



HET PLATFORM VOOR VERPAKKEN EN VERPAKKINGEN IN DE BENELUX

- Ingelogd als [Marlon](#)
- [Uitloggen](#)

- [Home](#) • [Producten en Leveranciers](#) • [Beurzen en Evenementen](#) • [Video's](#) • [Experts](#) • [Vaknieuws](#)
- [Columns](#)

Ik ben op zoek naar...

Zoeken

of [Selecteer categorie](#)

[Home](#) > [Columns](#) > [Wilbert van de Corput](#) > Schoenmaker, blijf bij je leest



- [Profiel columnist](#)
- [Columns](#)

- Grondstoffen/Materialen
- Verpakkingen
- Machines / Apparatuur
- Ontwerp / Design
- Labelling / Codering
- Transport / Opslag
- Kennis / Advies
- Co-packaging

Schoenmaker, blijf bij je leest

Door: [Wilbert van de Corput](#)

Datum: 13 januari 2014

Al ruim 20 jaar werk ik nu in de verkoop van (Italiaanse) flexibele verpakkingsmaterialen en verpakkingsmachines en een van de eerste lessen die ik leerde en door de jaren heen bevestigd heb gekregen is; schoenmaker, blijf bij je leest.

In het geval van met koperdiepdruk of flexo bedrukte verpakkingsmaterialen ligt de expertise met name bij de producent. Die kan als beste bepalen welke druktechniek en hoeveel kleuren moeten worden ingezet om het gewenste resultaat te verkrijgen.

Je leest het echter in de verpakkingsbladen, wordt er mee geconfronteerd bij klanten en je ziet het meer en meer bij verschillende workshops; de opkomst van software welke het de ontwerpbureaus en marketeers mogelijk maakt om kant-en-klare bestanden aan te leveren die de drukker zo kan reproduceren.

Dit is en blijft een gevoelig onderwerp.

Probeer maar eens een inkoper te overtuigen dat hij/zij een hogere prijs voor het drukken, extra ontwikkelingskosten en bijvoorbeeld voor 8-9 kleuren cylinder- of flexoplaat-kosten moet betalen, wanneer de ontwerper reeds is betaald voor een kant-en-klaar drukbaar bestand in 4-5 kleuren en de materiaal kostprijs-calculatie ook op 4-5 kleuren is gebaseerd.

Lang geleden ging ik nog persoonlijk met een proefdruk/cromalin naar de klant om daar face-to-face deze proefdruk op alle aspecten met de klant door te nemen. Dat gebeurt door de digitalisering eigenlijk bijna nooit meer. Het waren wel de momenten waarop je in de gelegenheid was om de klant te overtuigen van het benodigd aantal kleuren, waarbij de software voor het art-work natuurlijk ook nog niet zo ver was ontwikkeld als nu.

Nu wil ik zeker niet alle ontwerpers en/of ontwerpbureaus over een kam scheren, al zouden zij niet in staat zijn om kant-en-klare bestanden aan te leveren. Maar de echt goede zijn wel op een hand te tellen.

Het vergt een vergaande kennis van de verschillende druktechnieken en materialen, kennis van de specifieke drukpers

Volg ons

- [Twitter](#)
- [Linkedin](#)
- [Youtube](#)

[Macropak.nl](#)

- [Bekijk alle leveranciers](#)

- [Contact](#)
- [Algemene voorwaarden](#)
- [Macropak.nl](#)

© 2014 Macropak.nl | [Disclaimer](#)
 vnu exhibitions

en curves, om in de buurt te komen van hetgeen de drukker normaliter zelf het beste kan doen.

Een en hetzelfde kant-en-klare bestand zal zeker al verschillende resultaten leveren bij verschillende drukkers. Maar zelfs op basis van een kant-en-klaar bestand waarin alle facetten van een specifieke drukker zijn meegenomen, zal de proefdruk/cromalin van de ontwerper nog altijd een ander resultaat opleveren dan die van de cylinder-graveerder/producent. Daar spelen te veel variabelen een rol om die te kunnen ondervangen in een software-programma.

Dan denk ik ook nog aan andere (druk-)technische valkuilen, waar een ontwerper niet altijd rekening mee houdt of kan houden zoals;

- tekstgrootte in relatie tot positief of negatief gedrukte tekst,
- flexo versus diepdruk, waarbij flexo soms meer lijn-/raster kleuren behoeft dan diepdruk,
- benodigde contourlijnen ter voorkoming van trapping/vollopen van teksten,
- positie en voldoende contrast voor een eventueel benodigde afslagtip,
- gebruik van de juiste of juist gebruik van de cutter-guides/rolschema's,
- het vergrijzend effect van ALU-houdende laminaten,
- het "vergrijzend" effect ook van matlak of matte folie,
- en de doorschijnendheid van het produkt, gebruik van voldoende dekwit.




Is de opkomst van software die het mogelijk maakt voor de gewone ontwerper en marketeer om kant-en-klaar drukwerk aan te leveren voor de flexibele verpakkingsmaterialen dus een gevaar?

Misschien niet wanneer deze kritisch en welbewust van het bovenstaande wordt toegepast.

Naar mijn mening zeker wel wanneer deze de expertise van de producent dient te vervangen.

In dat geval zeg ik; **schoenmaker, blijf bij je leest.....**

Auteur: Wilbert van de Corput

Er zijn geen reacties.

Plaats een reactie

Ontvang nieuwe reacties via e-mail