Burocad Group, heeft onlangs als eerste in Europa de Iridesse geïnstalleerd bij Printsalon Mechelen.

Interessant was zeker ook het aanbod van de Italiaanse Xerox-partner M.C.Systems, dat met BiancoDigitale een vervangende

toner-unit ontwikkelde waarmee het mogelijk is om een Xerox C60 of C70-printer zo aan te passen dat ook printen met zilver, goud en wit mogelijk wordt. Op de beurs toonde ze zelfs een prototype van een Xerox Versant, met daarin tweemaal goud plus zilver, wit en clear toner. Dit aantrekkelijke alternatief is al in enkele Europese landen via Xerox-concessionaires verkrijgbaar, maar vooralsnog niet in België.

Labelpersen

Eind september vond in de VS de vakbeurs Labelexpo Americas plaats, begin oktober direct gevolgd door de grafische vakbeurs Print 18. Technologisch gezien waren er na de Europese editie van Labelexpo, in september 2017 in Brussel, geen grote verrassingen. Xeikon toonde nu haar Panther inkjettechnologie en -platform en kondigde daarnaast een nieuwe 'QB' toner aan voor al haar tonergebaseerde label- en verpakkingspersen zodat ook aan toekomstige eisen op het gebied van voedselveiligheid kan worden voldaan. En terwijl Xeikon in Brussel nog de over-

treffende trap presenteerde van haar smalbaan labelpers X3, met de 520 cm brede versie CX500 (die bij het Nederlandse Altrif vervolgens met succes haar betatest onderging), werd in de VS nu juist met de 'Label Discovery' een instap-oplossing voor deze markt onthuld. HP Indigo maakte de eerste gebruikers be-

kend van het in 2017 aangekondigde GEM aan, dat nieuwe (folie)veredelings technieken mogelijk maakt. En Konica Minolta maakte een belangrijke mijlpaal bekend in zijn labelactiviteiten: de verkoop van de 250ste digitale AccurioLabel 190 tonergebaseerde smalbaan labelpers.

Opvallend was nog de aanwezigheid van Mouvent (de digitale poot van Bobst) dat vorig jaar in Brussel met een revolutionair inkjetplatform hoog inzette op de labelindustrie. Vooralsnog afwezig was Canon: dat kondigde in de zomer aan met de Label-Stream 4000 UV-inkjetpers ook de labelmarkt te willen betreden.

Beloftes ingelost

Er zijn meer beloftes die weer eens tegen het licht gehouden kunnen worden. Kodak maakte in ieder geval de introductie van het aangekondigde 'NexPress

POD Awards 2000: 'Battle in Brussels'

Grafisch Nieuws nam in 1999 het initiatief tot de POD Awards: "We wilden de grafische industrie helpen nieuwe business te ontwikkelen met digitaal drukken. En de beste manier om dat te doen is natuurlijk door de markt goede voorbeelden van geslaagde applicaties te laten zien." In de voorbereiding op de tweede editie van het evenement, in de aanloop naar de 'digitale Drupa' van 2000, vat hoofdredacteur Alain Vermeire het plan op om zowel Benny Landa, topman van Indigo, als Alfons Buts, CEO van Xeikon, op het podium uit te nodigen. Zijn opzet slaagt – maar de gedroomde 'Battle in Brussels' tussen beide concurrenten zorgt met name ook achter de schermen voor de nodige spanning. Vermeire: "Het werd een avond om nooit te vergeten."

Het volledige verhaal over de 'Battle in Brussels' is te lezen op PastPrintFuture.com. Op deze website, een initiatief van Xeikon dat dit jaar het 30-jarig bestaan viert, verschijnt een uitgebreide serie artikelen en interviews over 25 jaar digitaal drukken.

Kortgeleden dook bovendien een VHS videoband op, die na digitalisering unieke filmbeelden van het POD Awards evenement uit 2000 bleek te bevatten. Een korte samenvatting, met bijdragen van zowel Benny Landa als Alfons Buts, is nu online te bekijken.

