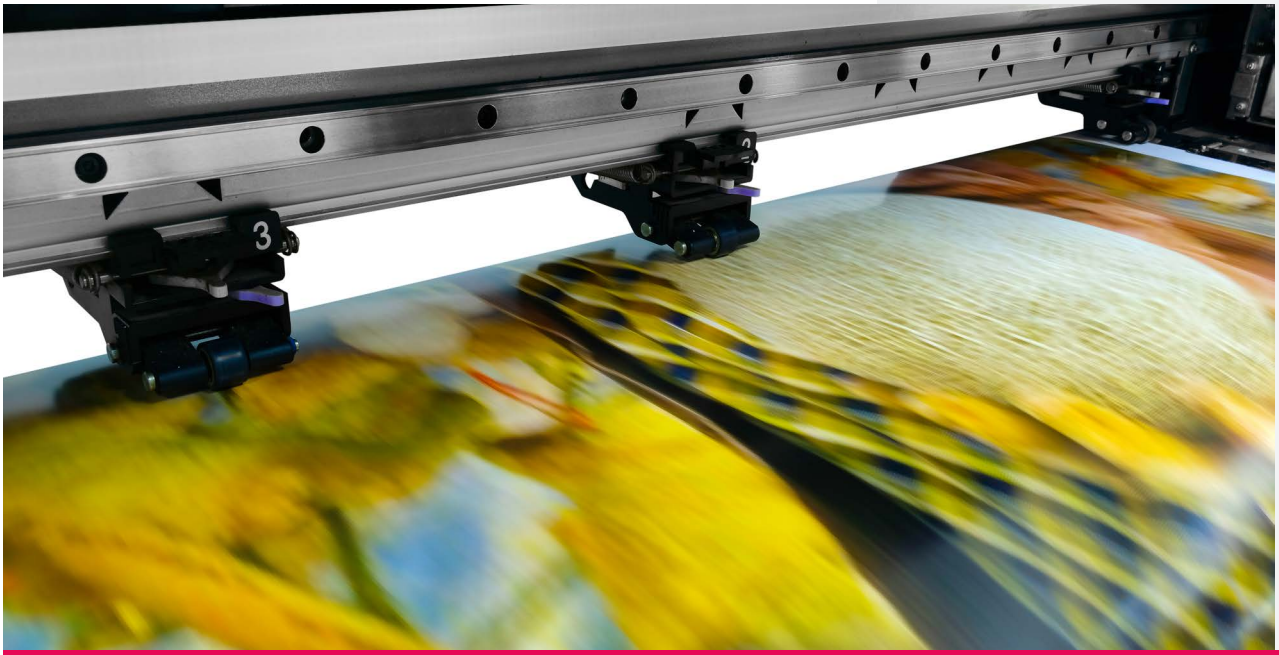


GEMAAKT VOOR HP



WHITE PAPER

De markt voor
grootformaat: trends,
kansen en uitdagingen

April 2018





inhoud

Inleiding	3
Marktoptimisme en groei	3
Voortgaande diversificatie	4
Kansen te over!	4
Toepassingen voor verkooppunten	4
Textiel en stoffen (soft signage)	5
Banners	6
Specialistische toepassingen en nichemarkten	6
Een totaaloplossing bieden	7
Het oordeel van InfoTrends	8
Auteurs	9
Lijst van afbeeldingen	
Afbeelding 1: Wereldwijde omzet in grootformaatprint	2
Afbeelding 2: Voorbeeld van een display met peesframe doeken	4



