

In Amsterdam is onlangs de grootste vellenpers van Nederland in productie gegaan. Hierdoor hoeft voor het drukken van grootformaat outdoor-werk niet meer te worden uitgeweken naar onze buurlanden. Met het drukken van de eerste abri's voor goede doel-organisatie Dance4Life is Muller Visual nog meer naar buiten getreden.

ARTHUR LUBBERS

Dance4Life heeft de afgelopen tijd landelijke bekendheid gekregen met haar grootschalige acties voor het bestrijden van aids en hiv-besmetting. De nieuwe organisatie moet het hebben van sponsoring om de benodigde middelen en media-aandacht te krijgen. Niet alleen mag Dance4Life rekenen op medewerking van jongereniconen als DJ Tiësto en tv-persoonlijkheid Bridget, ook krijgt het onder meer ondersteuning van bekende mediapartners als MSN, Radio 538, VARA, Endemol en ochtendkrant Spits.

Wessel van Eeden – zelf afkomstig van dance-organisator ID&T – maakt net als collega-medewerkers gebruik van zijn netwerk om bedrijven en organisaties mee te krijgen. 'Men is wel begaan. Zeker als je met feiten komt die duidelijk maken hoe erg aids is.' Zo heeft Dance4Life gerenommeerde reclamebureaus als Saatchi & Saatchi en FHV/BBDO als partner voor zich weten te winnen en voor de productie van reclame-uitingen wordt onder meer samengewerkt met grote partijen als Kobalt Media Service.

Daarnaast heeft Van Eeden 'oude bekende' Frits Häcker van de Amsterdamse drukkerij Muller Visual benaderd. 'Wessel heeft ons wel geïnspireerd met zijn enthousiasme.' Muller Visual is dan ook direct in het project gestapt en heeft duizenden posters en abri's gedrukt voor Dance4Life. Voor dit soort grootformaat drukwerk

beschikt het bedrijf sinds kort over de grootste vellenpers van Nederland: de MAN Roland 900 XXL. Deze vierkleuren offsetpers draait met vellen met een afmeting van 130 x 185 cm. Met dit vel-formaat is het op deze superjumbo zelfs mogelijk abri's (formaat van 118,50 x 175 cm) in één keer te drukken. Nadat met een order voor Warchild in het najaar de spits werd afgebeten op de nieuwe pers, was Dance4Life één van de eerste organisaties die het grote werk bij Muller onderbracht.

Prominent in beeld

Om als jonge organisatie aan de weg te kunnen timmeren heeft Dance4Life in korte tijd een grote naamsbekendheid moeten opbouwen. Hiervoor is een generieke campagne opgezet, waarbij een serie (instore) A0-posters in drie versies, elk in een oplage van 1.500 stuks, zijn verspreid op scholen ter ondersteuning van een Dance4Life-scholenprogramma. Ook via het Boomerang-netwerk en in de Free Record Shop-winkels kwamen jongeren Dance4Life tegen. De posters hingen bovendien twee weken lang op alle stations en op willekeurige plekken in steden door het hele land.

Ook is gebruik gemaakt van buiten-

reclamemedia. Niet alleen is met medewerking van billboard-specialist Hillenaar op de zuil bij de Coentunnel en langs de A15 een reusachtige Dance4Life-billboard prominent in beeld geweest, ook hebben duizenden abri's overal in Nederland gehangen. Van de abri's – zijn ook drie versies gedrukt, elk in een oplage van 3.500 stuks. Viacom – naast JC Decaux en Wall een van de grootste aanbieders van abri- en billboard-locaties – is een van de mediapartners van Dance4Life. Met medewerking van dit buitenreclamebedrijf pronkten de abri's in bushokjes en op andere opvallende locaties in steden en dorpen.

Muller Visual heeft de posters en abri's gedrukt. Van Eeden is met name tevreden over de service en steun van de drukkerij. 'Frits (Häcker) komt ook bij het reclamebureau (Saatchi & Saatchi) om de laatste details door te nemen', vertelt Van Eeden. Dat geeft meewarde. 'Leveranciers kunnen ook zeggen 'wees blij dat ik korting geef' en dat is het.'

Kennis en ervaring met outdoor-drukwerk helpt bij het adviseren van de klant, legt Häcker uit. 'Zo moet je bijvoorbeeld wel weten dat de buitenreclame-jongens 30% overlevering willen.' MullerVisual heeft in de loop der jaren

Frits Häcker (l) van Muller Visual en Wessel van Eeden (Dance4Life), de organisatie die in korte tijd een grote naamsbekendheid opbouwde.

