UITLEG

vkgo

2020

Magazine van vereniging van kleinere grafische ondernemingen / Bewaarnummer

BEWAARNUMMER

VERHALEN VAN LEDEN VOOR LEDEN

SELFCARE DAG - de deelnemers

DE VOORZITTERS - drinken koffie

VKGO EVENT - op bezoek bij Probo

INTERVIEW MET PRINT.COM

6

DE VOORZITTERS DRINKEN KOFFIE

10

VKGO EVENT DOKKUM

18

INHOUD

3 **VOORWOORD**
4 **SELFCARE DAG DE DEELNEMERS**
6 **INTERVIEW MET PRINT.COM**
8 **SELFCARE DAG DE DEELNEMERS**
10 **DE VOORZITTERS DRINKEN KOFFIE**
13 **SELFCARE DAG DE DEELNEMERS**
18 **KIJKJE IN DE KEUKEN BIJ PROBO**
19 **ALV**
20 **SELFCARE DAG DE DEELNEMERS**

Uitleg is het magazine van de vkgo (vereniging van kleinere grafische ondernemingen). **REDACTIE** Marco den Engelsman. **VORMGEVING** Buro Toob, Alphen aan den Rijn **DRUKWERK** De Groot Drukkerij, Goudriaan. **CONTACTADRES** vkgo-secretariaat, Postbus 5135, 1410 AC Naarden, T (035) 695 40 04, E info@vkgo.nl.

UITLEG vkgo 2020

VOORZET

2020 EEN ENORM LASTIG JAAR

Leden, bijna 9 maanden met een vreselijk virus liggen achter ons. Wat een jaar en wat een enorme klappen hebben we hier allemaal door opgelopen. Dit heeft de sector enorm geraakt. Natuurlijk was er een NOW regeling maar die nam zeker niet alle 'pijn' weg he. Met de invoering van de mondkapjesplicht voor 3 maanden tot eind februari zijn we er volgens mij nog niet. Voorzichtig duiken beschikbare vaccins op…ook in Nederland zullen we daar in januari de eerste stappen en ontwikkelingen van gaan ervaren. Het stemt me als voorzitter somber en ik ben geen somber mens.

Met enthousiasme stapten we 2020 binnen, een Nieuwjaarssessie op 24 januari bij Canon met een prima opkomst. De experience bij Probo in Dokkum werd zeer goed bezocht op 11 februari. De stappen met GOC, VIGC, GSOB, KVGO, A&O fonds en wij voor de organisatie van een netwerkcafé van de afkortingen op de vakbeurs Sign & Print Expo in Gorinchem geven een richting aan waar we als vkgo met die mooie vereniging verkennend naar toe willen.

Alle activiteiten in 2020 zijn verder geschrapt, de goed bezochte ALV in teams met 26 deelnemers was kort maar krachtig. Leden toonden hier hun betrokkenheid, dat is voor het bestuur fijn om te ervaren. Die betrokkenheid hebben we in deze Uitleg opgepakt. Marco den Engelsman heeft veel deelnemers aan activiteiten, die we moesten cancellen, gesproken. In deze andere Uitleg een verslag hiervan. Het zijn korte verhalen van leden voor leden, ik heb ze allemaal gelezen, ontzettend leuk. Het is dan ook een verhalen Uitleg 2020 geworden. Een jaarmagazine 2020, dit hadden we in de ALV van 2019 ook met elkaar afgesproken. Tevens een gesprek tussen mij en Dick Naafs voorzitter van het KVGO allebei op persoonlijke titel… samen bij elkaar op de koffie uitspraken en gedachten over het verenigingsleven binnen de grafimediawereld en wensen voor 2021.Kennismaking met een nieuw lid vanaf 2021 geen onbekende voor velen. Ze willen iets met de vkgo. Moet ik dan somber zijn? Ach ik voel het zo.

In 2020 namen we in het bestuur afscheid van Norbert van Schie als penningmeester, wat heb jij jarenlang onze vereniging financieel op goede koers gehouden. Norbert heel veel dank, we hebben voor je geklapt in teams maar nemen net als van Brenda van Poecke in een echte bijeenkomst in 2021 afscheid van je. Dit laten we niet zomaar passeren. Ook van APPR ons secretariaatsburo namen we afscheid. We krimpen tot een vereniging van 125 leden en bepalen 20-01-2021 de koers voor 2021 als bestuur.

Daarna berichten we jullie. **De contributie voor 2021 verlagen we eenmalig met 25% omdat we in 2020 niet alles hebben kunnen doen. We moeten dit maar zien als de eerste meevaller van een nieuw jaar.**
Er volgen er meer…wedden?

Goede feestdagen
Toob Alers
(voorzitter)

25% korting
op de contributie voor 2021. De eerste meevaller van een nieuw jaar!

ARIAN VAN DUIJNE
FLYERALARM

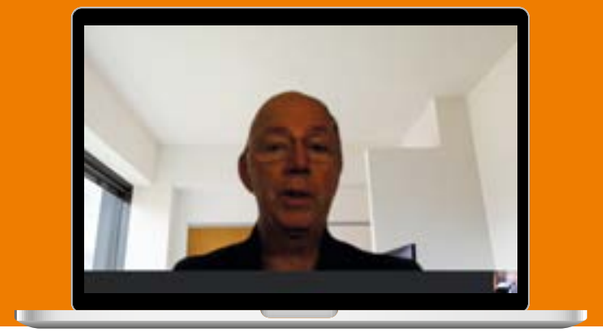
"Gaat wel lekker, natuurlijk vind ik het ook helemaal niets. Ik zit thuis en kan mijn klanten niet bezoeken. Normaal ben ik de hele dag onderweg. Ik bel wel veel en videobellen wordt ook steeds meer gewoon. Maar het gevoel erbij is toch even anders. Voorheen kreeg je de sfeer bij je klant ook mee. Maar het went gelukkig, want ik verwacht de komende tijd niet dat het anders zal worden. Ik heb een vrouw en drie kinderen. Mijn vrouw werkt in de zorg. We zijn gezond en iedereen heeft werk. Dus op zich is dat prima. Er zijn genoeg mensen die het veel minder hebben."

"Je ziet in onze industrie dat de geluiden heel verschillend zijn. Bij de een gaat het ronduit slecht en bij de ander zijn er voldoende lichtpuntjes. Je kunt er niet omheen dat veel van ons werk er gewoon niet meer is. De horeca, evenementen en toeristenindustrie zijn zwaar getroffen, dus ook veel van het grafische werk dat ermee samenhangt. Flyeralarm zit in 15 landen en we werken nauw samen. Niet alleen met het hoofdkantoor, maar met de andere landen. Dan zie je wel wat de gevolgen zijn van gevolgen zijn van de lockdown. De hele organisatie is zeer flexibel en we hebben goed in kunnen spelen op de veranderingen in de markt. Onder andere door mondkapjes te produceren en andere vormen van dienstverlening aan te bieden. Wat de tweede golf gaat brengen weten we nu nog niet. We hebben in april veel geleerd en zijn er in ieder geval klaar voor.

"Wees nieuwsgierig, toon compassie."

