

C&B Creation bij Eshuis beter thuis

Uit barsting van digidruk

'C&B Creation overgenomen door Eshuis'; 'Eshuis nu vier digitale labeldrukmachines!'

Is er sprake van een innovatie-revolutie bij deze etiketten-drukker? En hoe ver gaan de ontwikkelingen in de labelmarkt op dit moment eigenlijk?

LabelExpo Europe 2005 is de tweejaarlijkse septemberbeurs in Brussel, waar de wereldwijde etiketten- en verpakkingindustrie zich presenteert, vooral vanuit het apparatuur- en materialensegment. Vanaf de eeuwwisseling verbazen vriend en vijand zich steeds meer over de verrassende technologische ontwikkelingen in het etikettensegment, die een groeiende overlap vertonen met de markt van flexibele verpakkingen en vouwkarton.

Je zou denken dat tegenwoordig alles mogelijk is op wat ooit eenvoudige flexo-etikettenpersen waren. Er kan nu beter worden gesproken over hybride smalbaan rotatiedruk voor de verpakkingmarkt. Eshuis in Dalfsen is daarvan het meest sprekende voorbeeld; digitaaldruck functioneert hier op een schaal die groter is dan welke etiketten-/verpakkingdrukker ook ter wereld. Daarnaast werkt Eshuis met een stevig uv-flexo machinepark. Het bedrijf heeft onlangs een DrentGoebel asloze/formaatvariabele offset-sleeve-smalbaan rotatiepers besteld om het bestaande offsetmachinepark te moderniseren. Om dat nog verder te completeren, vermarkt Eshuis via de aparte divisie Barcode & Labelling zijn uitgebreide dispensertechnologie voor kant-en-klare toepassingen bij klanten.

KAASETIKETTEN DIGITAAL

En, last but not least, voegde Eshuis afgelopen voorjaar de specialist in digitaal gedrukte kaas-etiketten, c&b Creation, toe aan het arsenaal. Dit bedrijf startte in 1990 als prepress-studio op initia-

‘De kwaliteit is in het algemeen toch al hoog’

tief van *Cor Hofstra* (47) en *Bert Kraal* (41). Malaise in die activiteit zette hen aan het denken. C&B deed toen onder andere de flexopress voor kaasetiketten die werden gedrukt bij Tulp. Niemand was nog op het idee gekomen om die etiketten op een laserprinter te maken. Na wat geëxperimenteerde op een A3 Canon CLC800 laserprinter maakten beide heren de eerste kaasetiketten op zijdevloei; eerst bedoeld als proefdruk bij het lithowerk, maar naderhand in kleine oplages. Zuivelfabrikant Campina reageerde enthousiast. Toen daar serieuze orders uitkwamen, moest een productiever systeem worden overwogen, omdat het formaat van de Canon te klein was. Januari 2002 startte C&B met een 50 cm brede DicoPress 500. Het product dat daar vanaf kwam, verkocht zichzelf, maar met de DicoPress ging het wat minder. Xeikon zelf loste die strubbelingen echter voortvarend op en plaatste eind 2003 een nieuwe Xeikon 500 met ‘one pass duplex’ bij C&B Creation in Zwolle. ‘Onze machine moest tweezijdig kunnen drukken, omdat we soms witte tonerinkt op de achterkant van het fullcolouretiket willen hebben’, legt Hofstra uit. ‘We slaagden erin om de Xeikon 500 het 15-, 18- en 21-grams dunne zijdevloei van Sappi te laten verwerken.’

HOE NU VERDER?

Hofstra: ‘Wat met Campina begon, groeide uit tot een klantenkring met nu driehonderd afnemers van onze kaasetiketten. In 2004 leverden we 1,6 miljoen digitaal gedrukte kaasetiketten, tot zelfs in Amerika! Bert en ik deden alles zelf; van het ontwerp tot en met het stansen, en de verzending en de administratieve afhandeling. Maar ons succes begon op ons privé-leven te drukken. Onze klantenkring groeide en groeide maar! Begin 2005 vroegen we ons af hoe het verder moest. Personeelsuitbreiding of iets anders. In onze contacten met Eshuis kwam dat ook ter sprake, totdat Eshuis’ commercieel directeur Erik Zegeling op een vrijdagmiddag belde: ‘Ik kom wel even langs!’ Hofstra is nog steeds verbaasd dat C&B’s succes zo’n verrassende wending nam. ‘Dat was toch wat, je zelfstandigheid opgeven. En dat met ons nagelnieuwe eigen gebouw waar we net een paar jaar prinsheerlijk in zaten. Daar stond wel een aanvaardbaarder invulling van werken en leven tegenover. We hebben er uiteindelijk niet al te lang over gedaan. Ga maar na: de dinsdag na Pinksteren startten we met ons hele hebben en houden bij Eshuis, als geïntegreerd bedrijfs-onderdeel.’ ‘Capaciteitsuitbreiding met een tweede ploeg is nu geen probleem