Inleiding

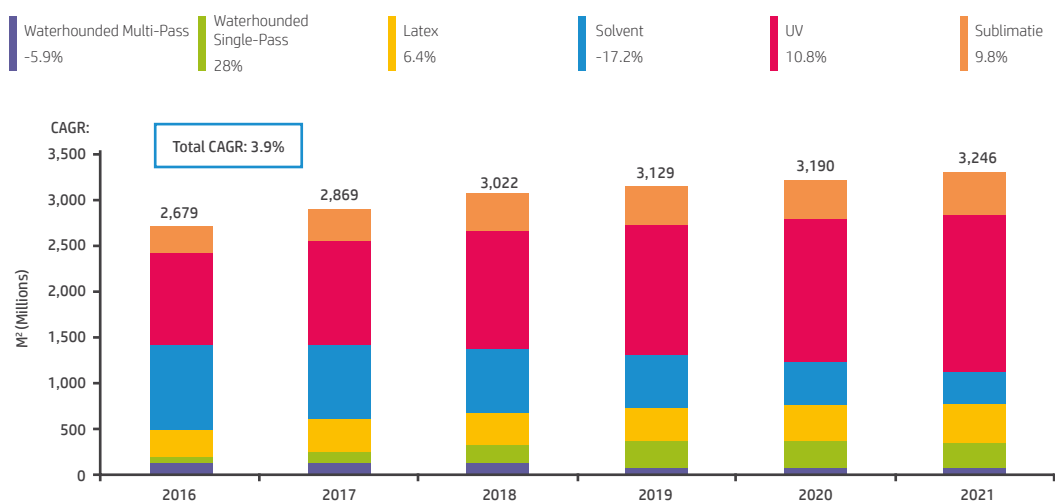
Hedendaagse drukkers verkennen mogelijkheden die hen in staat stellen hun portfolio uit te breiden, de inkomsten te vergroten en de klanttevredenheid te verbeteren. Met een uitgebreide reeks grootformaatprinters kunnen bedrijven op het gebied van belettering, grafische vormgeving en visuele communicatie inspelen op nieuwe en opkomende marktsegmenten. Dit whitepaper gebruikt recente gegevens van Keypoint Intelligence – InfoTrends (InfoTrends) om onontgonnen marktpotentieel voor grootformaatdrukwerk onder de aandacht te brengen.

Marktoptimisme en groei

Begin 2018 voltooide InfoTrends hun meest recente onderzoek via hun langdurige samenwerking met FESPA. Dit jaar is de enquête ingevuld door meer dan 1400 respondenten uit 102 landen over de hele wereld. De respondenten vormen een brede vertegenwoordiging van de grafische sector en andere bedrijven die zich voornamelijk met printen bezighouden. De respondenten blijken behoorlijk optimistisch over hun eigen bedrijf en het hele grootformaatsegment, een optimisme dat al aanwezig is sinds het begin van de samenwerking tussen InfoTrends en FESPA, elf jaar geleden. De gemiddelde waarde van het grootformaatsegment laat tussen 2007 en 2018 een samengesteld jaarlijks groeipercentage (CAGR) van 2,3% zien.

Volgens de meest recente voorspellingen van InfoTrends zullen bepaalde sectoren in de wereldwijde grootformaatprintbranche een gezonde groei blijven doormaken. Zoals in de onderstaande afbeelding wordt getoond, zal de groei in drukwerk op basis van waterhoudende single-pass-, latex-, UV- en sublimatie-inkt de krimp in omzet voor drukwerk op basis van solvent- en traditionele waterhoudende inkt meer dan goed maken. Digitale printtechnieken laten voortdurend een sterke groei zien omdat er steeds weer nieuwe bedrijfstoepassingen worden ontwikkeld. Hoewel deze markt volwassen is geworden, gelooft InfoTrends dat de diversiteit ervan de groei zal bestendigen.

Afbeelding 1: Wereldwijde omzet in grootformaatprint



Source: Global Wide Format Printing Forecast: 2016-2021; Keypoint Intelligence – InfoTrends2017



Voortgaande diversificatie

De markt voor grootformaatprints is groot en divers en kent een voortdurende groei. Speciale producten zoals textielprinters voor soft signage en direct-to-garment-printers, geven de markt een nieuwe impuls. Door voortdurende technologische innovatie zijn de oude scheidslijnen vervaagd, waardoor de grootformaatsector nu minder gesegmenteerd is dan een aantal jaren geleden. Merken die eerder moeite hadden om door te dringen in de markt, vinden nu manieren om hun aanbod te verbreden, inkomsten te verhogen en klanttevredenheid te verbeteren. Vandaag de dag is het voor beletteringsbedrijven of digitale drukkers niet ongebruikelijk om specialistisch reclamewerk te verzorgen of de mogelijkheid te bieden op ongebruikelijke substraten te printen (zoals behang of synthetisch leer). Sommige drukkers met specialistische of nicheproducten bewegen zich ondertussen meer richting het conventionele aanbod, terwijl andere bedrijven, die in het verleden nooit grootformaatprints aanboden, zich nu op die markt kunnen begeven omdat belemmeringen meer en meer wegvallen.

Kansen te over!

