



Big Data in het printproces

Het leek er bij de vorige editie van de Hunkeler Innovationdays in 2013 even op dat het evenement in een spagaat zou raken tussen verschillende marktsegmenten: transactioneel en DM aan de ene kant, de grafische industrie aan de andere. Dit jaar werd duidelijk dat printbedrijven en drukkerijen zich op elkaars terrein begeven. De technische mogelijkheden om dat te doen zijn er, dankzij de doorbraak van inkjet. Verder opmerkelijk: het ontsluiten van big data voor het printproces.

Wat Stefan Hunkeler betreft hebben de tweejaarlijkse Innovationdays de ideale vorm wel bereikt. Nog groter groeien is geen doel op zich. Hij wil als organisator zowel de exposanten als de bezoekers kwaliteit blijven bieden en niet alleen op technisch vlak. "De catering vormt de grootste bottleneck." Ook focus blijft belangrijk: "Natuurlijk zouden we best nog een hal kunnen vullen met bijvoorbeeld toepassingen in de verpakkingsindustrie, maar dat is voor een heel ander publiek dat om andere aandacht vraagt." De elfde editie, eind februari, duurde daarom gewoon vier dagen (en niet opnieuw vijf, zoals de jubileumaflevering in 2013) en daarmee mikte Hunkeler vooraf op een stabiel bezoekersaantal van zo'n 5.000.

Innovationdays

Dat werden er echter bijna 6.000, afkomstig uit meer dan 50 landen wereldwijd. Hunkeler merkt tevreden op dat dat vooral het gevolg is van het toegenomen aantal klanten, en zelfs ook eindklanten, die naar Luzern komen. Zij polsen er de laatste stand van zaken in hoogvolume printtechnologie en de bijbehorende randapparatuur, zoals de unwinders en rewinders van Hunkeler - in Nederland vertegenwoordigd door distributeur Amstel Graphics - maar bijvoorbeeld ook de couverteerstraten van Pitney Bowes of de vouwmachines van Heidelberg.

Er waren niet alleen méér klanten op de beursvloer, er kwamen ook andere klanten dan die uit de gebruikelijke Innovationdays-doelgroep van transactionele en DM-printbedrijven. Offsetdrukkerijen tonen namelijk, nu de inkjettechnologie zich snel ontwikkelt, steeds meer serieuze belangstelling voor de mogelijkheden van hoogvolume printsystemen. Daarmee keert een marktsegment terug, dat meer dan vijftien jaar geleden door Hunkeler werd verlaten vanwege de marktomstandigheden en de prijsdruk.

Digitale alternatieven

"De grafische industrie is nu ook een doelgroep", bevestigt Hunkeler. Die ontwikkeling werd in 2013 ook al zichtbaar, toen vrijwel alle printerleveranciers hun toner-gebaseerde systemen thuislieten en inkjet op de Innovationdays de toevooten voerde. Die printtechnologie maakt het mogelijk om transactionele en DM-toepassingen sneller, goedkoper en in full colour te produceren, maar ook grafische toepassingen komen binnen bereik. Dat biedt printbedrijven de kans hun printvolume uit te breiden door, bijvoorbeeld, de traditioneel in offset vordrukte briefpapieren en formulieren voortaan zelf volledig in kleur te printen. Hun markt verbreedt zich bovendien richting grafische producten zoals boeken, kranten of folders. Dat is ook hard nodig, vertelde bijvoorbeeld de directeur van Hansaprint (Finland), dat in tien jaar tijd haar transactionele printvolume tot de helft zag dalen door de opkomst van digitale alternatieven. Met de investering in de nieuwste inkjetsystemen van Ricoh moet extra grafisch volume weer voor groei gaan zorgen.

Variabele data

Andersom zien drukkerijen nu ook hoe inkjet begint te voldoen aan de hoge kwa-

liteitiseisen die de grafische industrie stelt. Daarmee kan worden ingespeeld op de trend van klanten die steeds kleinere hoeveelheden drukwerk bestellen en dat ook steeds sneller willen hebben, terwijl dat met conventionele offsetpersen nauwelijks nog rendabel valt te realiseren. Met 'inkjetpersen' kan dat wel. En misschien nog belangrijker: er dient zich dankzij die inkjetpersen ook een markt aan voor variabel drukwerk in grote oplages, met maatwerk en personalisatie op basis van (big) data. Dit was van oudsher het terrein van de transactionele en DM-printbedrijven.