Van rechts naar links: Peter Overbeek (algemeen directeur Eshuis), Bert Kraal, Peter Zegeling (commercieel directeur Eshuis) en Cor Hofstra. Kraal en Hofstra (voorheen C&B Creation) zijn de bedenkers van digidruk voor kaasetiketten.



De Digicon Omega is door Eshuis speciaal in gebruik genomen voor conversie van de digiprint etikettenproductie. De Digicon kan diverse inlijn verdelingen toevoegen in combinatie met stansen en opwickelen; iets wat niet op een digipers zit.

meer en naar de kaasetikettenmarkt kunnen we nu ook ruimer ademen. Er zijn zelfs nieuwe producten in aantocht, zoals boterwikkels. We varen er allemaal wel bij; de klanten omdat we meer kunnen aanbieden, Eshuis door de versterking van zijn marktpositie en Bert en ik hebben niet meer het gevoel te veel achter onszelf aan te hollen.’

TOTAALPAKKET

Met recht noemt Eshuis zich totaalleverancier. Het bedrijf voert in de Benelux als labelproducent de top aan, samen met Altrif Label in Roosendaal, Bopack Labels in Wommelgem (België) en het eveneens Belgische Reijnders Etiketten in Boechout. Het zijn bedrijven die zich met diverse technieken op labelproductie specialiseren en daarbij ook digitaal drukken substantieel inzetten. Zowel met toner-, uv-inkjet als

elektro-inktsystemen. Door de komst van C&B Creation telt Eshuis nu één Xeikon 500 fullcolour + wit ‘food grade’ tonerdruksysteem en drie HP Indigo zevenkleuren elektro-inktsystemen, waarvan het meest recente systeem net een paar maanden geleden in productie is genomen. Eshuis is een mooi voorbeeld van hoe een etikettendrukker in korte tijd kan migreren naar totaalleverancier op de verpakkingmarkt. Om te beginnen is de etiketten-specialiteit op zichzelf al uitgebreid met heel veel soorten. Naast de al besproken kaasetiketten zijn dat vooral meerlaagsetiketten en etiketten met reactieve-/signalerende inkt; voorbeelden van hoe etiketten een veel bredere functie krijgen. Maar ook sleeve-verpakkingen zoals voor PET-flessen komen nu in beeld, omdat Eshuis daar met vier technologieën op in kan spelen:



Kaasetiketten in digidruk zien er veel aantrekkelijker uit dan in flexodruk. Rechts

klassieke flexodruk, links een veel frissere digitaal druk met oude herkenbaarheid.

digitaaldruck, uv-offsetdruck, uv-zeefdruk en uv-flexodruck.

TECHNOLOGIE - MIX

Eshuis' productiekeuze maakt de ontwikkeling van de digitale tak begrijpelijk. De keuze voor HP Indigo als het meest offsetgelijkende drucksysteem, geschikt voor vele substraten, ligt in het verlengde van kleiner wordende offset-oplagen op Eshuis' drie Drent Gazelle smalbaanpersen.

In 2003 kwam de eerste HP Indigo WS 4000, in 2004 de tweede: een HP Indigo WS 4050. Midden dit jaar werd opnieuw een HP Indigo WS 4050 toegevoegd. De drie Gazelles worden nu vervangen door een asloze Drent Goebel achtkleuren vsop sleeve-offsetpers; een snel omstelbare verpakingsdrukkers voor kwaliteit op diepdruk niveau.

De up-to-date uv-flexopersen kunnen door toenemende prepress- en drukvormkwaliteit heel goed voldoen aan de toenemende eisen van de food-retailers. Die persen zijn – ook door hun combinatiemogelijkheden met rotatiezeefdruk – juist geknipt voor het maken van bijvoorbeeld meerlaagsetiketten en etiketten die met reactieve inkt en/of bijzondere kleuren worden gedrukt die in offset niet haalbaar zijn.