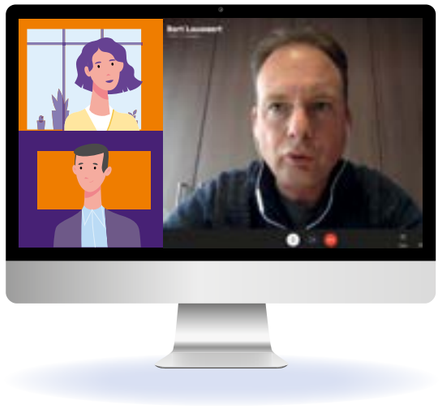
"We verkopen heel breed. We zijn zelf producent en niet afhankelijk van anderen. Juist in de breedte scoren we goed. Als het met het ene product wat minder gaat dan trekt het andere weer aan. De kracht zit hem erin dat we veel keuze aan de klant kunnen bieden. We bestaan 18 jaar en over 18 jaar zijn we er nog. "In 2019 hebben we veel energie gestoken in onze eigen Flyeralarm Club door masterclasses te organiseren. Er stond een compleet programma klaar voor seminars en masterclasses in 2020, met de welbekende afloop. We hebben er snel op in kunnen springen door een webinar te organiseren en een eigen podcast te produceren. Hiermee kunnen we alsnog onze klanten inspireren om te blijven ondernemen, ook in moeilijke tijden. We hebben nu een programma van seminars klaar staan dat zowel online als offline gebruikt kan worden. Juist met de nadruk op ondernemen en samenwerken in de branche."

"VKGO is een belangrijk deel van mijn netwerk. Een groot deel van de leden is wederverkoper van onze producten. Dus die club is voor mij heel belangrijk. Tijdens bijeenkomsten voel ik de markt. Ik hoor wat de andere bedrijven beweegt. De laatste maanden ben ik niet per sé drukwerk aan het verkopen. Het is beter om te vragen hoe het met de klanten gaat. Wees nieuwsgierig, toon compassie, leef mee en blijf in contact. Dat zou ik iedereen aanraden. Een goede relatie gaat verder dan een deal maken. Voor een organisatie als VKGO is dat de belangrijkste functie; het faciliteren van netwerken. Zeker in deze tijd is dat nog meer relevant."
"Je kunt Nederland niet makkelijk vergelijken met andere landen. We zijn als land in online verkopen koploper in Europa. Daar spelen wij op in. Bijvoorbeeld door van de zomer al onze Clubleden te verrassen met een cadeautje. Een hele mooie samenwerking met een Clublid van ons die olijfolie en zeezout produceert. Dat werkt in Nederland. Mensen doen zaken met mensen. Als je kijkt waar de kansen zitten dan zou ik nu kijken naar magazines. Daar lijkt steeds meer vraag naar te zijn. Dat zijn producten waar je ook prima online mee uit de voeten kan. Dan maak je echt iets bijzonders voor je klant."



BART LAUWAERT
GRAFISCHE GROEP MATTHYS

"Ik heb tijdens de maand september heel veel afspraken kunnen invullen. We hebben de bijzondere covers voor The BookBindCube van binderij Brepols gedrukt. We zijn samen met Brepols naar de drukkerijen gegaan om dat te presenteren en aan te voelen hoe het er voor staat in de bedrijfstak. Alleen al in Nederland heb ik zo meer dan zesduizend kilometer gereden. Wat je merkt is dat mensen een zucht van verlichting slaken als ze weer eens live mensen spreken. Nu kan dat helaas minder gemakkelijk. Zelf werk ik vaak van thuis uit of kom op de zaak wanneer het nodig is."



Het bedrijf heeft een (vouw)karton inspiratieset gemaakt met bijzondere koudfoliedruk-effecten. Bart presenteert deze set in een illustratieve Youtube video die te zien is op het video kanaal van Grafische Groep Matthys. De inspiratieset is voor iedereen gratis verkrijgbaar. Bart: "de omzet was in het voorjaar heel slecht maar heeft zich hersteld naar 70% in juli en augustus, september en oktober waren twee goede maanden. Ik hou wel mijn hart vast voor de komende maanden. Het gaat niet goed in de industrie. Er zijn eigenlijk twee groepen. De bedrijven die zich bezighouden met verpakkingen doen het goed, zeker de verpakkingen van voeding is een goede markt gebleken. De luxe verpakkingen doen het minder goed. Bijvoorbeeld de verkoop van luxe artikelen op luchthavens is volledig weggevallen. De drukkerijen die zich richten op commercieel drukwerk hebben het zwaar. Ik zie daar een uitzondering in de boekendrukkerijen. Maar daar hebben de drukkerijen die luxe boeken maken het moeilijk omdat het vaak gekoppeld is aan evenementen en musea. Ook in België krijgen bedrijven financiële steun, dat maakt dat we er dit jaar wel uitkomen."

"Samenwerken met grafische collega's staat bij ons met stip op één."

"Ik ga naar de selfcaredag van VKGO omdat het leuk is. Ik kom er altijd boordevol energie van terug. Daarnaast is het fijn om grafische collega's te ontmoeten en dat levert verrassende contacten op. Dus ook zakelijk is het goed om ernaar toe te gaan. Maar het plezier komt voor mij op de eerste plaats. Je kunt er elkaar helpen door in contact te blijven. Daar speelt Linkedin een grote rol in. Je kunt er informatie delen en elkaar steunen. Je moet niet elk voor zich handelen. Help elkaar meer. Verder vind ik het heel leuk om dit soort video gesprekken te voeren, dat zouden we eigenlijk vaker moeten doen. Ik merk dat er grote behoefte is aan contact. Je merkt ook dat mensen nu meer geïnteresseerd zijn in elkaar en daar ook tijd voor hebben."Het bedrijf blijft de komende tijd de ingeslagen weg volgen. Een belangrijke toekomstige ontwikkeling ziet Bart in de voedselveilige verpakkingen. De BRC norm. Alle verpakkingen en de plano-drukvellen voor grafische vouwkartonnage-collega's die Grafische Groep Matthys levert zullen aan die norm voldoen. Er ontstaat steeds meer vraag om die hygiëne norm in de hele keten toe te passen. Daarnaast verwacht Bart dat het bedrijf zal gaan investeren in een nieuwe drukpers. De folie unit blijft behouden en er wordt gekeken naar een nieuwe pers die eronder draait. De bestaande pers is aan vervanging toe. Het bedrijf zal blijven leveren via partners. "Samenwerken met grafische collega's staat bij ons met stip op één."

(Noot van de redactie: op het moment van verschijning van dit artikel is bekend geraakt dat Grafische Groep Matthys geïnvesteerd heeft in een gloednieuwe 8 kleuren (met 9de laktoren) KBA 70x100 drukpers. Die setting maakt het mogelijk om in één drukgang koudfoliedruk (2 druktorens) met full color én 2 PMS kleuren te drukken).

SAMEN DE GRAFISCHE KETEN BESCHERMEN

MAAK JE STERK VOOR EEN STABIELE INDUSTRIE!

NIEUW LID 2021

PRINT.COM

Het in Deventer gevestigde Print.com heeft zich onlangs aangesloten als lid bij VKGO. Het bedrijf legt zich toe op online leveren van printproducten aan grafische professionals. Vorig jaar startte de eigen productie door overnames van een textieldrukkerij en een sign- en een printproductiebedrijf. Op het hoofdkantoor in Deventer werken ze met zo'n 70 mensen.

