

Inkjetprinters op zoek naar volume

De Hunkeler Innovationdays waren jarenlang vooral interessant voor de gebruikers van continuous feed printsystemen in de transactionele en Direct Marketing markt. Maar juist nu de inkjettechnologie een revolutie in snelheid, afdrukkwaliteit en prijs per afdruk veroorzaakt, stagneren de printvolumes in deze markten. En dus verschuift de aandacht van het evenement en de exposanten richting andere markten, zoals het printen van boeken.

Het Zwitserse Hunkeler lijkt zich weinig aan te trekken van de economisch barre tijden. Ook vorig jaar werd er tien procent meer omzet genoteerd, net als een jaar eerder en, naar verwachting, opnieuw in 2013. Een kwestie van op tijd kiezen, verklaarde Franz Hunkeler, vader van de huidige CEO Stefan Hunkeler, het succes begin februari. Bij de start van de tiende edi-

vend, meent Franz Hunkeler: 'Nu de grafische industrie een metamorfose ondergaat, keert die markt in een nieuwe vorm weer bij ons terug.' De publishing-markt bijvoorbeeld, nu goed voor bijna een derde van de omzet, biedt perspectieven: boeken natuurlijk, maar bijvoorbeeld ook magazines, booklets en brochures. En kranten. Hunkeler heeft al zo'n 30 systemen

Transactionele en transpromo-markt zijn geen groeimarkt meer

tie van de Innovationdays. 'Wij hebben op tijd ervoor gekozen ons vooral te concentreren op de *continuous feed* printmarkt en veel minder op de grafische markt.'

Perspectieven

Die strategie blijkt een gouden greep: meer dan 80 procent van de omzet komt uit de randapparatuur en (sinds enkele jaren) de software voor *continuous feed* printsystemen. Op dit moment zorgt de markt van transactionele documenten, transpromouitingen en direct mail voor de helft van die omzet, maar de groei is er hier volgens Hunkeler nu duidelijk uit. Andere toepassingen zijn echter veelbelo-

bij krantendrukkers geplaatst, met name in Europa en het Midden-Oosten. Maar de verwachtingen lijken daar op de langere termijn toch niet al te hoog gespannen: de krantenwereld staat zwaar onder druk waardoor de omvang van de markt en de volumes dus wel eens snel kunnen afnemen.

Stand van zaken

Tijdens de Innovationdays nodigt Hunkeler een breed gezelschap van partners uit om de eigen apparatuur te komen demonstreren in combinatie met een of meerdere Hunkeler-modules. Daarmee biedt dit evenement een unieke gelegenheid om de



Outputservices, inkjet, couverteren, transpromo



➤ Franz Hunkeler (links) met zoon Stefan Hunkeler, de huidige CEO van Hunkeler.

stand van zaken in kaart te brengen, want bijna alle grote namen uit de printwereld zijn er bij.

Verrassend was de keuze van HP om een HP Indigo w7250 te laten zien en haar Inkjet Web Press thuis te laten. Twee jaar geleden presenteerde HP hier juist de Web Press T200 in samenwerking met partner Pitney Bowes, die dezelfde machine on-

der de naam IntelliJet 20 op de transactionele markt brengt. De twee stonden ook dit jaar naast elkaar, maar Pitney Bowes koos ditmaal voor een demonstratie van haar Mailstream Wrapper waarmee rollen papier in één doorgang tot complete mailpieces inclusief vensterenvelop worden verwerkt.

Miljarden

Canon, Impika, Kodak, Ricoh, Screen en Xerox toonden wel allemaal hun inkjetsystemen. Xerox onthulde een nieuwe versie van de CiPress. Dit is het inkjetsysteem dat ze hier twee jaar geleden voor het eerst toonde en waarvan, naar eigen zeggen, nu in vijf Europese landen een of meer exemplaren zijn geïnstalleerd. De nieuwe CiPress SED is een compacte 'single engine duplex' machine die een smalle papierbaan tweemaal langs dezelfde printmodule leidt en zo tweezijdig bedrukt. Kodak greep de gelegenheid aan om een verdere uitbreiding van haar Prosper-platform aan te kondigen met de 5000XLi en maakte bovendien bekend dat inmiddels al 30 miljard pagina's van de verschillende Prosper-persen zijn gerold. Ricoh overtrof dat getal nog door reeds 35 miljard afdrucken op haar InfoPrint-platform te claimen en liet daarbij voor het eerst in Europa een nieuwe infrarood droging op haar InfoPrint 5000 zien.