Hoewel de toenemende interesse en activiteit in het grootformaatsegment voor de branche als geheel een goede zaak is, wordt de concurrentie daardoor ook steeds heviger. In de hedendaagse overvolle markt wordt het steeds moeilijker voor merken en hun producten om boven het maaiveld uit te steken. De markt voor grootformaat is niet zonder uitdagingen, maar voor slimme merken is er nog steeds veel groeipotentieel.

Toepassingen voor verkooppunten

In winkels kunnen grootformaatborden en -afbeeldingen worden gebruikt om de klanten te leiden, informatie te verstrekken en interesse te wekken voor producten en diensten. Nu de meeste artikelen online kunnen worden gekocht zonder dat klanten een winkel binnen hoeven lopen, moeten winkeliers nieuwe manieren vinden om klanten naar hun winkel te lokken. Het goede nieuws is dat fysieke locaties iets te bieden hebben dat onlinewinkels ontberen: een interactieve en levensechte winkelervaring. Waar online winkelen vooral een visuele aangelegenheid is, kan een echte winkel alle zintuigen aanspreken.

Hoewel posters, banners en borden de hoofdmoot blijven uitmaken om klanten binnen te krijgen en belangstelling te wekken, hebben sommige verkopers nieuwe en creatieve manieren bedacht om de aandacht van klanten te trekken, hun interesse te vergroten en te zorgen dat ze blijven terugkomen. Bijvoorbeeld:

- Raamstickers kunnen voorbijgangers naar binnen lokken bij een lokale winkel die ze normaal zouden overslaan. Als klanten eenmaal binnen zijn, kunnen afbeeldingen op de vloer hen naar een bepaald gedeelte leiden, waar ze mogelijk advies, offertes of gratis monsters krijgen of productdemonstraties kunnen bekijken.
- Op borden of banners kunnen QR-codes worden geprint, die kunnen worden gescand waarna informatieve video's of productinformatie wordt weergegeven.



- Decoraties kunnen een bepaalde sfeer oproepen of door het visuele effect een aankoop stimuleren. Restaurants kunnen bijvoorbeeld wandbekleding en andere huiselijke elementen gebruiken, zodat gasten zich nog meer thuis voelen. Meubelwinkels kunnen iets soortgelijks doen door een aantrekkelijke opstelling te creëren die klanten een indruk geeft hoe een bepaald meubelstuk in hun eigen huis kan staan. Beide benaderingen kunnen emoties oproepen die tot een beter verkoopresultaat leiden.



Decorations in a local restaurant

Textiel en stoffen (soft signage)

In het verleden werd voor bewegwijzering vaak vinyl, plastic of papier gebruikt, maar nu worden textiel en stoffen steeds populairder. Soft signage-producten bieden diverse voordelen, waaronder rijkere kleuren, opvallende effecten, aantrekkelijke opties voor achtergrondverlichting en minder kreukels en kleurverlies. Bovendien kunnen ze worden gebruikt op gebogen oppervlakken en kunnen ze worden opgerold en opgevouwen zonder ze te beschadigen. Displays van peesframe doeken zijn heel normaal geworden en bedrijven op beurzen en tentoonstellingen gebruiken textielprints voor bewegwijzering en zelfs om hun eigen stand te bouwen.



Afbeelding 2: Voorbeeld van een display met peesframe doeken

(VOS) in vergelijking met solventinkten.

Verder zijn ook de ink curing en hechting aanzienlijk verbeterd, waardoor latexinkten een betere keus dan ooit zijn als het gaat om efficiëntie en curing temperature. De branche heeft de laatste jaren ook een aantal innovaties op het gebied van stoffen gezien, waaronder spanbare stoffen en rekbaar materiaal met verbeterde opties voor achtergrondverlichting die minder coating

Als extra voordeel komt daar nog bij dat het productieproces voor soft signage niet echt anders is dan conventionele printprocessen. Deze producten kunnen dus worden gemaakt zonder veel nieuwe dingen te moeten leren. Hoewel textiel en stoffen speciale inktsoorten, substraten en printers vereisen, wordt het door nieuwe technologieën makkelijker dan ooit om aan die vereisten te voldoen. Moderne niet-giftige inkt op waterbasis voldoet aan de eisen van consumenten, bedrijven en de overheid als het gaat om milieuvriendelijke supplies en processen. Latexinkten zijn zeer veelzijdig toe te passen en bevatten minder vluchtige organische stoffen



nodig hebben. Als het gaat om de machines, bieden direct-to-textile-inkjetprinters talloze nieuwe mogelijkheden bij het printen van belettering, beursmateriaal, vlaggen, banners, woningtextiel en kleding. Sommige machines kunnen zowel stof als papier bedrukken zonder van inkt te hoeven wisselen. Andere kunnen rekbaar materiaal stabiliseren dat tijdens het printen kan vervormen.