GROEI

Het gaat goed met Print.com. "We mogen niet klagen," zegt eigenaar directeur Marco Aarnink. "Ondanks corona is het bedrijf stevig gegroeid. We zijn nieuw in de markt en bestaan nog maar twee jaar dus dat moet ook wel. Op begroting missen we wel wat. We hebben in maart wel onze investeringsplannen flink moeten bijstellen."De meeste pijn voelt het bedrijf op dit moment in de productie op alle onderdelen, large format, commerciële print en kleding. Met name large format en kleding hebben last van het wegvallen van de evenementen dit jaar.

WEDERVERKOOP

Het businessmodel van het bedrijf is gebaseerd op levering aan grafische wederverkopers. "Dat noemen we anders," zegt Marco, "we leveren aan de grafische professional. Die noemen we "Frequent Flyers" omdat ze frequent flyers bestellen. Het is een knipoog naar de vliegindustrie en het loyalty program dat velen bekend is. Frequent Flyers zijn designers, reclamebureaus en grafische bedrijven. Maar ook marketeers bij bedrijven met een eigen inhouse marketing afdeling, die geen gebruik maken van externen. Het gaat echt om de professionele markt. Dat model is niet veranderd, we zitten er zelfs wat steviger in."

KWALITEIT

Aarnink stelt dat Print.com zeker niet de goedkoopste is. Het hanteert uiteraard wel scherpe tarieven maar de focus ligt op innovatie, gebruikersgemak, service en betrouwbaarheid. Zo heeft de klant bijvoorbeeld de keuze uit een veel breder aanbod papiersoorten en afwerkingen dan bij de gemiddelde aanbieder. Om het voor de professionals makkelijker te maken de verschillende opties te laten zien, maakt Print.com voor zijn klanten "lookbooks" waarin alles wat ze leveren te zien en te voelen is. Deze boeken zijn tegen betaling leverbaar, maar zijn dan ook oprecht een hulpmiddel voor de wederverkoper. Wij beleveren klanten die het aanbod en de service die wij ze bieden op prijs stellen. Zo kan een klant bijvoorbeeld ook zijn eigen logo op onze doos laten drukken, een leuke gimmick, zeker als het drukwerk rechtstreeks naar de eindklant verstuurd wordt. "We zijn dan niet altijd de goedkoopste, maar het totaalplaatje klopt en dan is prijs slechts één der elementen." Juriaan: "We hebben een relatief klein klantenbestand, doordat we alleen professionals leveren, die we met zo' breed mogelijk willen bedienen. Dat is de keuze die we maken. Het is niet het model om van een flyer met de keuze uit vier papiersoorten zo veel mogelijk te verkopen. Dat is een ander, meer op prijs gestuurd businessmodel en bovendien meer geschikt voor een consument. Bij ons zijn dat meer dan zeventig varianten waar een klant uit kan kiezen. Dat is wat een professional graag terugziet."

SELECTIE

De selectie van klanten is de verantwoordelijkheid van Juriaan. Elke ochtend kijkt hij samen met zijn team naar de lijst met nieuwe aanmeldingen. Als het een grafische professional is dan wordt het bedrijf direct gebeld en word er een onboarding gedaan binnen de bestelapplicatie. "Stel dat de nieuwe aanmelding een eindklant zonder eigen marketing afdeling is dan zullen we hem begeleiden naar een van de resellers in de omgeving. Mocht de eindklant met een vast reclame bureau werken, dan vragen wij vaak om het reclamebureau op onze diensten te wijzen. Op deze manier kunnen we vaak enkele uren later het reclamebureau al verwelkomen."

PROFESSIONAL

Print.com is niet alleen lid geworden van VKGO omdat de leden de doelgroep zijn, het bedrijf is zelf ook grafisch professional, sterker nog zelfs producent. "Wij willen bij clubs horen waar de grafische professionals bij elkaar komen", zegt Juriaan. "Een belangrijke activiteit voor ons is co-creatie. Dat betekent dat we de input van buitenaf - klanten of collega's - gebruiken om de bestelapplicatie en services daaromheen door te ontwikkelen. Wij moeten niet zelf verzinnen wat voor de grafische professional handig is. De klant speelt daar een actieve rol in."

"Dit jaar moeten we economisch wellicht maar vergeten"

KETEN BESCHERMEN

Aarnink vind dat verenigingen als VKGO zich samen sterk moeten maken voor een gezonde keten. Marco: "we moeten de keten beschermen. Je ziet dat er, zeker op dit moment te midden van de coronaciris, uit angst gehandeld wordt. Angst is de slechtste raadgever, zeker in zakendoen. Wat ik zie is dat bedrijven door corona volumes missen en daarom de prijzen droppen tot het laagste niveau. Je zou dan juist een verhoging verwachten. Het gevolg is dat we gaan inboeten op kwaliteit, want kwaliteit mag wat kosten. Sales is niet alleen gedreven op prijs. Sales is een combinatie van meerdere factoren die kloppen; het assortiment, de kwaliteit, de service, de communicatie, de betrouwbaarheid en natuurlijk óók een marktconforme prijs. Wij willen de grafische markt beschermen, de keten staande houden, want het zijn uiteindelijk de producerende partijen die moeten zwichten. Zij zitten aan de achterkant en kunnen de scherven opvegen. Dan heb je dadelijk wel verkopende partijen maar geen productie meer."

NEE DURVEN ZEGGEN

De uitdaging voor een grafische ondernemer in deze tijd is nee zeggen tegen dat werk waar hij geen geld aan kan verdienen, zo is de stelling van Marco Aarnink. "Dan hou je vanzelf de klanten over waar je wel geld aan kunt verdienen. Vaak leidt dit tot productspecialisatie in de productie en tot extreme klantgerichtheid in de verkoopketen. Het zijn niet alleen de online partijen die de prijzenoorlog gestart zijn, het zijn juist ook grote inkopende partijen (lees bijvoorbeeld retailers) die deze tijd gebruiken om de prijzen te dicteren. We staan voor kwaliteit en het ambacht, daar hangt een prijskaartje aan. We moeten ons niet in een hoek laten drukken. Het is daarom goed om met elkaar ons sterk te maken voor de kwaliteit die we leveren en het vak dat we uitoefenen. Anders gaan we een zelfde grafische crisis als jaren geleden tegemoet."

SAMENWERKEN

"Dit jaar moeten we economisch wellicht maar vergeten,' geeft Marco tot slot aan. "Even een reset en de tijd nemen om samen met klanten en collega's het dialoog op te zoeken; je plan te herzien, opnieuw uit te werken en tot uitvoer te brengen."

BRENDA VAN POECKE

FORKLIFTCENTER

“Waar ik nu werk is ook echt een productiebedrijf, dus thuiswerken is er niet bij. We hebben een heel groot kantoor, afstand houden is daardoor geen probleem. Het is net een drukkerij of een binderij, als er op de werkvloer niets gebeurt dan wordt er niets verdiend.”

“Ik heb mijn draai gevonden, maar het was best wennen. In de grafische industrie kent iedereen je en daar ligt je netwerk. In de havensector waar ik nu werk is dat anders. Je gaat helemaal opnieuw beginnen. Ik startte begin april, net in de eerste lockdown, dat was niet makkelijk. Maar ik heb me er doorheen geslagen.”

