

## De største formater

Storformat giver en række muligheder, men det giver også en række udfordringer. For ReklameTryk blev et besøg på DRUPA afgørende, og nu udgør storformat efter bare et år 10 pct. af omsætningen. Og om fem år forventer Richard Lodahl, at andelen hedder 50 pct. - oven i købet med en uændret omsætning på offset.

I testen kigger vi denne gang på en Mimaki JFX500 - 2131 for dem, der vil printe rigtig stort på tykke materialer.

Læs mere på de følgende sider.

# Storformat åbner en verden af muligheder

Richard Lodahl fra ReklameTryk i Sunds ved Herning udtalte i det seneste nummer af Aftryk, at han synes, Danmark er et grafisk uland, hvis man sammenligner udviklingen med de omkringliggende lande. En slet skjult kritik af kollegaerne, men det var også ment som en kærlig opsang.



Alle materialer med alskens effekter. I hænderne har Richard Lodahl et udstillingsskilt med bogstaverne fræsset ned i træpladen og derefter påtrykt i bunden på storformatprinteren.

– Vi har brug for en innovativ og investeringslysten dansk grafisk branche, hvis vi ikke helt skal forsvinde fra landkortet, siger Richard Lodahl: – ikke mindst ud fra et helt egoistisk synspunkt. Bliver vi for få virksomheder, indskrænkes leverandørantalet også, og så får vi vanskeligere adgang til fx materialer og service, og så vænner kunderne sig til udenlandske leverandører.

ReklameTryk er altid på udkig efter nye ideer. Bl.a. derfor rejser de ofte ud og ser, hvad der sker på messer og udstillinger. På sidste DRUPA, hvor hele virksomheden var afsted, så Richard Lodahl på storformatprintere, men det var først i december 2012, at det rigtig tog fart. Lige før jul inviterede Agfa til en præsentation af en ny storformatprinter i Belgien. Richard Lodahl tog derned og kom hjem med en af de største storformatprintere til både ark og rulle, nemlig en JETI 3020 Titan, en hybridprinter, der både kan trykke fra rulle og på faste materialer i op til to x tre meter. På vej hjem i flyveren gik det op for Richard Lodahl at for at få fuldt udbytte af den investering, var det nødvendigt med efterbehandlingsudstyr til behandling af de store formater. Her faldt valget på et ESKO Kongsberg XP44-skærebord med alt, hvad det kunne trække af ekstra

faciliteter. En beslutning der tredoblede investeringen i printeren.

– Man skal i hvert fald ikke gå ned på udstyr, siger Richard Lodahl med et begejstret smil.

#### Uendeligt mange muligheder

Selvom ReklameTryk havde en ide om, hvilke opgaver de skulle løse med denne nye teknologi, så havde de reelt set ingen kunder, da udstyret blev købt. Det, der havde fascineret Richard Lodahl, var, at man kunne trykke på så mange forskellige ting i en hidtil uset kvalitet og faktisk kunne levere opgaver fra time til time.

– Jeg forestillede mig, at vi skulle trykke bannere på selvklæbere og lærred samt skilte på flamingo og i aluminium, siger Richard Lodahl.

– Virkeligheden er blevet en lidt anden. Vi laver utroligt meget i træ: Skilte, vægbeklædning, puslespil, gulvbelægning, små legehuse osv. Det er især små og mellemstore butikskæder, som vi kan tilbyde unikke løsninger. I stedet for at dække butiksvinduerne med brunt papir før butiksåbningen kan vi trykke streamere, der mere professionelt viser, hvad der kommer til at ske, vi kan trykke udskiftelig vægbeklædning, døre, bordplader, måtter i vinyl, og omtrent alle >



## ”Vi har brug for en innovativ og investeringslysten grafisk branche”

RICHARD LODAHL, REKLAMETRYK



Nordea 

## Får I nok ud af jeres firmapension?

Vil I også have merværdi for lønkronerne ved at flytte til en stor rammeordning og samtidig få skræddersyet pensionsordningen til den enkelte medarbejders behov?

**Så ring til Nordea Liv & Pension på 70 33 99 99** og hør om din virksomheds muligheder hos os.

Firmapension

slags POS- og display-materiale til både indendørs og udendørs brug. I øjeblikket ser det ud til, at vi skal lave en masse i Falcon Board og Ree-Board (meget kraftigt pap). Vi har allerede lavet en del møbler, og det tror jeg, der kommer meget mere af.