Boeken printen

Twee jaar geleden viel tijdens de Hunkeler Innovationdays al op hoe snel de inkjettechnologie de plaats had ingenomen van toner-technologie. Dit jaar draaide het vooral om de zoektocht van inkjet naar nieuwe printvolumes. Op de beursvloer werd het eerste resultaat daarvan zicht-

TWEEDE LUSTRUM VOOR HUNKELER INNOVATIONDAYS

Hunkeler vierde vorig jaar haar 90-jarig bestaan. Het Zwitserse familiebedrijf, dat sinds 2011 in Nederland wordt vertegenwoordigd door handelshuis Amstel Graphics, heeft zich gespecialiseerd in alles wat zich afspeelt voor, tijdens en na het rotatief printen. Oorspronkelijk actief in de grafische industrie, introduceerde het in 1982 al een eerste versie van haar 'Printer Online Paper Processing' (POPP) systeem voor de digitale continueus feed printmarkt van (onder andere) transactionele documenten en sindsdien is die markt steeds belangrijker geworden voor Hunkeler.

Het 'Open Huis' dat Hunkeler in 1994 voor het eerst organiseerde, is uitgegroeid tot het tweemaaljaarlijks 'Innovationdays'-evenement dat tijdens de tiende editie in februari van dit jaar geen vier maar vijf dagen duurde en ruim 5.000 internationale bezoekers trok. Jan Ceelen van Amstel Graphics is enthousiast over de kansen met Hunkeler in Nederland: 'We lopen hier toch altijd voorop in technologische ontwikkelingen, dus Nederland is zeker rijp voor Hunkeler. We hebben inmiddels al een aantal modules geplaatst en ik zie nog meer mogelijkheden.'



Partners presenteren eigen oplossingen in combinatie met een of meerdere Hunkeler-modules.



Impressie van de Hunkeler Innovations Days 2013 beursvloer in Luzern.



Franz Hunkeler: 'Op tijd kiezen'.

Na de transactionele markt is de boekenmarkt een logisch vervolg



Ook HP zet zwaar in op de boekenmarkt.

De nieuwe Hunkeler POPP8 Unwinder haalt een topsnelheid van 305 meter per minuut.



Kern-Data toonde haar nieuwste inserter, die later dit jaar op de markt komt.

XEROX NEEMT IMPIKA OVER

Tijdens de Innovationdays stonden ze al naast elkaar opgesteld en nog geen twee weken later werd de overname van het Franse inkjet-bedrijf Impika door Xerox bekend gemaakt. Al sinds de vorige aflevering van de Innovationdays, in 2011, trad Xerox in Europa op als verkoopkanaal voor Impika's inkjet printers. Ook in Nederland werden enkele Impika systemen geplaatst bij Rabobank, Addcomm en Pondres. Xerox eigen CiPress-inkjetprinters maken gebruik van waterloze solid-ink technologie. Dankzij de Impika-overname beschikt Xerox nu toch ook over watergedragen inkjettechnologie: 'Impika heeft met haar innovatieve aanpak voor geavanceerd inkjet-productieprinten laten zien dat het een waardevolle aanvulling is op de technologie van Xerox.'



>> Het Franse Impika werd kort na het evenement in Zwitserland overgenomen door Xerox.

baar: op de ruim dertig opgestelde complete printstraten werd vooral de digitale boekdrukkunst gedemonstreerd. Die is anno 2013 duidelijk klaar voor de verovering van dit nog grotendeels conventionele grafische marktsegment. De belangrijkste vraag voor de fabrikanten lijkt te zijn: welke markt volgt hierna?