Alle kaarten op inkjet

De fabrikanten van printsystemen verbreden hun aanbod om allerlei verschillende segmenten en doelgroepen te kunnen bedienen. Ze zetten daarbij vrijwel allemaal hun kaarten op inkjet. Alleen het Belgische Xeikon blijft volledig trouw aan haar toner-technologie. Op de beursvloer van de Messe Luzern werd bij Xerox duidelijk dat het haast maakt met haar inhaalslag: twee jaar na de overname van de Franse inkjetspecialist Impika - een deal die werd beklonken tijdens de Innovationsdays van 2013 - trok het met de onthulling van een innovatief inkjetsysteem volop de aandacht. Deze compacte 'Rialto 900' is een alles-in-een systeem dat papier van de rol tweezijdig in full colour bedrukt en direct naar A4-losblad snijdt. De machine moet de overgang van zowel printbedrijven als drukkerijen richting inkjet vereenvoudigen.

Offsetvolume veroveren

Ook Canon maakte er geen geheim van erop uit te zijn zoveel mogelijk offsetvolume richting inkjet te bewegen. Op jaarbasis worden nu wereldwijd zo'n 770 miljard pagina's geprint (waarvan 40 procent op continuous feed systemen, en daar-



Output management, hoogvolume, inkjet, big data, transactiedocumenten, direct mail, print & mail, klantcontact.



>> Stefan Hunkeler is trots op een geslaagde elfde editie van zijn Innovationdays.

van slechts 30 procent in kleur), terwijl er 23.000 miljard pagina's van conventionele drukpersen komen: "Daar liggen kansen." Om die te grijpen, brengt Canon onder andere de ImageStream-serie uit (continuous feed systemen die dankzij speciale inkt en koppen op vrijwel elke papiersoort kunnen printen), maar introduceert het bijvoorbeeld ook een losblad inkjet-systeem met de VarioPrint i300. Dat 'flexibele kleine broertje van de continuous feed familie' moet een goedkoper alternatief bieden voor zowel vellenoffsetpersen als tonergebaseerde losbladprintsystemen.

HP liet in Luzern haar nieuwe inkjetkoppen-technologie zien. Kodak verhoogde de snelheid van haar zwart-wit inkjetsysteem. Screen demonstreerde haar laatste model (dat eind vorig jaar al in Nederland werd geïnstalleerd bij Nic.Oud in Heerhugowaard), evenals Ricoh (dat het eerste exemplaar ter wereld hiervan bij drukkerij Zalsman in Zwolle installeerde). Hunkeler is bij al die

ontwikkelingen in een vroegtijdig stadium betrokken - vaak al twee of drie jaar voor de officiële introductie - zodat ook de randapparatuur naadloos blijft aansluiten.

Meer aandacht voor data

De volgende editie van de Innovationdays staat voor 2017 in de agenda. Als de internationale grafische vakbeurs Drupa inderdaad per 2016 omschakelt naar een driejaarlijks ritme, overweegt Hunkeler het eigen evenement in 2019 uit te stellen. Zeker is dat de rol van de papierfabrikanten de komende twee jaar belangrijker zal worden nu er steeds meer grafisch werk op inkjetpersen zal worden vervaardigd en de behoefte aan speciaal geschikt papier stijgt. Ook zal er bij de volgende aflevering, meer dan nu, ongetwijfeld veel aandacht zijn voor het ontsluiten, bewerken en verwerken van de (big) data. Want die zijn onmisbaar bij de realisatie van het verwachte printvolume dat straks van al deze inkjetpersen moet rollen. ■

In de volgende editie van VIP komen we terug op het onderwerp big data en output management.

NEDERLANDERS NAAR LUZERN

Vanuit Nederland organiseerde Amstel Graphics een reis naar de Innovationdays. Amstel Graphics is exclusief dealer voor Hunkeler en vertegenwoordigt in ons land onder andere de finishing oplossingen van Horizon. Er vertrokken 25 personen vanaf Schiphol. Het gezelschap bestond uit print en mail bedrijven, grafische afwerkspecialisten en drukkers. In totaal kwamen er meer dan 200 professionals uit Nederland naar het Zwitserse Luzern.