“Het is een tijd om in verbinding te blijven, met klanten, met collega’s. Naast (video)bellen is het opsturen van relatiegeschenken (met persoonlijke note) wel een hele mooie manier om waardering te tonen. Ik heb zeker nog contact met mijn oude bedrijf BrinkOmegaVanPoecke. Daar schrokken we enorm van de eerste lockdown maar ze zijn er gelukkig goed doorgekomen. Met name in fulfilment draait het daar boven verwachting goed.”

“Ik kijk met een heel warm gevoel terug op mijn periode in de grafische sector.“

“Ik werk nu bij Forkliftcenter. Het is een internationaal handelsbedrijf in kranen en voertuigen die in de haven worden gebruikt om te laden en te lossen. Het zijn zowel nieuwe als gebruikte voertuigen. (op de website staat een interessant filmpje) Het zijn vaak hele grote voertuigen die containers kunnen verplaatsen. Het is een Nederlands bedrijf dat wereldwijd levert. Op het hoofdkantoor in Amsterdam werkt 40 man, daar worden in de werkplaats de voertuigen op maat gemaakt voor de klant.”
“Het is een kleine sector waar iedereen elkaar kent. Het bedrijf heeft een eigenaar die vaak buiten de deur is. Ik ben floormanager en doe HR. Ik doe eigenlijk hetzelfde wat ik in de binderij deed. Ik kijk of alles goed loopt en of er knelpunten zijn die ik kan oplossen. Heel afwisselend. Ik ben overal bij betrokken. Ik voel me toch wel weer ondernemer zonder de commerciële kant. Het is best stevig, met de Amsterdamse mentaliteit. Je denkt dat doe ik wel even maar het had best tijd nodig om de juiste rol te vinden. Je moet het vertrouwen winnen en dat gaat goed. Je leert enorm veel van zo’n ervaring, je wordt heel erg op jezelf terug geworpen maar ik merk dat ik hier de kans krijg om te laten zien wie ik ben en heb het vertrouwen dat het gaat lukken door gewoon mezelf te blijven”.

“Toen ik weg ging bij BOVP en het VKGO was het midden in de coronacrisis. Dus we konden niet op de manier afscheid nemen die we allemaal graag wilden. Ik ben toch een gevoelsmens en dat kon niet. Toen was het plan om op de selfcare dag op een goede manier afscheid te nemen. Maar dat lukte helaas niet; die werd op het laatste moment afgeblazen. Het is op die manier moeilijk om los te laten.”

“Ik kijk met een heel warm gevoel terug op mijn periode in de grafische sector. Ik zou er ook nooit weggegaan zijn als deze uitdaging niet op mijn pad was gekomen. Ik heb in stapjes losgelaten met de verkoop van mijn bedrijf. Dat loslaten was moeilijker dan ik had gedacht. Ik mis de geur van inkt soms best nog wel en pak nog steeds bijzonder drukwerk mee naar huis. Ik hoop iedereen nog een keer te zien. Blijf gezond.”

“Zorg dat je de klanten met een zo breed mogelijk assortiment kunt bedienen. Wat je niet zelf kunt maken zoek dat bij je VKGO collega’s.“

GERHARD VELDHUIZEN

VELDHUIZEN GRAFISCH EFFECT

“We mogen niet klagen, we zijn gezond en het loopt lekker door. Het was natuurlijk wel even schrikken. We investeerden in een nieuw pand en machines en dan denk je lekker te gaan knallen dit jaar en dan krijg je dit. Op 20 maart hadden we de open dag gepland, met 300 man die we uitgenodigd hadden. Die moesten we dus een week ervoor cancelen. Maar als dat het ergste is, dat kunnen we altijd wel inhalen.”

“Je wordt er niet vrolijk van, het leuke is er wel af. Zakelijk gezien hebben we snel geschakeld om handel te genereren. We hebben geïnvesteerd in een flatbed printer en een digitale snijmachine. Daardoor hebben we heel veel plexiglas orders kunnen doen. Daar zijn we direct bovenop gesprongen. Dat hadden we een jaar geleden niet gekund. We hebben over het hele land plexiglas schermen geleverd, tot in België toe. We hebben een webshop tafelschermen.nl. We zijn veel meer in producten gaan denken.”

“Doordat er geen beurzen en evenementen meer zijn loopt de visitekaartjes tak (Oblé) achter. Daar moeten we wat inleveren, daar zijn afstand stickers en plexiglasschermen voor teruggekomen. Auto’s beletteren loopt ook heel goed. We hebben er nog nooit zo veel gedaan. Dat komt grotendeels door het nieuwe pand. Klanten zien nu met het nieuwe pand dat we veel meer doen dan visitekaartjes.”

“Commercieel gezien doen we veel mailings. Maar ook de zichtlocatie, waar we nu zitten, helpt enorm. Ons assortiment is heel breed en beslaat de volledige grafische en sign industrie. Bestaande klanten kunnen we veel meer bieden dan voorheen. We hebben 13 medewerkers en dat is gelukkig door deze periode niet veranderd. We hebben zelfs op 1 april er iemand bijgenomen. Die heeft heel veel werk verricht in het frezen van plexiglas, terwijl hij aangenomen was voor de printafdeling. Heel veel orders komen nu binnen via de webshop. Onze kracht is dat we zelf produceren en snel kunnen leveren.”

“ We hebben veel ruimte dus we hebben zelf intern nog geen maatregelen hoeven nemen om de afstand te bewaren. Maar we gaan dat nu wel doen want we zien het aantal besmettingen ook in onze regio snel toenemen. We hebben een deel van de tegemoetkoming in de NOW regeling wel gekregen, maar we hebben het ook weer terug moeten betalen. Binnen die regeling wordt gekeken naar de omzet maar niet naar de verwachte groei. We hebben geïnvesteerd op basis van een groeimodel. Dat wordt niet gehaald maar daar kijkt zo’n regeling natuurlijk niet naar.”

“ Het VKGO bestaat uit een leuke gezellige groep mensen. Ik ben wel elk jaar bij de selfcare dag en naast dat het heel gezellig is brengt het me ook zakelijk regelmatig nog wat. Het is altijd leuk om te horen hoe een ander het doet. Daarnaast ben je er even uit en dat is ook wel prettig. Ik vind het ook altijd leuk om bij bedrijven te kijken.”

“Als tip voor mijn collega’s zou ik zeggen: verbreed zo veel mogelijk. Zorg dat je de klanten met een zo breed mogelijk assortiment kunt bedienen. Wat je niet zelf kunt maken zoek dat bij je VKGO collega’s. “

VOORZITTERS KVGO & VKGO

DRINKEN KOFFIE

VKGO voorzitter Toob Alers nodigde de voorzitter van KVGO , Dick Naafs uit voor een gesprek met een kop koffie. Het doel was te praten over de industrie in deze moeilijke tijden en wat verenigingen meer voor hun leden zouden kunnen betekenen, juist nu. De Uitleg was erbij en maakte de balans op in dit artikel.

HOE STAAT DE GRAFISCHE INDUSTRIE ERVOOR?

De vraag hoe de grafische industrie ervoor staat, is niet heel makkelijk te beantwoorden voor Toob Alers en Dick Naafs. Over één ding zijn ze het eens: de branche moet blijven veranderen en meebewegen met veranderende behoefte van de klanten. Ze zien een taak voor de brancheorganisaties om de leden hierin te steunen.

