

Bijna de helft van alle orders gaat al digitaal

## Digitaal drukken bij Eshuis 'booming business'

De trends in de verpakkingmarkt zijn duidelijk: kleinere partijen, sneller wisselende designs en kortere levenscycli van producten. Een levensgrote uitdaging voor de drukkers die de verpakkingen moeten maken: wie nu nog louter inzet op de grote oplagen van weleer verliest de boot en het in huis halen van nieuwe technologieën, met name digitaal drukken, is onontkoombaar. Dat het niet alleen een noodzaak is maar ook een zeer profijtelijke stap kan zijn, bewijzen de ontwikkelingen bij verpakkingsspecialist Eshuis in Dalfsen.

Twee jaar geleden investeerde Eshuis voor het eerst in een digitale HP Indigo WS 4000 pers, inmiddels staan er drie machines, waarvan twee WS 4050's. Bovendien is, speciaal voor het kunnen bedrukken van 15 grams dundruk voor de kaasindustrie, een digitale pers van een ander fabrikaat aangeschaft. En het einde van de investeringen is nog niet in zicht: aanschaf van een vierde HP Indigo pers staat hoog op de prioriteitenlijst!

Algemeen directeur Peter Overbeek over de opmerkelijke snelheid waarmee zijn bedrijf in digitaal drukken investeert: 'We hadden altijd al verschillende technieken in huis, met name offset en flexo. Maar in ons orderpakket komen veel kleine opdrachten voor, waarvan de productie in deze procédés relatief duur is. Digitaal drukken heeft ons de mogelijkheid gegeven deze orders goedkoper te produceren. We kunnen elke druktechniek nu zo efficiënt mogelijk benutten. Niet voor niets profileren we ons met de kreet van één tot één miljoen.'

Eshuis in Dalfsen bestaat al sinds 1891. Begonnen als drukkerijtje voor het gebruikelijke zakelijke en familiedrukwerk, ging het bedrijf al snel over tot het uitgeven van 'De Oprechte Dalfser Courant'. Vervolgens ging men zich toeleggen op formulieren en etiketten. Vanuit die laatste productgroep heeft Eshuis zich ontwikkeld tot een vooraanstaande en zeer gespecialiseerde etiketten- en verpakkingdrukkerij met een omzet van circa 15 miljoen euro.

De opdrachtgevers zijn te vinden in zowel food- als non-food sectoren.

### Andere aanpak

Een niet te onderschatten aspect daarbij is het wegvallen van 'overproductie': juist omdat het relatief duur is om met conventioneel drukken kleine oplagen te produceren, werd door klanten vaak besloten maar grotere hoeveelheden te laten drukken, wat juist in tegenspraak is met de huidige marktrendens die een daling van de ordergroottes laat zien. Overigens ziet Overbeek bij de toepassing van digitaal drukken een duidelijk verschil in filosofie en aanpak in vergelijking met andere bedrijven. 'Digitaal drukken staat bij ons geheel in functie van service aan de klant, wat betreft kwaliteit, levertijd en oplage. Waar je bij anderen nog wel eens ziet dat zo'n pers wordt neergezet om vervolgens de markt te gaan bewerken en maar te hopen dat je 'm redelijk bezet krijgt, hebben wij ervoor gezorgd dat de persen vanaf het begin volledig worden benut, met name door het goed analyseren van ons orderpakket. Wij hebben ons niet gericht op het vullen van de digitale pers met nieuwe kleine oplagen.'

### Betere kwaliteit

Ten aanzien van de drukkwaliteit stond vanaf het begin al vast dat deze vergelijkbaar moest zijn met die van de offset en flexo. In de praktijk blijkt het digitale drukwerk vaak zelfs beter te zijn. Dat kan wel eens tot problemen leiden: als een kleine proefoplage van een verpakking digitaal wordt gedrukt, kan de in offset of flexo gedrukte grote oplage kwalitatief wel eens tegenvallen. 'Maar dat nadeel hebben we inmiddels grotendeels ondervangen', legt druktechnisch specialist Hans Poortinga uit. 'Als we van tevoren al weten dat de uiteindelijke oplage conventioneel gedrukt gaat worden, dan passen we het bestand voor digitaal drukken daarop aan.'

### Nog niet optimaal...

Persenfabrikant HP Indigo beoordeelt de productiviteit die Eshuis op de digitale persen realiseert als optimaal. 'Maar wij denken dat het zelfs nog veel beter kan', meent Overbeek. 'Zelf doen wij alles wat in onze invloedssfeer ligt om optimaal te werken, maar daarbuiten is nog wel winst te behalen.' Hij refereert daarmee onder meer aan storingen en onnodig lange stilstandtijden die het gevolg zijn van het door HPI-technici moeten oplossen van de problemen. Door zelf meer problemen op te lossen, kan het aantal productieve uren van de persen verder worden opgevoerd. 'Twee van onze mensen zijn daarom onlangs in Maastricht getraind op het niveau van field engineer. Dat betekent dat zij een groot aantal vitale onderdelen van de digitale pers voortaan zelf kunnen vervangen,' zegt Overbeek. Ook zou nog winst te boeken zijn als de substraten niet eerst zouden te hoeven worden gecoat, dan wel in één arbeidsgang op de digitale pers van een coating voorzien kunnen worden.