Hoewel printen op textiel en stoffen een aantal uitdagingen met zich meebrengt, kunnen de meeste ervan worden aangepakt met kennis over de beste apparatuur en inkt en het beste materiaal voor elk product. Door aan het begin een paar kleine uitdagingen te overwinnen, kunnen printshops zich onderscheiden van de concurrentie en een groter klantenbestand aanboren door soft signage aan te bieden.

Banners

Banners, al dan niet van PVC, zijn ook een prima middel waarmee bedrijven hun zichtbaarheid en bekendheid kunnen vergroten. Voor gebruik binnenshuis zijn er verschillende lichte, kostenbesparende en opvallende mogelijkheden beschikbaar. Banners voor buitengebruik zijn slijtvaster, weerbestendig en verkrijgbaar met verschillende ophangmethoden en in allerlei afmetingen. Veel banners kunnen via de voor- en/of achterkant worden verlicht, terwijl er ook zelfklevende uitvoeringen zijn. Bepaalde banners zonder PVC kunnen worden geprint met een uithardingstechniek die gebruikmaakt van UV, waardoor het proces milieuvriendelijker is zonder dat dit ten koste gaat van de kwaliteit.

Specialistische toepassingen en nichemarkten

Naast de hierboven besproken toepassingen zijn er enkele specialistische segmenten die ook op veel belangstelling kunnen rekenen. Hier volgen enkele voorbeelden van interessante niches waar voor het grootformaatsegment nieuwe kansen liggen:

- Folies voor auto's: Autofolies vormen een populaire manier waarop bedrijven op een goedkope manier reclame voor zichzelf kunnen maken en de aanpassingsmogelijkheden zijn oneindig. Folielagen met textuur maken een verscheidenheid aan speciale effecten mogelijk, zoals houtnerf en geborsteld staal. Klanten en bedrijven kunnen hun auto laten bedekken met één kleur of met vrijwel elke gewenste print. Deze folies geven niet alleen een uniek resultaat, ze beschermen ook nog eens de originele laklaag van de wagen, waardoor deze meer van zijn waarde behoudt.
- Woningtextiel: Woningtextiel en binnenhuisdecoratie zijn interessant omdat ze aantrekkelijk zijn voor zowel bedrijven als particulieren. Voor winkels kan woningtextiel in alle vestigingen eenzelfde uitstraling en sfeer creëren en daardoor het merk versterken. Daarnaast is het interessant voor pop-upstores die niet lang bestaan (bijvoorbeeld rondom de feestdagen) en die vaak op zoek zijn naar goedkope, makkelijk te vervoeren en milieuvriendelijke mogelijkheden om hun winkel aan te kleden. Voor consumenten maakt de technologische



voortgang het nu mogelijk om behang, raambekleding, keramische tegels en vloerzeil digitaal te laten printen.

- **Horeca:** Hotels en resorts werken vaak met een thema om zo overal in het gebouw dezelfde uitstraling en sfeer te creëren. Dat kan worden bereikt door voor gordijnen, spreien of behang hetzelfde decoratieve patroon te gebruiken als voor de aankleding in de lobby of receptie. Bovendien zijn er nationale en internationale ketens die een vertrouwde en consistente omgeving willen creëren voor al hun locaties, zodat gasten precies weten wat ze kunnen verwachten als ze in een bepaald hotel verblijven. De aankleding kan ervoor zorgen dat mensen die vaak op reis zijn of families op vakantie zich toch thuis voelen.
- **Bouwkundige elementen:** In de wereld van architectuur, constructie en bouw wordt voor een groot deel vertrouwd op printproducten zoals illustraties, CAD-tekeningen en renderings van hoge resolutie. De technologische voortgang in digitale printtechnieken heeft een hoop obstakels uit de weg geruimd die in het verleden de aankleding van bouwmaterialen zoals hout, asfalt en metaal belemmerden.

Architecten, interieurontwerpers en anderen willen graag voldoen aan de toenemende vraag naar persoonlijke, op smaak afgestemde ontwerpen en zoeken naar materialen en toepassingen waarmee ze een omgeving een unieke uitstraling kunnen geven. We zien nu een flinke aanwas in het gebruik van digitaal geprinte producten zoals behang, stoffering, jaloezieën en lamellen, vinylfolies en canvas.