Dick:. “Ik denk dat de grafische industrie de slag naar de huidige vraag onvoldoende heeft gemaakt. Ik denk dat het de taak van de branche organisatie is om dichter bij die ondernemer te staan en juist datgene te bieden waar hij echt behoefte aan heeft. De vraag is hoe je gezond oud kunt worden als ondernemer. Daar zou ik graag bij willen helpen. ”Toob: “Ik vind ook dat de slag onvoldoende gemaakt is. Ik zou me meer willen richten op het zoeken naar een platform dat gezamenlijk meer doet om de ondernemer daarin te begeleiden.”

HOE KUNNEN BRANCHEORGANISATIES HELPEN?

Waar het KVGO zich veelal in het verleden gericht heeft op gezamenlijke branche behartiging, heeft het VKGO zich meer ontwikkeld tot een ondernemersvereniging waar grote en kleine bedrijven elkaar vinden om van elkaar te leren en elkaar te ontmoeten.

Dick: “Toob en ik delen een idee dat er een platform zou moeten komen waar de leden kennis kunnen uitwisselen. Zoek meer de verbinding en hou niet alles voor je zelf.” Toob: “ik onderschrijf dat. Helaas door corona hebben we deze weg nog niet verder bewandeld. We hebben die intentie uitgesproken in het overleg met alle verenigingen die een rol spelen in de grafische industrie, het zogeheten afkortingenoverleg een initiatief van het KVGO. Ik had gehoopt dat het sneller ging. Ik had daar vanuit KVGO meer actie van verwacht. De groep was ook te groot voor de slagkracht die zoiets nodig heeft!”
Dick: “Het is een tijd van crisis en gedoe, dat heeft ons echt niet geholpen. De versnippering tegen gaan is voor mij belangrijk. Waar liggen de overeenkomsten van al die verenigingen?” Toob: “alle begrip voor, maar laten we dan in 2021 in ieder geval aan de slag gaan. Ik weet niet hoe het nieuwe platform eruit gaat zien. Maar het is onze taak om de bedrijven in onze brede branche iets mee te geven waar ze mee verder kunnen. We moeten deze industrie mooi overgeven aan een volgende generatie.”

WAAR HEBBEN DE LEDEN BEHOEFTE AAN?

Over de vraag waaraan de leden van de verenigingen het meeste behoefte hebben zijn de meningen van de voorzitters eensgezind. Het gaat om de combinatie van kennisdelen, informatie vergaren in combinatie met entertainment.

Dick: “ik denk dat de KVGO leden behoefte hebben aan praktische handreikingen. Natuurlijk zijn CAO, ARBO en milieu ook belangrijk. Vorig jaar hebben we voor het eerst KVGO live georganiseerd met een combinatie van kennisdelen en entertainment. Toen zag ik die lach terugkomen op het gezicht van de ondernemer. Dat is de manier hoe we met elkaar om moeten gaan. Niet zo streng en afstandelijk meer.”Toob: “ik vraag me soms wel eens af waar de leden behoefte aan hebben. In ieder geval is duidelijk dat onder andere de Selfcare dag in een grote behoefte voorziet, als je het aantal aanmeldingen ziet. Helaas kon ook dat op het laatste moment niet doorgaan. Ik denk dat ondernemers behoefte hebben aan een klankbord. Het pure vakmanschap wil ik ook zelf graag met anderen delen. Doet er niet aan af dat ik het wel fijn vind om soms lekker alleen te ondernemen.”Dick: “als bedrijf zijnde moet je vaak voor je eigen belangen gaan. Maar als mens zijnde zou je wel wat meer voor elkaar mogen betekenen. Dat doe je op momenten dat je elkaar weer eens ziet. Dat heeft te maken dat je wilt ontdekken wat er achter die ogen van je gesprekspartner zit.“ Ga niet voor de hoogste prijs maar voor het langste geluk”.

Toob: “VKGO heeft met het innovatietraject echt aan de wieg gestaan van een aantal belangrijke vernieuwingen. Denk daarbij aan het online portal en een drukwerk app. Het blijkt toch dat er bij veel grafische bedrijven weerstand

is om volledig samen te werken en afstand te moeten nemen van de eigen normen en waarden. Ik vraag me soms ook echt af of het verenigingsmodel niet overleden is. Ik hou van innovatie. Je moet voorlopers hebben; daar blijf ik naar zoeken, die zijn er . Niels Postma van Tapponline is zo iemand een vernieuwer, heerlijk om hem ook in ons bestuur te hebben.”

DE VOORZITTER

Is het eigenlijk een leuke taak om voorzitter te zijn? Dick en Toob denken er verschillend over. Er is een groot verschil in ervaring. Waar Toob Alers al vijftien jaar de kar trekt is Dick Naafs net een jaar bezig.

Dick: “ik vind het heel leuk om te doen. Ik zie heel veel zaken veranderen. Ik zie mensen veranderen. Ik loop ook niet weg als er problemen zijn. Pak ze gelijk aan en maak keuzes. We moeten niet bang zijn wat de buitenwereld van ons denkt.” Toob: “mijn termijn zit erop ik heb het vijftien jaar gedaan. Ik wil niet in een club zitten waar de voorzitter ver over de houdbaarheidsdatum is. Er zitten jonge mensen in ons bestuur. Het bestuur is het er niet mee eens, zij willen graag dat ik blijf. Ik vind het leuk om die transitie naar een nieuw platform (snel) te initiëren en mee maken. Ik kijk wat er in België gebeurd met VIGC. Zo iets zouden we hier ook moeten hebben, daar krijg ik de energie van om het nog een tijdje te doen.”

EVEN BELLEN

Hoe toegankelijk zijn voorzitters eigenlijk? Kan een lid de voorzitter bellen met een vraag? In moeilijke tijden is dat niet vanzelfsprekend. Veel bedrijven zitten in de overlevingsstand door de coronacrisis.

Dick: “als er iemand is die hulp nodig heeft kan hij mij bellen en dan stap ik in de auto en ga ik met hem zitten. Mensen denken vaak dat het niet kan”.
Toob: “vergis je niet, we zitten in een hele moeilijke tijd. Buiten je eigen invloedssfeer zie je in zeven maanden corona alles wat je doet tussen je handen wegglippen. Natuurlijk kan een voorzitter zeggen bel me. Maar je hebt wel issues nu. In goede tijden als je bedrijf goed draait ga je om je heen kijken waar nog mogelijkheden zijn. Nu zitten bedrijven in een survival stand. Je energie wordt door corona volledig uit je gezogen.”Dick: “het is wel het moment om grote beslissingen te nemen en juist elkaar op te zoeken. Dan kan sparren wel degelijk helpen.”

CAO

Zo’n CAO moet dat nog wel? Vraagt Toob zich af. Dick denkt van wel. Dick: "Ik denk dat het voor veel bedrijven prettig is dat ze al die zaken niet individueel hoeven te regelen. De CAO geeft er structuur aan en geeft rust in de tent. Als je dat er nu ook nog bij moet hebben, kan het wel eens te veel zijn.”