Een mooie mix dus om de rol van totaalleverancier overtuigend in te vullen, omdat er nauwelijks limie-



Eshuis' uv-flexo-rotatieproductie – goed voor miljoenen etiketten per maand.

ten in het aanbod te ontdekken zijn. Immers, ook aan de kant van verwerkbaar substraten gaat de groei maar door. Werden ooit uitsluitend zelfklevende substraten verwerkt, inmiddels is het tijdperk van 'unsupported substrates' aangebroken. Dat zijn materialen zonder zelfklevende laag, die inzetbaar zijn voor typen verpakkingen zoals wikkeletiketten, banderollen, sachet-materiaal, krimpsleeveverpakkingen, et cetera.

Maar de toekomst biedt hybride verpakingsdrukkerijen nog veel meer (zoals uv-flexo gedrukte kartonverpakkingen, inmould labels e.d.) en bewijst het principiële brede perspectief van bedrijven met zo'n hybride processamenstelling zoals Eshuis. In dat type drukkeryen lonken perspectieven voor verpakingsorders, die nu nog bij

plano-offsetdrukkers zitten. In de verpakkingmarkt hoor je ondernemers nog wel eens zweren bij de heilzaamheid van een technologisch proces. Als je daar onverslaanbaar in bent, is daar niets verkeerd aan, maar dan kijk je door een technologisch beperkte bril naar die markt. Eshuis doet dat omgekeerd. Het bedrijf neemt de verpakkingmarkt als uitgangspunt en zet de daarbij passende technologieën in.

VERDWIJNENDE AFROEPVOORRADEN

Ook de esthetische kant van labels breidt zich verder uit. Inlijn veredeling op uv-flexopersen kan soms de meest exotische en fraaie labels opleveren door hotfoil, coldfoil,

klanten zelf hun afroepvoorraden beheerden. 'Daar is altijd veel geld in gaan zitten; we hebben klanten kunnen overtuigen gebruik te maken van onze snelle 'Just in Time'-service op onze digitale persen – binnen begrensde hoeveelheden. Je hebt helemaal geen prepress-oponhoud meer en de klant krijgt een absoluut herhaalbaar hoge kwaliteit. Onze markt heeft het steeds minder over kwaliteit; die is in het algemeen toch al hoog. Het gaat veel meer over oplossingen, kostenbesparingen en verkorting van doorlooptijd. Daarom is het bij ons geen óf-óf, maar én-én in veelvoud.'

Niet alles gebeurt inlijn op de persen. Los van het drukproces



Een achtkleuren Drent Goebel VSOP gaat bij Eshuis de drie Drent Gazelle smalbaanpersen vervangen.

holografisch lamineren, reliëfinkten, bijzondere lakken (Iriodin), et cetera, allemaal opgeteld bij eenvoudige of complexe stansingen. Eshuis levert veel van deze opties, maar heel bijzonder is wel de koppeling van EskoGraphics' ArtiosCAD als voedingsbron aan de HP Indigo's. Aanvankelijk voedde HP Indigo zijn digipersen voor verpakingsdrukkers met een eigen workflow. Eshuis ontwikkelde daarvoor een rechtstreekse verbinding tussen ArtiosCAD en de HP Indigo-functies, ook om het HP Indichrome standaard CMYK met extra kleuren wit, oranje en violet optimaal met de juiste Pantone te matchen. Eshuis' huidige digidrukproductie ligt al boven de drie miljoen clicks per maand (individuele A3-druks van een kleurcartridge).

Commercieel directeur van Eshuis Erik Zegeling vertelt hoe gewoon het was dat labeldrukkers of

worden veel etikettenproducties bij Eshuis op aparte machines op enkelbrede rollen gesneden en tegelijkertijd door een inspectiesysteem gecontroleerd. Allemaal volgens regels die in het voedings- en warenessegment gelden.

Dit zoeklicht op Eshuis laat zien hoe deze moderne onderneming in Dalfsen zich met zijn honderd werknemers de laatste jaren aanpast en continu migreert. Eshuis' anticiperende houding op de grote veranderingen in de verpakkingmarkt zijn trendsettend; ze worden ingegeven door inkopers die gaan voor de allerbeste oplossing tegen de laagste prijs. En waar is dat niet zo? [JAN VROEGOP]

j.vroegop@uitgeverijcompres.nl

LabelExpo wordt in Brussel gehouden van 21 tot 24 september 2005. Kijk voor meer informatie op www.labelexpo.com.

Eshuis' batterij aan digitale persen; op de voorgrond een console voor opwikkeling van de HP Indigo WS 4000-productie; achterin een WS 4050 en daartussenin de recent geplaatste WS 4050.



'Dat was wat, je zelfstandigheid opgeven'