### Meer diensten

Bang dat nog meer drukcapaciteit niet te vullen is, zijn Overbeek en Poortinga niet. Integendeel zelfs: digitaal drukken zorgt nog steeds voor een uitbreiding van het dienstenpakket naar klanten. Als voorbeeld noemt Overbeek het produceren van mock-ups. 'We produceren enkele exemplaren van een verpakking, op het originele materiaal en desgewenst ook nog in een paar verschillende ontwerpversies. De klant kan deze gebruiken voor marketingdoeleinden en zo tegen een zeer aanvaardbare prijs een productintroductie realiseren. Verder zie je het aanbod van kleine drukorders

nog steeds stijgen. Ik ben ervan overtuigd het optimaal benutten van digitale drukcapaciteit in dit marktsegment een fluitje van een cent zou moeten zijn.'

## Razendsnelle groei

Zelf initiatieven ontplooiën is dan wel essentieel, zo heeft de ervaring bij Eshuis inmiddels wel geleerd. Klanten vragen niet specifiek om digitaal drukwerk, grote 'brand owners' ook niet. 'Anderzijds leggen wij er ook niet de nadruk op dat we een order digitaal hebben gedrukt', legt Poortinga uit. 'We zien de digitale pers gewoon als één van onze productiemiddelen, waarop we orders maken, met behoud van kwaliteit, die we voorheen conventioneel drukten.' Hoe succesvol deze aanpak is bewijzen de cijfers. Nog geen drie jaar nadat Eshuis begon met digitaal drukken wordt al 45% van alle opdrachten digitaal gedrukt. Daarmee is een omzet van 3 tot 3,5 miljoen euro gemoeid, wat 22% is van de totale omzet van het bedrijf. En Overbeek verwacht dat het percentage digitaal gedrukte orders zal stijgen naar 60%. 'Daar zit wel een verhaal achter,' zo verklaart hij. 'Nu de mogelijkheden van digitaal drukken bij meer klanten duidelijk worden, zie je dat ze geneigd zijn om grote opdrachten op te delen in kleinere runs. In die zin is er sprake van een verschuiving van conventioneel naar digitaal.'

## Efficiënter werken

De totale efficiency van het gehele bedrijf is enorm toegenomen, constateren Poortinga en Overbeek. Door het verschuiven van veel conventionele orders naar digitaal kon een aanzienlijke besparing worden bereikt in de prepress: op de plaatkopie werken nu nog twee mensen in plaats van zes. Een ander effect is dat de conventionele persen veel efficiënter worden benut, doordat ze vrijwel alleen voor grote oplagen ingezet worden. Overbeek: 'Feitelijk neemt de conventionele drukcapaciteit enorm toe door de investeringen in digitaal drukken. En dat in een tijd waarin er toch al een enorme prijsdruk heerst in het marktsegment grote oplagen.' 'Gelukkig hebben wij daar niet zo'n last van', vult Hans Poortinga aan. 'Een groot deel van ons machinepark was al ingericht voor kleinere en middelgrote opdrachten. We hebben bijvoorbeeld alleen smallebaan flexopersen in huis.' Ook het feit dat Eshuis consequent PMS-kleuren opbouwt uit de vier basisinkten verhoogt de efficiency. Een kleurwissel vergt op de digitale pers al gauw drie kwartier, dus voor de kenmerkende kleinere oplagen op deze persen is dat al snel niet rendabel meer.

## Ook flexibele verpakkingen

De komst van een vierde digitale HP Indigo pers zal de mogelijkheden van Eshuis nog verbreden. Zo overweegt men momenteel veel meer digitaal gedrukte flexibele verpakkingen te gaan produceren. 'Dat is ook weer een kwestie van zelf vraag creëren', besluit Overbeek. 'Tot nu toe draaien we verpakkingen, die goed zijn voor ongeveer 50% van onze omzet, vooral in offset. Door ook voor dit marktsegment digitaal gedrukte mock-ups te maken denken we daar ook een verschuiving teweeg te kunnen brengen. Vergeet ook niet dat de verpakkingsmarkt veel groter is dan de etikettenmarkt. De vraag naar kleine oplagen doet zich daar echter ook gelden en tot dusverre was er geen efficiënte oplossing. Het kan voor ons heel interessant zijn de digitale pers in te zetten voor het bedrukken van laminaten van de rol. De toegevoegde waarde daarvan is zo hoog dat het break-even point waarschijnlijk pas bij zo'n 5000 strekkende meter zal liggen.' Voordat het zover is zullen de technische mensen van Eshuis echter nog wel een aantal keren bij HP Indigo aan de bel trekken met de vraag om aanpassingen in de baangeleiding op de digitale pers: het verwerken van dunne en rekbare kunststoffilms van de rol vergt heel wat meer van de webhandling dan het door de machine jagen van een baan papier. Maar gezien de voortrekkersrol die de persenfabrikant aan Eshuis heeft toebedeeld bij het meedenken over technologische verbeteringen, zal ook aan die wens wel gehoor worden gegeven!