

Onbegrensde mogelijkheden met uniek drukwerk

Ruud Bosch van Wihabo over de gepersonaliseerde wikkels van Tony Chocolonely: 'Ik zei: we doen het gewoon.'



10.000 KANSEN

Willy Bosch, samen met zijn zoons Joris en Ruud directeur van Wihabo, weet wie zijn klanten zijn en waarom ze bij zijn drukkerij terecht komen. 'Het draait allemaal om beleving. In een mensenleven zijn er allemaal bijzondere gebeurtenissen. Als er een kind wordt geboren of mensen trouwen, dan hoort daar iets speciaals bij. Of als je een nieuw bedrijf start of je klanten eens echt eens iets leuks wilt aanbieden. Iets wat je bijna nergens anders kunt krijgen.'

Unieke grafische producten maken is één van de sterke kanten van Wihabo. Sinds het bedrijf het roer omgooide en zich specialiseerde in digitaal drukwerk van de allerhoogste kwaliteit, weten klanten met de meest uitzonderlijke opdrachten Wihabo te vinden. De belangstelling was dan ook groot tijdens het open huis, waar zowel opdrachtgevers als grafici een kijkje kwamen nemen. Zij werden direct bij de ingang verrast met drukwerk in uitzinnige kleuren op zwart, bruin, hagelwit en andere papersoorten. Het waren voorbeelden van producten uit de machine die een prominente plaats inneemt in de productieruimte: de HP

Drukkerij Wihabo organiseerde samen met HP het evenement '10.000 kansen, welke pak jij?' Inspiratie was tijdens dit evenement het hoofdthema. Gedurende twee dagen was het een drukte van belang in het bedrijf in Geffen. De toegestroomde marketeers, vormgevers en grafici keken naar een showcase van grafische hoogstandjes en innovatief drukwerk.

Indigo 10000 Digital Press. De machine drukt niet alleen in uitzonderlijke kwaliteit af, hij produceert ook nog eens unieke exemplaren. Klanten die een gepersonaliseerde brochure lieten produceren, ontdekten dat hun verwachtingen werden overtroffen.

Gepersonaliseerde chocoladerepen De flexibiliteit van de HP Indigo digitale drukpersen zorgt er voor dat Wihabo zo ongeveer alles kan maken wat de klant kan bedenken. Dat bleek onder meer uit de presentatie van Henk Jan Beltman, 'Chief Chocolate Officer' bij Tony Chocolonely. Beltman kwam bij de drukkerij met het idee om gepersonaliseerde wikkels voor zijn chocoladerepen te laten maken in een kleine oplage,



Henk Jan Beltman van Tony Chocolonely: 'Marketing is de luiken openzetten.'



Sander Willems van Heijmans: 'We investeren bijvoorbeeld in mooie illustraties en gaan op zoek naar de verhalen achter onze projecten.'

Knallende kleuren op exotisch papier

Machines van HP Indigo staan binnen de grafische industrie bekend als de kwalitatief beste oplossing voor digitaal drukwerk. De digitale toner-techniek van HP is uniek en de flexibiliteit van de machines zorgt voor een brede reeks van toepassingen. De mogelijkheid om extra spotkleuren toe te voegen en uiteenlopende papiersoorten te gebruiken, zorgt er voor dat er op de HP Indigo digitale drukpersen knallende kleuren en opvallend drukwerk geproduceerd kunnen worden. Wihabo toonde bijvoorbeeld drukwerk met witte inkt op zwart papier. Daarbij is het mogelijk om in één productiegang meerdere papiersoorten te combineren. Op die manier komen omslag en binnenwerk in één keer uit de machine.

want 'wat is er mooier dan je eigen wikkels, die aangeeft dat de chocoladereep van jou is', aldus Beltman. De Tony Chocolonely-topman maakte met zijn idee een rondgang langs drukkerijen en kreeg overal nul op het rekest. Totdat hij contact zocht met Wihabo, waar ze met het idee aan de slag gingen. Ruud Bosch: 'Toen we erover nadachten, kwamen er allerlei bezwaren voorbij, maar ik zei: "we doen het gewoon." Inmiddels zijn er al meer dan 30.000 wikkels geproduceerd.'

Creativiteit geeft de doorslag Het voorbeeld van Tony Chocolonely is niet de enige ingewikkelde klus waar Wihabo zijn tanden in zette. Een paar maanden geleden kwam de drukkerij in het nieuws dankzij de productie van de eerste Vaderdagkalender. Het idee was afkomstig van twee studenten van het Mediacollege Amsterdam, die met het ontwerp deelnamen aan de Kalenderwedstrijd. Toen bij de uitreiking

werd gevraagd wie de kalender wilde produceren, meldde Wihabo zich direct. Het werd een bijzonder product en de opbrengst was bestemd voor de stichting Join 4 Energy.

Out-of-the-box denken Dankzij de nieuwe technische mogelijkheden is voor ontwerpers en marketeers de eigen creativiteit de enige beperking. Die creativiteit is voor veel bedrijven een voorwaarde voor goede communicatie. Sander Willems, communicatiemanager Nieuwe Media bij Heijmans vertelde in zijn presentatie dat creativiteit ook voor hen de doorslaggevende factor is bij het bedenken van nieuwe campagnes en het bepalen van de corporate identity. Het bouwbedrijf laat de wereld zien dat het meer in petto heeft dan alleen maar de aanleg van snelwegen of andere grote projecten. Transparantie en out-of-the-box denken zitten evengoed in het DNA. Projecten waarbij wordt samengewerkt



Willy Bosch van Wihabo: 'Het draait allemaal om beleving.'

met kunstenaar/ontwerper Daan Roosegaarde, zoals de *smart highway*, een snelweg met glow-in-the-dark-belijning, zorgden voor grote media-belangstelling. In zijn uitingen wil Heijmans graag laten zien waar het bedrijf mee bezig is en hoezeer het creativiteit waardeert. Unieke content is daarbij een basisvoorwaarde. Willems: 'We investeren bijvoorbeeld in mooie illustraties en gaan op zoek naar de verhalen achter onze projecten.'

Creativiteit en transparantie

Zowel Beltman als Willems benadrukten het belang van creativiteit en transparantie in de organisatie en marketing. Beltman: 'Marketing is de luiken openzetten.' Er is daarom behoefte aan flexibiliteit bij het maken en bedenken van uitingen voor alle communicatiekanalen, inclusief drukwerk. Het streven naar transparantie sloot prachtig aan bij het evenement zelf, waarbij Wihabo de deuren opende voor creatieven en grafici. 

Hybride producten

In de bijna 30 jaar dat Wihabo bestaat, hebben directie en medewerkers innovatieve oplossingen nooit geschuwd. Uitgangspunt daarbij was steeds het streven naar topkwaliteit. Het bedrijf in Geffen was één van de eerste Nederlandse drukkerijen die experimenteerde met hybride producten, waarbij offset- en digitaal werden gecombineerd en de kleuren en kwaliteit zoveel mogelijk op elkaar werden afgestemd. Met de aanschaf van de HP Indigo 10000 Digital Press kiest het bedrijf definitief voor een koers waarbij dienstverlening en service voorop staan en de techniek in dienst staat van de juiste oplossing voor elke klant.