

Bijzonder drukwerk blijft langer hangen

Fluor moet je in het



echt zien

Elco Extension wil graag ook de nieuwe generatie ontwerpers helpen de mogelijkheden van drukwerk te ontdekken. De fluor-kleurenwaaier moet ze inspireren de gebaande paden te verlaten om opdrachtgevers - en zichzelf - weer eens te verrassen met opvallend drukwerk.

ED BOOGAARD

Op de Amsterdamse Prinsengracht zetten *Marc van de Laak* en zijn zus Daphne een mooie traditie voort: 'Drukkerij Elco heeft altijd al een nauwe band gehad met vormgevers. We maken graag bijzondere dingen en dat doen we hier al meer dan 100 jaar.' Toch veranderden ze in 2009 wel de naam in 'Elco Extension'. Dat was aanvankelijk de naam van de twee panden verderop gevestigde dochteronderneming waar klanten hun prepresswerkzaamheden (zoals het uitdraaien van films) konden uitbesteden. Tegenwoordig wordt er onder andere digitaal opge maakt en ook de digitale drukkerij is er gevestigd. Maar nu staat de naam symbool voor alle extra's die het grafische bedrijf te bieden heeft en waarmee het zich wil onderscheiden van het fullcolour 'standaard stampwerk' dat alleen sommige (internet) drukkerijen leveren.

Goede zelfpromotie

De met een Red Dot Award bekroonde huisstijl van Elco Extension - 'Sterk in visueel werk' - onderstreept het nog eens: het is het in felle fluorkleuren uitgevoerde visitekaartje van de drukkerij. Geen wonder dus dat de vorig jaar geproduceerde bureau-agenda - rijk voorzien van fluorkleuren, maar ook van andere grafische hoogstandjes - de prijs voor 'Creativiteit en Originaliteit' won in de jaarlijkse kalenderwedstrijd. Marc van de Laak: 'We maken graag iets bijzonders en opvallends. Alleen op die manier kun je ervoor zorgen dat je niet verdwijnt in de massa, het moet lang blijven hangen.'

Dat is voor ons belangrijk. Ik begrijp ook eigenlijk niet waarom niet veel meer drukkerijen aan goede zelfpromotie doen, we hebben toch juist alles in huis om er iets moois van te maken?'

Ontwerpers inspireren

Het eigen drukwerk van Elco Extension moet vooral ook bestaande en potentiële klanten inspireren, vertelt Van de Laak: 'De nieuwe generatie grafische ontwerpers is veel meer met nieuwe media bezig dan met drukwerk. Wij moeten ze helpen de mogelijkheden opnieuw te ontdekken, want het gaat om de mix van oude media (papier) en nieuwe media. Aan de andere kant wordt het door de krimpende budgetten bij veel opdrachtgevers voor ontwerpers ook steeds moeilijker om iets extra's te doen of nog iets speciaals te laten maken. Klanten willen het liefst zo goedkoop mogelijk en komen dan bij internetdrukkerijen terecht waar alles alleen maar in fullcolour kan op standaard papiersoorten. Wij willen laten zien dat het anders kan en dat je daarmee juist fantastische effecten kunt bereiken.'

Voorstellingsvermogen vereist

Fluor valt op, dat is zeker. Maar het vraagt wel wat voorstellingsvermogen als je er als ontwerper of opdrachtgever mee aan de slag gaat. Van de Laak: 'Technisch gezien valt het in de drukkerij wel mee. Op de pers is het gewoon een steunkleur met wat extra aandacht. Maar via beeldscherm, printer of in fullcolour zijn deze fluor kleuren niet goed te repro-

duceren omdat deze kleuren anders worden opgebouwd of vertaald. Wat je dan dus te zien krijgt, haalt het niet bij de originele kleuren. Dat moet je je wel realiseren als je fluor kleuren in je ontwerp gaat gebruiken.'

Fluor-kleurenwaaier

Dat is ook precies de reden om een fluor-kleurenwaaier op de markt te brengen: 'Fluor kleuren moet je zien.' Er bestaan weliswaar allerlei kleurenwaaier waarin je fluorkleuren op strookjes kunt laten zien, maar dan heb je nog steeds veel fantasie nodig voor het eindresultaat, vindt Van de Laak. Daarom gaat hij het anders aanpakken: 'Je moet dit soort kleuren kunnen bekijken in combinatie met elkaar, in combinatie met andere kleuren en ook op verschillende papiersoorten. Dat stoppen we allemaal in de waaier.' De waaier gaat bovendien voorbeelden tonen van de 'vertaling' van fluor naar fullcolour: 'Je moet weten wat het effect zal zijn als bijvoorbeeld een fluorgekleurd logo straks in een advertentie wordt gebruikt, want bij kranten en tijdschriften is fluor

Ooit begonnen als inkoopcombinatie, leggen de aangesloten bedrijven nu ook veel nadruk op het bundelen van hun kennis, ervaring en techniek in zowel prepress, print, drukwerk en grafische nabewerking, als voor ontwerp, multimedia, direct mailing en distributie. Van de Laak verklaart de naam: 'We willen bij onze klanten steeds in de top tien staan van preferred suppliers. Doordat elk lid van de groep wel een specialiteit in huis heeft, kunnen we die onderling ook aan al onze klanten aanbieden. Als vertrouwde partners kunnen we de kwaliteit garanderen.'

Toeters en bellen

De plannen voor de fluor-kleurenwaaier zijn klaar. 'Alle toeters en bellen zitten eraan', vertelt Van de Laak. De waaier omvat straks twee boekjes, op gestreken papier en ongestreken papier, met voorbeelden van het gebruik van fluorkleuren en full colour. Er worden bovendien speciale bindwijzen toegepast: 'Het wordt een echte showcase van wat er allemaal mogelijk is met bijzonder drukwerk.' De waaier

'Het wordt een echte showcase van wat er allemaal mogelijk is met bijzonder drukwerk'

immers meestal geen optie. Daar kun je in het ontwerp dan rekening mee houden en je opdrachtgever voorbereiden op de verschillen. Het hoeft in ieder geval geen belemmering te zijn om toch voor fluor te kiezen.'

Top Tien

Elco Extension staat er bij de productie van de fluor-kleurenwaaier niet alleen voor. Als onderdeel van de Top10-groep mag Van de Laak rekenen op steun van zijn grafische collega's: 'Het maken van zo'n uitgebreide waaier is natuurlijk een omvangrijk en kostbaar project. Maar ook andere drukkerijen in de groep herkennen het probleem met fluor kleuren: 'onbekend maakt onbemind'. En daar willen we graag met z'n allen iets aan doen.'

Top10 is een samenwerkingsverband van zelfstandige grafische bedrijven door heel Nederland.

zullen overigens pas werkelijk geproduceerd worden als er voldoende belangstelling is en er genoeg bestellingen zijn ontvangen. Van de Laak heeft er alle vertrouwen in en ziet zelfs nog wel meer mogelijkheden: 'We kunnen iets dergelijks bijvoorbeeld ook doen met metallic inkt. Ook daar moet je vooral met praktijkvoorbeelden laten zien welke kansen er voor ontwerpers en opdrachtgevers zijn om zich te onderscheiden van de massa. Vaak is een belangrijk deel van het creatieve proces al achter de rug als een opdracht bij de drukkerij binnen komt. Maar Elco Extension wil juist graag al in een vroeg stadium meedenken over het ontwerp en de kansen benutten die er dan nog liggen om er écht iets bijzonders van te maken.'

printbuyer@uitgeverijcompres.nl