**Butikskæderne kan vi tilbyde meget**

Det marked, som ReklameTryk har haft særligt held med at opdyrke, er som nævnt de små og mellemstore butikskæder. De udmærker sig ved at have behov for mange forskellige produkter, som de hidtil har måttet købe mange forskellige steder. Udover at de nu kan koncentrere deres indkøb et sted, så kan de nu også få ting, som de ikke før havde forestillet sig. Det kunne være inventar fremstillet til forskellige kampagner, postkasser i træ eller pap til konkurrencebesvarelser, spejle med tryk på og meget mere.

– Det gode ved det er, at vi sammen udvikler, ikke bare produkter, men også en stærkere relation til hinanden. Der skabes simpelthen loyalitet, siger Richard Lodahl.

**Logistik er nøglen til succes**

Selvom storformat har åbnet for en masse muligheder, så ligger nøgle til succesen i logistikken. Både internt i at få produceret på den mest hensigtsmæssige måde, men i særdeleshed også ved at tilbyde kunden løsninger, der gør det nemt at bruge varen. I butikskædesammenhængen handler det fx om at pakke og levere kampagnemateriale på de rigtige adresser til den rigtige tid på en måde, så det er lige til at gå til. Et andet godt eksempel var en opgave, hvor man skulle nummerere samtlige stikkontakter til Herning Kommunes kontorer pga. nogle nye el-regulativer.

– Det svære i den opgave var ikke at trykke på kontakterne med variable data, men at kunne trykke og pakke kontakterne lokalevis, så elektrikerne ikke skulle bruge hele dagen på at sortere dem. Logistik, logistik, logistik, siger Richard Lodahl, – det er det, det hele handler om!

**Emballageproduktion er interessant**

ReklameTryk har også ”leget lidt” med emballageproduktion.

– For det tror jeg, der kommer meget mere af i de kommende år. Især fordi vi har så godt fat i butikskæderne, så vil behovet for at kunne lave forskellige private labels, kampagnæsker m.m. vokse. Med ESKO Kongsberg-bordet er vi i stand til både at skære og false, og så tager det ingen tid at lave prøver og ingen tid at lave små oplag til de mindre butikskæder. Til gengæld vil vi holde os



Det kræver meget plads at have så store maskiner i produktionen.



ReklameTryk har løst en del mindre emballageopgaver, men de forventer, det vil stige betragteligt.



Hver sælger er udstyret med en mappe, som indeholder prøver trykt på bl.a. træ, aluminium og spejlglas.

langt fra de større serier. Vi har fået det tilbudt, men kan se, at det vil lægge os ned arbejdsmæssigt, uden at vi får den nødvendige rentabilitet i det. Små serier er nøglen, og fremtiden er lys for dem, der kan håndtere det.

Begrænsningen her er, at vi ikke kan trykke specialfarver, som ofte er ønsket på emballager. Printerne kan kun håndtere CMYK og hvid. Men det kommer der en løsning på, lyder det fra Richard Lodahl.

**En overraskende omsætning**

Som nævnt var der ingen opgaver og ingen kunder, da udstyret blev købt. Derfor er det lidt af en overraskelse - ikke mindst for Richard Lodahl selv - at storformatprint allerede efter første år står for ti pct. af omsætningen:

– Vi vidste ingenting for et år siden, men vi har udviklet vores kompetencer løbende, ikke mindst ved bare at kaste os over alle mulige opgaver med et åbent sind. Så med den indsigt vi har nu, og det potentiale vi kan se hos kunderne, så tror jeg, at storformatprint vil stå for halvdelen af vores omsætning om fem år samtidig med, at vi holder en stabil omsætning på offset i et ellers dalende marked.

**Udviklingen fortsætter**

Det er ikke slut med udviklingen og investeringerne. Om kort tid lanceres en ny hjemmeside med webshop, som er udviklet i samarbejde med Dansk Data Service. Det vigtige her er integrationen til vores administrative systemer, så prisberegning, produktionstilrettelægning og fakturering sker helt automatisk. Det er de mindre standardopgaver, som kunderne bestiller på nettet. Her er avancen sjældent stor, så omkostningerne skal være derefter.

Derudover er der bestilt en helt ny ottefarve Komori GL40 til afløsning for de to nuværende maskiner. Det kommer til at køre med HUV-farver (super hurtigtørrende farver), der ifølge Richard Lodahl er i en hidtil uset kvalitet. Den er også bestilt med alt, hvad der er af ekstra features i form af automatisk pladeskift, registerkontrol, densitykontrol etc. På grund af automatikken har den en ekstremt kort indkøringstid og kan derfor være rentabel på små oplag. Og så kan den naturligvis køre Pantonefarver, så kartonbaseret emballage kan trykkes her i små oplag og så efterbehandles på ESKO Kongsberg-bordet. En verden af muligheder åbner sig for ReklameTryk og Richard Lodahl. ☺