



TEKST & FOTOGRAFIE: ARTHUR LUBBERS

VKGO- LID ROBSTOLK SPECIALE AANDACHT VOOR BIJZONDER DRUKWERK

BIJZONDER DRUKWERK

Jacqueline van As en Tanneke Janssen hebben bij de overname van robstolk in 2003 de naam van de vorige, inmiddels overleden, eigenaar gehouden – ‘omdat dit een sterke merknaam is en er zoveel historie aan de drukkerij hangt’.

Maar Jacqueline en Tanneke hebben de drukkerij in hartje Amsterdam wel een nieuw, eigen gezicht gegeven. Met liefde voor het vak wordt hier bijzonder drukwerk gemaakt. Want dat verdient speciale aandacht.

Bij robstolk kom je niet als je het goedkoopste visitekaartje wilt laten drukken. De drukkerij begeeft zich in de betere niche-markten. Speciale verpakkingen, luxe mode-brochures (Claudia Sträter) en exclusief drukwerk voor musea – dat is waar klanten van over de hele wereld voor naar deze klein behuise, maar stijlvolle drukkerij aan de Mauritskade komen.

Voor die complexere bindwijze, net iets mooier stukje papier of de kunstfoto's die er veel krachtiger moeten uitkomen dan normaal – ‘daarvoor moet je bij ons zijn’, zegt Jacqueline.

PERSOONLIJK CONTACT

‘Op dit moment loopt er iemand van The Guggenheim Museum in New York hier rond. Dat gebeurt heel vaak. Zo’n 80 procent van de klanten, meestal vormgevers, komt hier kijken. Niet dat dat hoeft, maar ze vinden het fijn om erbij te zijn. En wij nemen hen mee in het hele productieproces.’ Dat is volgens Jacqueline een van de dingen waarin robstolk zich onderscheidt. ‘Bij ons is tijdens het proces nog een ingreep mogelijk, gaan we nog plussen en minnen aan de pers of in de prepress kleine aanpassingen doen. Dat kan bij de meeste (grote) drukkerijen niet.’ Jacqueline – ‘ik ben een autodidact,



Jacqueline van As (links) en Tanneke Janssen

ik heb geen grafische opleiding maar wel 34 jaar ervaring in dit vak' – is een echte liefhebber van mooi drukwerk. En dat geldt eigenlijk voor alle medewerkers. 'Niet alleen wij hebben persoonlijk contact met de klant, die klant zit ook bij de prepresser aan het bureau voor het finetunen van het drukwerk. Dat maakt dat de mensen hier trots zijn op hun werk.' Bij robstolk kent men geen orderbegeleider die een orderzak doorgeeft aan de drukker voor wie elk vel hetzelfde is. 'Ze weten voor wie ze staan te werken en kennen de klanten persoonlijk.'

GEEN UITGEKLEDE OFFERTES

Die fraaie brochure of dat prachtige fotoboek is dan ook vaak iets duurder. Daar doet Jacqueline niet geheimzinnig over. 'Maar als de klant eenmaal doorheeft dat ons totaalverhaal klopt dan begrijpen zij ook dat de prijs hoger is. Ik doe niet aan kale, uitgeklede offertes met optionele meerkosten – je gaat toch ook niet vragen of het garen iets goedkoper kan als je een spijkerbroek koopt?'

'Voor bijzondere projecten en bijvoorbeeld kunstboeken maken wij bijna altijd een persproef', legt Jacqueline uit. 'Ook als de klant daar niet voor betaalt. Omdat niet alleen de klant, maar ook wij willen weten wat het eindresultaat zal zijn. Hoe ziet het er uit gedrukt op gestreken en ongestreken papier? Dat willen wij weten, voordat we twee ton papier inkopen waarna blijkt dat het niet goed is. Door een persproef te maken kan je zoveel problemen tackelen. Als je dan gaat drukken weet je ook dat de klant tevreden zal zijn.'

'De klant krijgt bij ons een totaalprijs. En dat wij iets duurder zijn komt doordat de klant betaalt voor full service en kwaliteit. Drukken in HR UV – bij robstolk draait een vijfkleuren KBA HR UV-pers – kost nu eenmaal ook iets meer.'

DRY TRAP-EFFECT

Die vijfkleuren KBA HR UV-pers is juist een van de redenen geweest voor Freek Kuin om zich bij de Amsterdamse drukkerij aan te sluiten. Freek, creative director robstolk, heeft zich altijd bezig gehouden met speciale grafische projecten en apart drukwerk. Freek draait al een tijd mee in de grafische wereld en heeft onder meer stage gelopen bij Joh Enschedé,

Calff & Meischke gerund en bij Mart Spruit gewerkt, waarbij hij zelfs een opleiding volgde in Zwitserland. Freek, tevens leraar aan de Rietveld Academie, heeft een netwerk aan klanten in de culturele en kunstsector meegenomen naar robstolk en voelt zich hier helemaal thuis. 'Iedereen doet hier zijn eigen projecten en is daar zelf verantwoordelijk voor. Van de verkoop, het doorrekenen, orders aanmaken tot het bestellen van papier.' In de praktijk betekent dat vaak eindeloos puzzelen en zoeken naar de mooiste oplossing. 'Ik ben heel veel aan het testen met verschillende papiersoorten, andere inkten.' Tot ver over de grens heeft Freek zijn adresjes hiervoor en een wand in de drukkerij staat vol met mappen van samples en voorbeelden van eerdere speciale drukwerkopdrachten.

Hier kan Freek echt zijn ei kwijt en de bijzondere pers die er draait maakt hem helemaal enthousiast.

'Met deze HR UV-pers maken wij dingen die niemand anders kan maken.' Hij toont een brochure van een chique modemerken en wijst op het bijzondere effect in het donkere gedeelte van de foto. 'Dat is mogelijk doordat deze pers interdeck-drogers heeft tussen de units, wat droog-op-droog drukken mogelijk maakt. Door een extra kleur, bijvoorbeeld zwart, te drukken krijg je door het dry trap-effect een supergoede doortekening en stofuitdrukking. Daarin onderscheidt deze pers zich echt van conventionele offset. Voor zo'n brochure gebruiken wij vanwege de gewenste look and feel meestal een betere papierkwaliteit, maar zelfs op goedkopere papiersoorten of cyclus offset (voor een andersoortige uitstraling) is het drukresultaat heel goed. Het is een beetje te vergelijken met zeefdruk, dat ook op allerlei materialen een krachtig drukresultaat geeft.'

'KOUDE DRUKKER'

Net als Jacqueline stelt ook Freek dat hun drukwerk iets duurder mag zijn door de extra service en kwaliteit die robstolk levert. 'Onlangs ging een klant bij ons weg naar een 'koude' drukker. Hij kon daar zijn drukwerk voor een paar duizend euro minder laten maken. Die klant is inmiddels weer terug en vroeg of we hem alsjeblieft konden helpen. We hebben een testvel voor hem gemaakt en nu is hij weer helemaal blij.'



Freek Kuin