Een totaaloplossing bieden

Er zijn steeds meer bedrijven in het grootformaatsegment die een 'totaaloplossing' willen bieden door onder één dak zowel print- als afwerkingsdiensten aan te bieden. De moderne afwerkapparaten hebben een hoge doorvoersnelheid voor productiebedrijven, waardoor een efficiëntere en geautomatiseerde workflow mogelijk is.

Volgens het onderzoeksrapport van Keypoint Intelligence – InfoTrends getiteld [Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing](#), vond meer dan 66% van de respondenten die bewegwijzering, displays en specialistische grafische producten verzorgen, het belangrijk om hun diensten te verbreden om zo een totaalaanbod te kunnen leveren. Net als bij grootformaatprinttechnieken vereenvoudigen nieuwe en verbeterde technologieën de overgang naar het aanbieden van een totaaloplossing. Ook kleinere printbedrijven kunnen nu de capaciteit in huis halen om intern afwerkingsservices te leveren, waarmee ze klanten steeds vaker een totaalpakket kunnen aanbieden.



oordeel

Het oordeel van InfoTrends

De grootformaatbranche biedt veel kansen voor zowel startende als gevestigde drukkerijen, printshops en beletteringsbedrijven. Technologische innovaties hebben de grenzen binnen de branche vervaagd en kruisbestuiving maakt het voor bedrijven mogelijk een breder aanbod aan grootformaatwerk te verzorgen dan ooit tevoren. Bovendien zien merken die eerder moeilijk konden doordringen in het grootformaatsegment, dat veel van de obstakels nu aan het verdwijnen zijn. Deze veranderingen zijn goed voor de branche in zijn geheel, maar houden ook in dat het voor gevestigde merken vandaag de dag een grote uitdaging is geworden om onderscheidend te zijn en de interesse van klanten te wekken.

Hoewel er bepaalde uitdagingen bestaan, lijken de kansen in deze markt veelbelovend. Geen enkele drukker kan alles doen voor alle klanten, dus is het belangrijk om strategische keuzes te maken. Denk eerst na over de wensen van uw bestaande klanten en bedenk daarna wat enkele logische uitbreidingen zouden kunnen zijn. Is het mogelijk uw bedrijf uit te breiden met verwante activiteiten of met een geringe investering aan meer vraag te voldoen? Kunt u een totaalpakket aanbieden door meer diensten onder één dak te leveren? Het echte geheim voor succes in de hedendaagse markt is onderscheidend zijn. Als uw bedrijf volgens uw klanten iets bijzonders biedt, hebt u in het alsmaar veranderende grootformaatsegment een beter uitgangspunt om te groeien en winst te maken.



Eve Padula

Senior onderzoeksanali

Eve Padula is senior onderzoeksanalist voor Business Development Strategies and Customer Communications Consulting Services bij Keypoint Intelligence – InfoTrends. Ze is onder meer verantwoordelijk voor het promoten en verspreiden van informatie van InfoTrends. Ze helpt klanten en kanalen bij het ontwikkelen van hun zakelijke programma's, stelt service-informatie en klantstudies op en beheert het uitgeefproces van veel verschillende producten.

+ 1 781-616-2170   



Steve Urmano

Directeur

Steve Urmano is directeur van Wide Format Printing Consulting Service bij Keypoint Intelligence – InfoTrend. Hij verzorgt de jaarlijkse wereldwijde voorspellingen voor hardware en supplies die worden gebruikt in de grootformaatprintsector. Hij is verantwoordelijk voor meerdere jaarlijkse, fundamentele onderzoeken in het grootformaatsegment, zowel in opdracht als voor brancheorganisaties..

+ 1 781-616-2129   



[Vragen of opmerkingen?](#) →

Deze informatie is speciaal samengesteld voor opdrachtgevers van InfoTrends, Inc. De naar voren gebrachte meningen vertegenwoordigen onze interpretatie en analyse van openbaar toegankelijke informatie of informatie die is verstrekt door verantwoordelijken binnen de bedrijven waarover wordt gerapporteerd. We zijn van mening dat de informatiebronnen waarop onze bevindingen zijn gebaseerd, betrouwbaar zijn en dat wij deze gegevens professioneel en zo goed mogelijk hebben beoordeeld.

4AA7-2931NLE