



Auf kommende Märkte vorbereitet

Zielgröße Transpromo-Druck: Erste europäische Installation eines Kodak Versamark DS9050 Drucksystems mit Matti-Chassis bei VPrint

Roby van Daele übernahm vor zwölf Jahren die Leitung von VPrint und hat das Unternehmen seitdem von einer durchschnittlichen Druckerei zu einem führenden Dienstleister im Bereich personalisierter Direktmailings für renommierte Kosmetik- und Versandhandelsmarken entwickelt. VPrint begann als lokales Druckhaus, das hauptsächlich für Versandhäuser im grenznahen Gebiet produzierte. Seit Roby van Daele das Ruder übernahm, hat sich bei VPrint alles grundlegend verändert. Die Betriebsfläche wuchs von 11.000 m² auf 40.000 m² mit Platz für weitere Expansion beziehungsweise die Verdoppelung der Unternehmensgröße. Derzeit sind bei VPrint 150 Mitarbeiter beschäftigt – doppelt so viele wie vor zwölf Jahren. Und der Jahresumsatz von etwa 8 bis 10 Mio. € hat sich auf 25 Mio. € fast verdreifacht.

VPrint hat das Ziel erreicht, zu einem führenden Dienstleister in dieser Marktnische zu werden (aktuell hat das Unternehmen rund zehn Mitbewerber in Europa). Roby van Daele verfolgt mit seinem Managementteam eine Philosophie des Investierens und Reinvestierens, um in dem Bereich, auf den sich das Unternehmen spezialisiert hat, immer auf dem neuesten Stand zu bleiben.

Dem entsprechend vertraue VPrint beim Datendruck und der Personalisierung von Direktmailings auf Kodak. Als Familienunternehmen könne VPrint nicht nur sehr schnell auf Veränderungen der Marktnachfrage reagieren und seinen Kunden die gewünschte Flexibilität bieten, sondern auch bei anstehenden Investitionen sofort die nötigen Entscheidungen treffen, so van Daele. Im Lauf der Jahre hat das Unternehmen sehr enge Geschäftsbeziehungen zu seinen Kunden aufgebaut. Gemäß deren Anforderungen passt VPrint seine Produktionstechnik und sein Know-how an, um die bestmögliche Lösung bieten zu können.

Millionenauflagen in 24 Stunden

Vor zwölf Jahren verfügte VPrint über eine Rotationsdruckmaschine und zwei mit vier Inline-Druckköpfen von Kodak ausgestattete Verarbeitungslinien für das Falzen, Etikettieren, Gummieren und Personalisieren der Direktwerbesendungen. Heute werden mit französischen Auftraggebern zwei Drittel des Umsatzes erwirtschaftet, drei Viertel davon entfallen auf Aufträge von Versandhandelsunternehmen. Auf vier Rotationsdruckmaschinen und insgesamt 15 Finishing-Linien stellt VPrint täglich 3 bis 4 Millionen kom-

Die Druckerei VPrint hat sich auf Dienstleistungen für Handelsunternehmen spezialisiert. VPrint besteht seit mehr als 70 Jahren, ist im belgischen Mouscron nahe der Grenze zu Frankreich ansässig und hat Vertriebsbüros in ganz Europa. Das in seinem Marktsegment führende Unternehmen entschied sich erneut für Digitaldrucktechnik von Kodak, um neue Märkte zu entwickeln.





Mehrere Mailing-Produktionslinien bei VPrint sind mit Inkjet-Drucktechnologie von Kodak ausgestattet.



Das Matti-Transportsystem, auf dem die Kodak-Versamark-Druckköpfe für vollfarbigen Druck installiert sind.

plett personalisierte und qualitativ hochwertige Produkte her – üblicherweise mit einer Durchlaufzeit von maximal 24 Stunden.

VPrint hat seine Weiterverarbeitungslinien mit Unterstützung lokaler Maschinenbauingenieure entsprechend den Anforderungen der Kunden selbst entwickelt und angepasst. Sie bieten scheinbar endlose Möglichkeiten für das Falzen, Auftragen von Leim oder Rubbelfarben, Einstecken, Perforieren, Gummieren, Wenden und so weiter. Selbstverständlich ist auch die Personalisierung an verschiedenen Punkten des Verarbeitungsprozesses möglich.