Max'-platform waar, met de installaties van direct twee exemplaren bij de Nederlandse onlinedrukker Fotofabriek. Ricoh bouwde zoals beloofd voort aan haar inkjet-familie en lanceerde de Pro VC70000 met nieuwe inktten: de Europese primeur gaat naar Zalsman in Nederland, de offsetdrukkerij die eind 2014 ook als eerste de VC60000 plaatste. Sinds die inkjet-installatie zag het bedrijf de omzet van digitaal vervaardigd drukwerk – variërend van boekproducties tot volledig data-gedreven mailings – al verdrievoudigen tot zo'n 30 procent van het totaal, vertelt directeur Herman Verlind: "En in 2020 zou dat best eens 50/50 kunnen zijn."

Landa's bedrijf kreeg deze zomer een financiële injectie van 300 miljoen dollar van investeerders en het ziet de eerste nanografisch persen langzaam op stoom komen, zoals de eerste Europese installatie bij het Duitse Edelmann. Begin volgend jaar komt ook een eerste Landa-pers naar Groot-Brittannië, waar Route One Print een S10P-pers met omkeertrommel zal plaatsen.

Toekomstmuziek

Bij Canon is de lancering van de Voyager, de voor 2018 aangekondigde 7-kleuren B2-vellenpers met fotografische inkjetkwaliteit, uitgesteld: tijdens Print 18 werden begin oktober weliswaar printvoorbeelden uitgedeeld, maar de machine is nog altijd 'in ontwikkeling'. Ook van een andere belofte werd sinds 2016 weinig meer vernomen: de door Koenig & Bauer en Xerox gezamenlijk te ontwikkelen VariJet 106 hybride offset/inkjet vellenpers. Toch

blijkt het project nog levend: tijdens de eind september in het Duitse Nuremberg georganiseerde FachPack vakbeurs noemde Koenig & Bauer de VariJet 106 nog altijd 'de toekomst van digitale verpakkingsdruk' (maar op het beeldmateriaal van de pers leek het 'Powered by Xerox'-logo nu te ontbreken). En het voormalige KBA had meer nieuws: met de CorruJet inkjet vellenpers richt ze het vizier op de golfkarton-markt.

Innovatie in inkjet

Een eerstvolgende gelegenheid om de actuele ontwikkelingen op het gebied van met name inkjet in kaart te brengen volgt begin volgend jaar, tijdens de Hunkeler Innovation Days in Zwitserland. Hoewel dit twejaarlijkse evenement zich met name richt op rotatieve printen en finisingsystemen, lijkt Hunkeler nu toch ook zelf voorzichtig in de vellenmarkt geïnteresseerd: in juli werd bekend dat het bedrijf ook de verkoop en service aan DocuTrim afwerkapparatuur van het Duitse Müller voor zijn rekening gaat nemen.

Hoewel inkjet bij ondernemers in de grafische en verpakkingsmarkt volgens het eerder genoemde trendonderzoek van Drupa nog niet hoog op de wensenlijst staat, zal de belangstelling ervoor toch snel toenemen. Recent marktonderzoek van Smithers Pira voorspelt de komende jaren voor inkjet een groei in waarde van 9,4 procent jaar-op-jaar, van 60 miljard euro wereldwijd in 2018 naar 94 miljard euro in 2023 – terwijl de grafische industrie als geheel een bescheiden groei van 0,8 procent zal vertonen. ■

Stahlfolder BH 82 en TH 82 Hogere output en betere efficiency



Van Elst Grafische Afwerking, gevestigd in Apeldoorn, investeerde dit jaar in twee vouwmachines: een Heidelberg Stahlfolder BH 82 en een TH 82.



"Om de – nog altijd heftige – concurrentie het hoofd te kunnen bieden, is investeren in betere efficiency en hogere output simpelweg een must in onze branche," zo zegt

algemeen directeur Onno Bruinsma. "Het betreft zowel vervanging van een bestaande machine als uitbreiding van de vouwmogelijkheden. De Heidelberg Stahlfolder BH 82 is een basismachine voor katernenwerk. De TH 82 heeft een bijzondere configuratie, waar we heel erg blij mee zijn. De specialist van Heidelberg heeft echt meegedacht, zodat de machine optimaal aansluit bij onze wensen."

➔ heidelberg.com/bnl