Ook Hunkeler probeert antwoord te geven op die vraag. De randapparatuur moet immers op tijd inspelen op zowel de technische mogelijkheden van nieuwste printsystemen als op de eisen die specifieke markten of producten stellen. En Hunkeler heeft natuurlijk ook wel ideeën over waar het straks naar toe gaat. Dat mag bijvoorbeeld worden afgeleid uit de nieuwe POPP8-apparatuur die tijdens de Innovationdays een wereldpremière beleefde. De *unwinder* en de *rewinder* in deze serie komen pas eind dit jaar op de markt, maar de specificaties maken duidelijk in welke richting we mogen denken: een topsnelheid van liefst 305 meter per minuut (dat halen op dit moment alleen de allersnelste full colour inkjet printers), bij een maximaal gewicht van de papierrol van 1.500 kg (nu is dat nog 800 kg) en een gramgewicht van het papier tot wel 450 g/m². Daarmee lijkt de mogelijkheid om bijvoorbeeld ook verpakkingen op *continuous feed* printers te drukken binnen handbereik te komen.

Kansen

De Innovationdays 2013 werden omlijst met verschillende themabijeenkomsten. Daarbij ging de meeste aandacht uit naar het Digital Book Printing Forum. Onderzoek door Interquest bevestigde daar nog eens de bekende trends in de krimpende boekenindustrie maar concludeerde bovendien dat op dit moment nog maar 5 procent van alle boeken digitaal wordt geprint: 'Daar liggen dus toch nog enorme kansen.'

Transactie-documenten verdwijnen naar digitale kanalen

Dat hadden de deelnemers aan het leverancierspanel natuurlijk allang begrepen, zoals Erwin Busselot namens Kodak uitlegde: 'We spreken niet voor niets over 'hoogvolume inkjet'. We mikken op grote printvolumes. Nadat inkjet eerst vooral in de transactionele markt is toegepast, was de boekenmarkt voor ons een logisch vervolg: een markt met grote volumes en weinig spelers, die bovendien flink onder druk staan om te veranderen.' Andy Fetherman van Müller Martini vulde aan: 'Boeken zijn het laaghangende fruit dat je als eerste plukt. De volgende grote stap die we moeten nemen is die richting commercieel drukwerk, naar magazines en bijvoorbeeld catalogi. Dat vergt veel van zowel de printsystemen als de afwerkmogelijkheden, maar dat zijn zeer grote grafische markten die we nog kunnen veroveren.'

Focus of verbreden?

Over twee jaar staat opnieuw een vijfdaagse aflevering van de Innovationdays op de agenda. Mogelijk bestrijkt het evenement dan zelfs een dubbel zo groot vloeroppervlak. Toch is het nog maar de vraag hoeveel ruimte er dan gereserveerd zal zijn voor de meer klassieke toepassingen, zoals het printen en verwerken van transactionele documenten of direct mail. Deze kanteneming moet je plaatsen ondanks alle in-

novaties die partijen als Kern-Data, Böwe Systec, Kern en Pitney Bowes ook dit jaar wel degelijk lieten zien op bijvoorbeeld het gebied van couverteren.

Veelzeggend in dit verband was wellicht de opmerking van Innovationdays-debutant KBA. Deze Duitse offsetpersenbouwer demonstreerde haar in eigen huis ontwikkelde inkjetpers RotaJet in Luzern. Er rolden, bij een snelheid van 150 meter per minuut, full colour kranten- en boekkaternen van de pers. De markt van transactionele en transpromo-documenten zal KBA bewust links laten liggen: 'Die verdwijnt richting elektronische documenten.'

Hunkeler houdt nadrukkelijk een slag om de arm als het gaat om de invulling van het evenement in 2015. Het gaat eerst overleggen met haar partners over de toekomstplannen. Eigenlijk wil de organisatie niet te veel groeien om vooral focus te behouden, zowel voor de bezoekers als de exposanten. Tegelijkertijd moet ze met de veranderende markt meebewegen en wil ze de mogelijke ontwikkelingen in nieuwe marktsegmenten natuurlijk niet missen. Maar wat kunnen de Innovationdays straks bieden aan de grote groep bezoekers die nu bijvoorbeeld voornamelijk transactionele documenten of direct mail produceert, als de leveranciers hun aandacht en innovaties met name lijken te willen richten op volumes in andere markten? Het evenement zal vooral ook op die vraag een antwoord moeten vinden. ■