

Give Grafisk tør at begive sig ind på det digitale trykmarked



Canon hjælper Give Grafisk

Virksomhedens navn:	Give Grafisk A/S
Virksomhedens størrelse:	15 medarbejdere i Give og Nørre Snede.
Branche:	Trykkerivirksomhed.
Udfordring:	Med finanskrisen og vigende trykplag besluttede Give Grafisk at satse stort på digital tryk.
Canon-produkter:	Canon imagePRESS C6000, Canon imagePRESS C6010, Canon imagePRESS C1, PrintShop Mail og Direct Smile.
Implementeringsdato:	2009/2010

Under finanskrisen, hvor mange andre grafiske virksomheder gik i flyverskjul, havde Give Grafisk modet til at begive sig ind på det digitale trykmarked. Derfor står virksomheden i dag fantastisk stærkt rustet til fremtidens udfordringer fra både marked og kunder.

Allerede i 1999 valgte man at nedlægge offset-trykkeriet hos Give Grafisk, der, som en del af Vejle Amts Folkeblad blev etableret for 77 år siden. Men for direktør Ole Weilstrup ligger den digitale revolution i den grafiske branche og ulmer, og han har tænkt sig at bære ved til bålet. Derfor udarbejder Give Grafisk - der i 2002 hed Give Bogtryk - en strategi for virksomhedens indtrængen på denne del af markedet. En strategi, hvori Canon i dag indtager en fremtrædende rolle med leverancer af både software og hardware i den helt tunge klasse.

Som en del af avisen har vi i forvejen kunderne inde i huset, og vi kan lige så godt udnytte denne synergieffekt. Derfor besluttede vi os for at satse stort på digital tryk, indleder Ole Weilstrup, Give Grafisk A/S.

Satser "hele butikken"

I 2008 var erfaringerne med mindre digitale trykmaskiner så gode at Give Grafisk med Ole Weilstrups egen ord besluttede af "satse hele butikken". En licitation med fire forskellige leverandører blev kørt i stilling - en licitation, der skal dække koncernens behov for tryksager - en koncern, som blandt andet har aktiviteter i form af trykkeri, aviser og radio hos Vejle Amts Folkeblad.

Vi har gennem mange år haft en meget positiv relation til Canon, hvor vi i forvejen blandt andet havde købt storformatprintere. Vi indgik derfor en koncernaftale, og fik vores første store maskine, fortæller Ole Weilstrup.

Faktisk fik Give Grafisk leveret den allerførste danske og europæiske Canon imagePRESS C6000-maskine med tre skær til produktion af avancerede tryksager.

“Det blev en kæmpesucces, ikke mindst fordi Canon-maskinen er modulopbygget, hvorfor vi løbende kan konfigurere maskinen efter den aktuelle opgave.”

Ejner Bork-Jensen.

Det blev en kæmpesucces, ikke mindst fordi Canon-maskinen er modulopbygget, hvorfor vi løbende kan konfigurere maskinen efter den aktuelle opgave. Udvides vores behov kan vi altid sætte endnu et modul på maskinen, uden at skulle købe en helt ny digital trykmaskine. Faktisk gik der ikke ret lang tid før vi installerede et limbindingsmodul, uddyber produktionschef Ejner Bork-Jensen, Give Grafisk A/S.



Ny maskine førte til helt nye lokaler

Med sin nyindkøbte imagePRESS C6000 på plads fik Give Grafisk meget hurtigt rigtig godt gang i forretningen. Faktisk så godt gang, at virksomheden midt under finanskrisen besluttede sig for at anskaffe endnu en af Canons store produktionsmaskiner - en imagePRESS C6010. Faktisk blev det nødvendigt først at anskaffe “lillebror” C1, fordi ordretilgangen blot gik én vej: op. I dag producerer de to produktionsmaskiner tilsammen over 2 millioner tryk per år.

“Problemet” var at vores kunder meget hurtigt blev tilvænnet den høje kvalitet fra imagePRESS C6000, og derfor måtte vi have endnu en maskine med samme høje kvalitetsniveau. Da krisen kommer går folk væk fra de store oplag, og der opstod

et marked for mindre oplag. Det er netop styrken ved digitale trykmaskiner, og derfor bestilte vi en imagePRESS C6010 i foråret 2010, siger Ole Weilstrup.

Krisen har hjulpet os, netop fordi kunderne ikke længe købte de store oplag hos offsettrykkerierne. Skal vores kunder bruge 200 brochurer får de præcis 200 brochurer, og skal de bruge 10 bøger får de 10 bøger. Vi er ekstremt fleksible, og da tingene ligger lagret på vores server kan vi starte et nyt job op øjeblikkeligt, uddyber Ejner Bork-Jensen.

Problemet var bare at der umuligt kunne presses endnu en så stor digital trykmaskine ind i Give Grafisks daværende lokaler, og det blev derfor besluttet at flytte ind i helt nye lokaler, der blev specielt indrettet til at rumme de to meget store maskiner. Faktisk har lokalerne tidligere huset en bank, hvis kæmpemæssige og fantastisk sikre underjordiske boksanlæg i dag huser virksomhedens servere.

Canon var med til at rådgive om printerrummets indretning, og rummet er simpelthen bygget op omkring de to Canon-maskiner. Maskinerne er næsten ens - den ene kører med limindbinding, den anden med stacker - men begge er forsynet med treskær. Vores største problem lige nu er at vi får flere ordrer end vi kan nå at producere, fastslår Ole Weilstrup, og tilføjer at virksomhedens gode relationer til Canon blandt andet skyldes at det ikke kun er teknikere man møder; sælgerne dukker også op en gang imellem. Ikke for at sælge men for at høre, hvordan det går.

Det gode ved Canon er at det er de samme medarbejdere vi møder og har kontakt med. Det er vi glade for, tilføjer Ole Weilstrup.

Personaliseret digitaltryk er vejen frem

En stor del af Give Grafisks produktion er medlemsmagasiner, der ikke alene trykkes med et omslag i meget kraftig kvalitet, men tillige påføres modtagerens navn og adresse i selve trykprocessen. Denne del af opgaven løses ved hjælp af programmet PrintShop Mail fra Canon.

Tryk med variable data rummer mange fordele. Her skal vi ikke påtrykke navn og adresse med en blækprinter bagefter, de flettes ganske enkelt ind i datastrømmen. Det er blandt andet derfor vi har så stor succes med at trykke medlemsmagasiner. Men også nummerering af fx billetter og fakturaer er en oplagt mulighed for digital tryk med variable data, siger Ejner Bork-Jensen.

Direct Smile bringer smilet frem

En anden ny og meget populær trykmulighed skabes ved hjælp af programmet Direct Smile. Programmet gør det fx muligt at trykke tekst - typisk overskrifter eller navne ved invitationer - med blomster, småkager eller andre former for udsmykning, hvor selve billedet ændres fra tryk til tryk.

I stedet for at stile fx en kampagnebrochure til “salgschefen” kan vi nu trykke vedkommendes navn gennem hele brochuren, og flette en lang række andre personlige data ind i hver enkelt tryksag. I forbindelse med invitationen til åbning af vores nye lokaler fik vi Smile Direct til at skrive modtagerens navn med en finger i sneen på en bilrude, og alle var meget imponerede og nysgerrige efter at få at vide hvordan vi havde lavet det: Vi havde naturligvis været ude at skrive på samtlige bilruder i Give, slutter Ole Weilstrup med et lunt smil.