VERENIGINGSMODEL

Toob heeft zijn twijfels over het ledenraadsmodel van KVGO. Is dat niet een beetje uit de tijd zo vraagt hij zich af. Dick vind het mooier dan ooit. “Wij bespreken veel met de ledenraad. Wij vragen ze hoe het moet. Alles wat we nu willen doen kunnen we alleen maar met een klankbord als de ledenraad.”De vraag is wel of er een ander model voor moet komen. Dick stelt dat het KVGO met Bram ter Beek als nieuwe directeur een hele goede man in huis heeft. Iemand die open staat voor veranderingen.
Dick: “In het verleden was het niet altijd gezellig tussen KVGO en VKGO. Het bureau en het bestuur vormen nu een team als het gaat om nieuwe wegen. We staan open voor alles en willen er vaart achter zetten.”

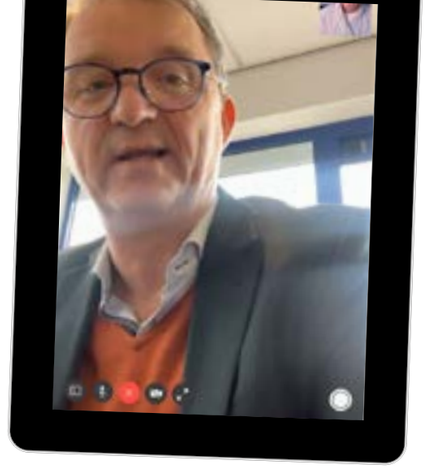
TOEKOMST

Stel dat in mei iedereen gevaccineerd is en het corona virus weg is. Wat is dan het plan van de verenigingen? Het KVGO gaat dan direct een bijeenkomst organiseren voor de leden. “We gaan informeren en inspireren” stelt Dick. “Samen met andere partijen iets organiseren behoort ook tot de mogelijkheden.”Volgens Toob moeten we deze periode gebruiken om de nieuwe opstelling te bepalen. “Dan zijn we in mei klaar om de wedstrijd te spelen”, zo stelt hij. De twee voorzitters besluiten aan tafel om de komende periode de samenwerking meer vorm te geven.

Dick: “laten we maar eens gaan dromen hoe het ideale plaatje er uit moet zien.”De voorzitters stellen dat het ook mag gaan over een fusie of samengaan, maar eerst het nadenken over een nieuw platform waar partijen samen meer voor hun leden kunnen betekenen. Daarin staan ze open voor andere partijen, maar in eerste instantie is het bedoeld voor de achterban van VKGO en KVGO.
Het is dus zaak om lid te worden en te blijven van deze verenigingen.

HOE VERDER

Toob: “kijk eens over je eigen schutting. Kijk niet in je eigen tuin want die is al op orde. Kijk eens in de tuin van de buren, daar groeien andere bloemen.”Voorzitters besluiten om vaker samen te komen om de veranderingen die ze voor ogen hebben samen versneld in gang te zetten. Dick: “Hoe kun je samen sterker worden? Datgene doen wat je klant wil, ik heb er zin in. Toob: “ik heb er ook zin in”.



MARK BONENKAMP
VOGELAAR

“We dragen mondkampjes in de fabriek nu; we kunnen gewoonweg niet het risico lopen dat we dicht gaan. De leveranciers komen niet meer op bezoek en de expediteurs kunnen alleen maar in bepaalde ruimtes terecht. We doen er echt alles aan om ongestoord verder te kunnen.”

“Het is geen leuke tijd. Ik hou ervan om met klanten aan tafel te zitten en campagnes te bespreken. Nu is het allemaal online, via videobellen. Dat is met name voor eerste gesprekken best lastig. Je merkt wel dat het steeds meer ingeburgerd is. Er zijn ook bedrijven die standaard het beeld uitzetten. Ik vind het juist goed dat ik mensen aan kan kijken. Je kunt dan toch beter de reacties peilen om er achter te komen of je boodschap wel aan komt.”

"Als je moet reorganiseren doe het dan ook. Wacht niet te lang.”

“In mijn omgeving zijn wel mensen die corona hebben gehad of in quarantaine zijn gegaan. Dat kost met 50 man personeel best wel wat verlof en ziektedagen. We zitten nog wel op hetzelfde personeelsbestand. De omzet is nu 15 a 20 procent minder dan vorig jaar. Het verschil zit in direct mail. Periodieken lopen nog wel door maar daar verwacht ik volgend jaar nog wel een klap. Uitgevers hebben het allemaal moeilijk. Advertentie-inkomsten lopen terug. Bijeenkomsten en beurzen zijn er niet. Dat hakt er flink in. We doen heel veel direct mail voor beurzen en bijeenkomsten en dat is weg. Mode en automotive industrieën hebben het moeilijk. Dat zijn allemaal markten waar wij heel veel direct mail voor verzorgen. Bij Post NL is de hoeveelheid post 15% lager.”

“Het positieve is wel dat we heel veel aanvragen krijgen voor het versturen van kerstattenties. De kerstborrel is er niet en dan willen bedrijven toch iets voor hun personeel doen. Daarnaast gepersonaliseerde mailings naar klanten. We doen fulfilment. Sommige markten staan onder druk en anderen ontploffen. Als je ziet wat er aan speelgoed verstuurd wordt. We doen zaken met een webshop die maandelijks dezelfde omzet draait als ze anders met kerst hebben.”

“Ik heb altijd geleerd dat als geschoren wordt moet je stil moet zitten dus we gaan geen gekke dingen doen. Ik heb de verhuizing en uitbreidingsplannen even in de ijskast gezet. Eerst maar eens kijken wat er gebeurd. Ik heb tegen het personeel gezegd dat we heel veel flexibiliteit verwachten, het zal voorlopig niet hetzelfde zijn. Naar de klanten mailen we nu ook vaker. Verkopen is op dit moment heel lastig. Je moet het van via-via hebben. Voor mij is Linkedin heel belangrijk. Door daar een constante stroom van berichtgeving te doen levert dat echt zijn geld op. Het is een hele belangrijke bron voor nieuwe klanten. Ik raad het echt iedereen aan om daar meer mee te doen.”

“De selfcare dag is voor mij een dagje ontspannen met collega’s, een mooi moment om even bij te praten. Dat is de reden dat ik ook in veel netwerken zit. Je doet het niet om direct te scoren. Maar ik kom er wel om wat kennis te halen en te delen. VKGO is een leuke club, lekker actief en vooruitstrevend. “Je zit in de communicatie-industrie en blijf dan ook communiceren en wees er creatief in. Laat je zien, dat is de belangrijkste boodschap die ik mijn collega’s zou willen mee geven. Daarnaast als je moet reorganiseren doe het dan ook. Wacht niet te lang.”

HANS SAEDT

ACCOUNTMANAGER GOC

“Het aantal afspraken door corona is geminimaliseerd. Ik probeer zoveel mogelijk via Teams te doen. Het heeft natuurlijk ook zijn voordelen, je hebt minder reisuren, maar ik mis het fysieke contact en signalen van je gesprekspartner.