Muller Visual drukt grote werk Dance4Life

Eerste abri-pers

in het A0-formaat al de nodige ervaring opgebouwd met het outdoor-werk. Dat is nodig, want bij het drukken van buitenreclame-uitingen gelden andere eisen. 'Bij billboards – die bestand moeten zijn tegen natmaken en opplakken – kan je geen gesatineerd mc-papierje gebruiken. Daarvoor moeten we als papiersoort bijvoorbeeld chantage blauw nemen.'

Ook voor abri's geldt een aangepaste druktechniek. Omdat abri's in lichtbakken komen te hangen en dus van achteren worden verlicht, is het nodig om ook de achterzijde van een vel te bedrukken. Dit tegendrukken gebeurt in offset omdat anders het papier doorschijnt en de kleuren niet krachtig en helder genoeg zijn. Häcker: 'Hoeveel kleuren je moet tegendrukken is afhankelijk van het beeld. Normaal gesproken is twee kleuren

tegendrukken genoeg.' Ook de circa 9.000 abri's die voor Dance4Life op de nieuwe Roland 900 XXL zijn gedraaid, zijn twee maal door de pers gegaan. De grote vellen zijn in vier kleuren tegendrukt, waardoor de kleuren nog beter uitkomen.

Tegenover het nadeel van de noodzaak van het tegendrukken, biedt offsetdruk ook voordelen ten opzichte van de bij abri-producties en andere buitenreclame-toepassingen veel toegepaste zeefdruktechniek. Zo wordt in offset veelal met een fijner raster gedrukt, wat een kwaliteitsverschil oplevert dat zeker van dichtbij goed te zien is. 'Standaard past men in offset raster 24 toe voor outdoor-drukwerk, terwijl hiervoor bij zeefdruk bijvoorbeeld raster 12 wordt gebruikt', licht Häcker toe. Ook is het volgens Häcker mogelijk op de offset-

pers extra effecten te creëren. De drukkerij heeft onlangs tests uitgevoerd en proefdrukken gemaakt voor twee abri's; een voor een strijkijzer (Philips) en een van de nieuwe Senseo-koffie-machine. 'Deze is zo gedrukt dat als 's avonds het licht aangaat achter de abri, de afbeelding van de machine dit licht doorlaat, waardoor dit beeld er nog meer uit springt.'

Niet ondergesneeuwd

Wessel van Eeden waardeert de mogelijkheid om nu de abri's in eigen land te kunnen laten produceren. 'Het was ook in de dance-scene wel bekend dat tot het A0-formaat hier gedrukt kon worden en dat je voor groter drukwerk naar België moest.' Opdrachten voor billboards en abri's werden de laatste vijftien jaar uitbesteed aan Belgische en Duitse drukkerijen, beaamt Häcker.



in actie

Het grootste velformaat dat tot voor kort in Nederland gedrukt kon worden was 120 x 162 cm. Door de komst van de nog grotere Roland XXL (formaat 130 x 185) biedt Muller Visual nu dus de mogelijkheid abri's in één keer te drukken. Hiermee gaat de Amsterdamse drukkerij de directe concurrentie aan met België en Duitsland, waar meerdere van deze jumbopers draaien. Het bieden van een geografisch voordeel – je hoeft voor een persproef niet meer de grens over – is een van de redenen dat de drukkerij heeft geïnvesteerd in de abri-pers.

Muller Visual was in 2000 een van de eerste Nederlandse drukkerijen die beschikte over een Roland 900 vierkleurenpers die – met een velformaat van 89 x 126 cm – onder meer geschikt is voor het drukken van Ao-affiches. Inmiddels zijn er meer Nederlandse drukkerijen die het Ao-formaat aankunnen. De investering in de MAN Roland 900 XXL (5,5 miljoen euro) lijkt dan ook een logische stap in het streven onderscheidend te zijn.

Vanaf 50 stuks

Muller Visual, dat onder meer vele reclamebureaus in haar klantenkring heeft en drukwerk verzorgt voor onder meer Smart en Unicef, wil met de nieuwe grootformaatpers de 'outdoor'-markt verder aanboren. Het streven is om binnen twee jaar volgens een 60/40-verhouding bestaand werk (brochures en affiches) en grootformaatdrukwerk als abri's en billboards te hebben. Dankzij de hoge automatiseringsgraad van de pers is de superjumbo ook geschikt voor het drukken van kleinere oplagen.