Die Inkjet-Personalisierung erfolgte bisher mit 45 Drucksystemen der Kodak Versamark D-Serie mit 4 Zoll (101 mm) Druckbreite und 16 Drucksystemen derselben Serie mit 9 Zoll (229 mm) Druckbreite, die in den verschiedenen Weiterverarbeitungslinien eingebaut sind. Bei VPrint besteht damit eine der größten Installationen von Versamark-Druckköpfen in Europa.

Bei der jüngsten Erweiterung der Digitaldrucktechnologie handelt es sich um die erste Installation ihrer Art in Europa. 16 Versamark-Druckköpfe mit 9 Zoll Breite für den vollfarbigen Druck wurden auf einem eigens entwickelten Transportsystem der Matti Technology AG instal-

liert. Die Anlage für Rolle-Rolle-Produktion kann vorder- und rückseitig jeweils zwei Seiten nebeneinander vierfarbig drucken.

Der Druckturm des Offline-Systems ist mit einem Versamark DS9050 Drucksystem ausgestattet, das mit DH90 Druckköpfen bestückt ist und mit einer maximalen Geschwindigkeit von 152 m/min druckt.

VPrint setzt auf Farbe und Personalisierung

In der neuen Investition kommt das Vertrauen zum Ausdruck, das Roby van Daele in die Personalisierung in Farbe sowie in die Kodak-Technologie setzt. »Ich bin überzeugt, dass wir in der Lage sein müssen, extrem große Volumina vollfarbig personalisierter Mailings zu produzieren, wenn wir in diesem Markt wirklich eine führende Position halten wollen. Die einzige Technologie, die dies gegenwärtig kann und verfügbar ist, ist die Inkjet-Technologie. Ich bin mir bewusst, dass diese jüngste Investition für unser Unternehmen ein Risiko darstellt, doch ich betrachte es als ein wohlüberlegtes, kalkuliertes Risiko, das sich in den nächsten zwei bis drei Jahren bezahlt machen wird. Kunden brauchen Zeit, sich an die Idee zu gewöhnen, das vollfarbig zu drucken, was bisher nur schwarzweiß war.«

Wäre VPrint auf dem Stand von vor drei Jahren geblieben, würden heute nur noch 60% des Umsatzes erzielt, führt van Daele weiter aus. »Wir können das neue Kodak-System für den Schwarzweiß- und Farbdruck verwenden. Während wir den Farbbereich aufbauen, werden wir mit diesen hoch entwickelten Druckköpfen auch für den Schwarzweißmarkt produzieren. Für einige Kunden haben wir schon Tests mit Farbprodukten durchgeführt. Sie waren mit den Ergebnissen sehr zufrieden.« Roby van Daele ist überzeugt, dass seine Kunden auf den Transpromarkt zusteuern. Dabei wird VPrint von Kodak beraten und unterstützt. Die Effizienz und Vorteile, die die neue Technologie für das Geschäft mit dem Versandhandel bringt, sind nach Einschätzung von Roby van Daele auch für Business-to-Consumer-Kunden interessant, so dass er in den kommenden Monaten in diesen Bereich zu expandieren will: »Wir wissen, dass personalisierte Mailings auf den Endkunden eine bessere Wirkung haben als beispielsweise TV-Spots oder andere Werbemaßnahmen. Die jüngsten Fortschritte bei den Farbdruckköpfen von Kodak, mit denen sich personalisierte Materialien in Farbe drucken lassen, eröffnen uns einen

völlig neuen Zielmarkt. Ich bin begeistert von den neuen Möglichkeiten, die uns die Investition bringt«, stellt Roby van Daele abschließend fest.

Keine Fehldrucke und Irrläufer

VPrint verfügt unter dem eigenen Dach über Know-how und technische Ressourcen für Analyse, Management und Verarbeitung von Daten sowie über die nötigen Kontroll- und Produktionsprozesse zur Herstellung anspruchsvoller Mailingprodukte. Wenn beispielsweise ein Direktmailing produziert wird, das an zwei Millionen Adressen gehen soll, muss sicher sein, dass alle Adressen korrekt und vollständig sind, damit es keine Fehldrucke und Irrläufer gibt. Außerdem müssen die Adressbestände postalischen Vorschriften entsprechen. Deshalb hat VPrint eine Abteilung, in der die Datenbanken der Kunden überprüft und nötigenfalls bereinigt werden, damit der gesamte Prozess so reibungslos wie möglich abläuft.

- www.kodak.com
- www.graphics.kodak.com