“ GOC heeft onlangs een online bijeenkomst gehouden waarin mensen bijgepraat worden over het project Create Your Future. Een project dat gaat over toekomstgericht scholen en duurzame inzetbaarheid van medewerkers. Het doel is de medewerkers zo vitaal en duurzaam mogelijk in te zetten en ze het werk op de lange termijn met plezier kunnen volhouden. Er zijn heel veel thema’s te bedenken waar we juist nu mee aan de slag kunnen. Hoe hou je de gezondheid van medewerkers op peil in een moeilijke periode zoals nu. De doelstelling is om mensen zo gezond mogelijk naar hun pensioen te brengen. Daar zetten we gespecialiseerde coaches voor in. Via individuele gesprekken met de medewerkers brengen die loopbaancoaches de wensen in kaart. Daar komen vaak zaken naar voren die niet zo maar tegen de directie gezegd worden maar die door betrekkelijk eenvoudige ingrepen veranderd kunnen worden. Als je dat gedaan hebt, komt daar vaak ook weer scholing uit. Leden van KVGO krijgen daar nu 50% subsidie op. Create your future wordt daarnaast ook gesubsidieerd door het Europese Sociale Fonds. In de praktijk kan het bedrijf 85% van de kosten vergoed krijgen. Dan kost zo’n begeleidingstraject in plaats van 10.000 euro nog maar 2500 euro. Dat neemt veel drempels weg en we merken dat steeds meer bedrijven er op dit moment gebruik van maken. Het is voor veel bedrijven nu juist een goed moment om van deze regeling gebruik te maken. Zeker als het bijvoorbeeld wat rustiger is in de productie. Ben je geen lid van KVGO dan krijg je in ieder geval de Europese subsidie van 35%.”

“Ik merk dat de traditionele commerciële drukkerijen het moeilijk hebben. Maar bedrijven die in de verpakkingen zitten hebben het weer erg druk. Het is heel wisselend. Je moet creatief zijn en beslissingen nemen om nieuwe kanten op te gaan. Er zijn bedrijven die snel schakelen naar de nieuwe vraag zoals drukwerk rond om de corona maatregelen. Daar komt bij dat je de middelen moet hebben om snel te kunnen schakelen. Zeker als je veel drukt voor de horeca en evenementen branche dan heb je een groot probleem.”

“De bijeenkomsten van VKGO zijn voor mij heel nuttig voor het netwerk.“

“Met GOC gaat het redelijk goed, er is best veel animo voor scholing, zeker als het gaat om efficiënter, en kwalitatief hoogwaardiger produceren kunnen bedrijven veel besparingen realiseren. Tevens proberen we de medewerkers anders naar hun bedrijf te laten kijken (meer eigenaarschap).”We leiden nog steeds op, we hebben strenge coronaregels opgesteld, grote ruimtes en voldoende afstand. Onze instructeurs dragen mondbescherming. Zelfs voor grote groepen hebben we voldoende ruimte beschikbaar. Er zijn best veel bedrijven die juist nu hun mensen laten scholen. Zeker in een wat rustige periode is dat heel effectief.”

“De bijeenkomsten van VKGO zijn voor mij heel nuttig voor het netwerk. Ik zou graag voor de VKGO-leden dezelfde rol willen spelen als voor de KVGO-leden, misschien dat we workshops kunnen organiseren die we centraal verspreid over Nederland organiseren."

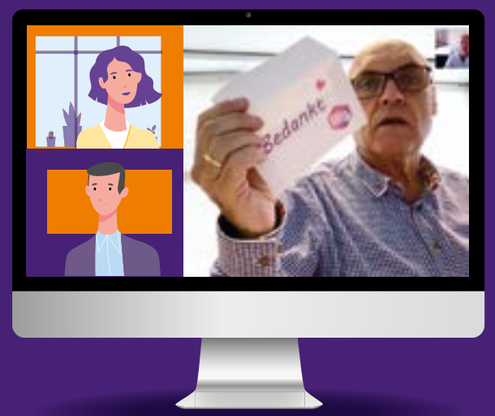
"Het is echt een misvatting dat GOC zich meer op de grote bedrijven zou richten, zeker nu met het Create your future project en de daaraan gekoppelde ESF-subsidie kunnen wij voor ieder grafisch bedrijf interessant zijn, ongeacht de grootte. En met ons flexibele opleidingsmodel is vakkennis stapsgewijs, passend bij het niveau van de cursist te verbreden of verdiepen. Ook zijn wij druk bezig nieuwe instroom te zoeken met als doel deze mooie branche te verjongen. Ik maak graag een afspraak met jullie leden, en kijk uit naar een volgende netwerkbijeenkomst!

Blijf gezond!
Hans Saedt

HENK OOSTERHUIS

THE ONLINE FACTORY

“Het gaat prima, ik ben gezond en we hebben veel werk. Dat komt omdat wij in een andere tak zitten. We maken heel veel gepersonaliseerde bedankjes en die vraag neemt alleen maar toe."



“De orders komen binnen via de website. We worden erg goed gevonden. Met onze ervaring in het bouwen van websites weten we inmiddels heel goed hoe dat moet. Sinds begin van het jaar kunnen klanten ook hun eigen ontwerp maken op onze site.”

“We hebben onlangs een snijplotter gekocht waarmee we snel kleine oplagen verpakkingen kunnen maken Een voorbeeld is een doosje voor een chocoladereep. We kunnen heel makkelijk aan drukwerk komen; het aanbod is groot. Maar de nabewerking is dan vaak een knelpunt. Ook wil je graag snel een voorstel aan een klant kunnen doen van een speciaal ontwerp.”

“Ik ben geen klantenbezoeker. Ik heb liever klanten die iets zoeken en dat ze dan het touwtje uit de brievenbus zien hangen waar hij aan kan trekken om onze deur te openen. Als het zo ver is dan laat ik de klant niet meer los.

Ik ben wel een echte verkoper maar geen canvasser. Bij mij moeten ze de (online) winkel binnenstappen. Vandaag krijgen we een opdracht van een Belgische Patisserie en wat bestelt die bij ons? Dozen Merci chocolade om naar klanten te sturen. Dat geloof je toch niet. Dat kunnen ze dus zelf niet.”

"Daarnaast is het belangrijk af en toe even aan elkaar te denken en contact te zoeken.”

“We zien nu de horeca gesloten is een groeiende vraag naar producten die bedrijven naar hun klanten willen sturen. Even een zakenlunch gaat natuurlijk niet en dan zoeken ze wat anders. Het is echt heel leuk wat we doen. Ik ga niet met pensioen, ik ben nu 61 en dan moet ik een hobby gaan zoeken. Dit is het leukste wat je kunt doen. Het bedenken van nieuwe dingen is echt mijn hobby. Het concept ontwikkelen en tot een succes maken dat doet niet iedereen. Daar komt bij dat bedrijven vaak de creativiteit niet in huis hebben om iets bijzonders te maken. Jil Oosterhuis heeft die creativiteit wel en we kunnen eigenlijk altijd wel wat bijzonders voor een klant verzinnen.”

“We hadden een creatieve uitnodiging gemaakt voor de Selfcare dag. Daar hadden we een positieve respons op. Het is zo jammer dat het niet door is gegaan. We hebben er zo veel tijd in gestoken. Het is zo belangrijk voor de contacten en je doet nieuwe ideeën op. Het samendoen is ook heel belangrijk. Daarmee breng je mensen met elkaar in contact. En het is toch een kwart van het ledenaantal dat zich voor dit evenement aanmeldt. Het belangrijkste voor de toekomst is toch dat we dit soort dingen kunnen blijven organiseren. Daarnaast is het belangrijk af en toe even aan elkaar te denken en contact te zoeken.”