Hiermee zal Muller Visual ook een deel van de zeefdruk-markt kunnen afsnoepen. 'Vanaf een oplage van 50 stuks kunnen we al abri's concurrerend drukken', stelt Häcker. Zeefdruk is voordelig voor het drukken van abri's tot circa 250 stuks. Voorheen gold dat

door de lange aanlooptijden de eerste 500 exemplaren van een offsetpers erg duur waren. Dankzij de snelle inrichttijden en hoge machinesnelheid kan op de geavanceerde Roland XXL zowel bij kleine als grote orders een hoge productiviteit worden gerealiseerd, wat de stuksprijs ook bij een beperkte oplage interessant maakt.

Niet alleen kunnen abri's in één keer worden gedrukt (en billboards in vier delen), ook leent de jumbopers zich voor kleiner drukwerk. Zo is de Roland XXL in Amsterdam uitgerust met de mogelijkheid om inline een tussensnede te maken, waardoor twee Aovellen tegelijkertijd worden gedrukt. Ook voor boekproducties kan de superjumbo efficiënt worden ingezet. Zo kan op de Roland 900 XXL tot 64 pagina A4 op één vel worden gecombineerd. De vraag naar grootformaatdrukwerk is een trend waar niet alleen persenbouwer MAN Roland met de Roland 900 XXL op inspeelt, ook een andere Duitse persenbouwer, KBA,

Positieve benadering

'Besmet met het virus tegen aids' klinkt de controversiële slogan van Dance4Life. Deze jonge, Nederlandse organisatie wil op een positieve manier de aids- en hiv-problematiek bij jongeren onder de aandacht brengen en via dance-evenementen geld inzamelen voor projecten in door aids en hiv getroffen landen. Na anderhalf jaar voorbereiding in stilte is het Dance4Life-project een paar maanden geleden in volle hevigheid losgebarsten.

Door te 'plussen' op de entreekaarten betaalt de bezoeker van een evenement een bepaald bedrag en de evenementenorganisatie legt datzelfde bedrag bij. Dance4Life heeft inmiddels op deze manier al meegedaan aan 35 grote dance-evenementen, wat 300.000 euro heeft opgeleverd.

Daarnaast heeft Dance4Life onlangs een grote scholenactie afgerond. Niet alleen zijn leerlingen op circa 50 scholen in Nederland geïnformeerd over aids en hiv, de scholieren hebben ook zelf geld ingezameld voor het goede doel. Als afsluiting van de actie kwamen op 27 november – vlak voor Wereld Aids Dag – naar schatting 15.000 jongeren bijeen in het Gelredome in Arnhem om vijf uur lang, in het wit gekleed, non stop te dansen. Opvallend detail, in het Zuid-Afrikaanse Kaapstad werd tegelijkertijd door duizenden jongeren gedanst. Op deze avond is in een door Jack Spijkerman gepresenteerde speciale tv-uitzending (VARA) aandacht besteed aan de aids-problematiek en Dance4Life. De actie heeft meer dan twee miljoen euro opgebracht.

Het geld wordt door de 'founding partners' van Dance4Life – Stop Aids Now en WPF (World Population Foundation) gebruikt om vooral jongerenprojecten te ondersteunen in de meest door aids en hiv getroffen gebieden.

Meer informatie: www.dance4life.com.

Frits Häcker (l) en Wessel van Eeden: besmet met het virus tegen aids.



heeft dit jaar een jumbopers op de markt gebracht: de KBA Rapida 205 is met een velformaat van 151 x 205 cm de absoluut grootste vellenpers ter wereld.

Buitenkans

Van de 40 miljoen mensen die aan Aids lijden of hiv-besmet zijn, wonen 28,8 miljoen mensen in Afrika. Maar het is een wereldwijd probleem. 'In Nederland is het aantal patiënten gestegen en de sterkste stijging is momenteel in Oost-Europa en Rusland', vertelt Van Eeden. Dance4Life wil dan ook een meer internationaal karakter krijgen. In Zuid-Afrika is de Nederlandse organisatie al actief in het ondersteunen van lokale Dance4Life-initiatieven. Ook in Duitsland lijkt men warm te lopen voor het initiatief. 'We willen dat in 2014 een miljoen mensen tegelijkertijd dansen op verschillende plaatsen in de wereld', zo stelt Van Eeden hoopvol.

Als Dance4Life een beroep doet op Muller Visual om eventueel het drukwerk te verzorgen, zal Häcker graag weer meewerken. 'Het is voor ons een prestigeproject en leuk om hieraan mee te doen. Niet alleen steunen we graag een goed initiatief, het levert ook weer mond-tot-mond reclame op.' Het Dance4Life-project is dus ook een buitenkans voor de drukkerij geweest om zich opnieuw te profileren als grootformaat-specialist. Het is goed als Nederlandse reclamebureaus en organisaties weten dat zij voor drukwerk groter dan het Ao-formaat niet meer per se naar België hoeven. •