JOHANNES VAN DER STOUWE

DRUKKERIJ KUIPER

“Ik heb het druk, er komt van alles tegelijk. Er komen de laatste weken wat meer opdrachten binnen. Daar komt bij dat er in oktober een nieuwe machine bij ons is geïnstalleerd. Daar komen de eerste opdrachten voor binnen.“

“We hebben een machine gekocht die op hoge snelheid cilindervormen kan bedrukken in full colour met wit en vernis. We hadden die ervaring al met een Mutoh met een zogeheten Kebaboptie, maar die haalde niet de benodigde productiesnelheid en kwaliteit. Nu kunnen we dit wel in hoge snelheid doen. We zijn de eerste in Nederland met deze machine, waarvan ik je niet vertel wat het er voor een is. Dat hou ik nog even voor mezelf.”

“We zijn sinds januari op zoek geweest. Het duurde negen maanden om de deal rond te krijgen. De machine draait nu een order van 1.600 flessen. Het is voor ons allemaal heel nieuw en we zijn nog heel erg op zoek wat er allemaal mogelijk is. We kregen de vraag om bloemenvazen te bedrukken en toen is een bal gaan rollen. De machine kan cilindervormen printen met een doorsnede van min. 5 en max. 15 cm. Het zijn niet alleen flessen maar ook conische vormen, zoals bierglazen die we hiermee kunnen printen. Er zit geen naad op de print, het sluit rondom aan. Het patroon loopt ook door. Het is een tegenwicht aan zeefdruk en transfers met veel meer mogelijkheden.”

“We hebben een machine gekocht die op hoge snelheid cilindervormen kan bedrukken in full colour met wit en vernis.“

“We komen hiermee in een hele nieuwe markt terecht. Meer de markt van de relatiegeschenken. Ik ben al lang bezig om iets te vinden dat niet iedereen heeft en wat ook niet iedereen gaat doen. We werken voor andere drukkerijen, daarnaast voor de handelsbedrijven in relatie-geschenken. Het is ook de bedoeling om uiteindelijk ook eigen producten te gaan maken en die op de markt zetten. Er zitten in deze markt heel veel potentiele afnemers. Het is nu zaak om bij opdrachtgevers aan tafel te komen en producten te maken die we kunnen laten zien.”

“Ik ben heel veel aan het bellen, ook om er achter te komen hoe deze markt in elkaar zit. Uiteindelijk moet het onze hoofdactiviteit worden. De lokale krant die we hebben heeft het best moeilijk. Er gebeurt niet zo veel en dat betekent dat het lastig is de krant redactioneel interessant te houden. Daarom blij dat we weer producten zelf kunnen maken. We hebben niet stil gezeten en hebben er hoge verwachtingen van. We zitten nu in een fase dat we de klanten niet kunnen bezoeken en ik hoop echt dat het snel over is. In de tussentijd maken we veel samples die we klanten toe kunnen sturen. Dan opvolgen met beeldbellen. Daarnaast zullen we dit jaar tijd besteden om de machine goed te leren kennen. ”

“De crisis heeft ook ons geraakt, we deden best wel veel voor festivals en lokale evenementen. De verdiensten blijven wel achter. Het is eigenlijk een wonder dat we de machine hebben kunnen neerzetten. Ik krijg energie om bezig te zijn met iets nieuws, je bent vooruit aan het kijken en blijft niet stil staan in het heden. Dat raad ik iedereen aan.”

“Ik vond het jammer dat de Selfcare dag niet door ging. Ik had het leuk gevonden om zelf te vertellen waar we mee bezig zijn. Je mist wel de input waar anderen mee bezig zijn, dat krijg je terug van de VKGO evenementen. Dat is er nu even niet.”

HENK KOPPELAAR

KOPPELAAR MIXMEDIA B.V

In Maasdijk heeft Koppelaar Mixmedia een vestiging die drukkerij de Waal in 2015 overgenomen heeft. Henk Koppelaar laat zijn bedrijf online zien.

“In 2019 hebben we een pers aangeschaft waarmee we heel lang met problemen te maken hadden voordat we het werk waar die voor aangeschaft was er op konden drukken. Toen we er afgelopen februari klaar voor waren en de mouwen konden opstropen kwam corona. Dus we zijn nog niet echt opgeschoten. In aantallen zijn de orders wat teruggelopen. We missen werk van evenementen, scholen en andere branches die op dit moment niet veel doen.”

“We komen nu twintig procent te kort om kostendekkend te zijn. We hebben geen gebruik gemaakt van NOW, daar komen we niet voor in aanmerking.”

Onze plannen zijn om door te groeien in voedselveilig drukwerk. Zoals koffiebekers, tomaten bekers en alle soorten verpakkingen voor groente en fruit. We zien een groeimarkt in de omschakeling van plastic naar papier. We ontwikkelen daarvoor een groot aantal nieuwe producten.”

“Het gevoel dat je er niet alleen voor staat is voor mij belangrijk.”

De bijeenkomsten van VKGO spreken mij aan omdat je daar collega’s ontmoet die je anders niet zou zien. Zelf ben ik niet zo actief op het web. Ik gebruik het wel maar ben er niet de hele dag mee bezig.”

“Inmiddels ben ik 66 en ben ik eigenlijk meer op zoek naar een partner die op termijn het bedrijf zou willen overnemen. Het gaat mij niet om het geld alleen. Mijn uitdaging is het optimaliseren van het productieproces. De huidige tijd is daarin de grootste spelbreker. Het belangrijkste vind ik dat we de onderlinge kontakten binnen de vereniging vasthouden en intensiveren. Het gevoel dat je er niet alleen voor staat is voor mij belangrijk.”

EXPERIENCE

KIJKJE IN DE KEUKEN BIJ PROBO

11 FEBRUARI 2020

De inspiratie bijeenkomst bij Probo in Dokkum trok zo veel VKGO leden dat het Toob Alers de uitspraak ontlokte dat we in het vervolg beter de evenementen ver weg kunnen organiseren. De opkomst was met haast veertig leden overweldigend te noemen. Het programma was er ook naar. Een Elfstedentocht aan informatie trok voorbij.

PROBO INFO

Probo directeur René de Hey deed in een boeiend betoog het ontstaan van Probo print uit de doeken. Erwin Postma startte het bedrijf in 2001. In 2009 nam Probo het besluit zich volledig te richten op productie voor resellers. In 2019 verwerken 390 medewerkers meer dan 2500 orders per dag. De Hey noemt zijn bedrijf een offline bedrijf met meer dan 7000 klanten waarvan er veel online verkopen. Probo richt zich niet alleen op sign maar produceert ook alle denkbare soorten digitaal drukwerk.

UPDATE

Tijdens de opening gaf Toob inzage in de gesprekken met de andere belangenorganisaties in de grafische industrie. Vervolgens gaf het Dienstencentrum bij monde van Peter Tegel een update over een aantal regelingen en subsidies die gaan over duurzaam ondernemen, CO2-reductie en arbeidsrecht.

PRODUCTIE

De rondleiding door de productie is indrukwekkend. De in hoge mate geautomatiseerde productie beslaat een groot aantal hallen. De bedrijfsfilm van Probo geeft een mooie indruk. Opvallend is dat Probo sinds kort van een eigen besteldienst gebruik maakt. Veel aandacht van de bezoekende VKGO leden is er voor de innovaties op het gebied van behang en akoestische panelen.

BIER

De directeuren van Probo hebben een eigen bierbrouwerij in Dokkum. René de Heij nodigde alle bezoekers uit voor een Kâld Kletske in dit splinternieuwe etablissement dat volop voor bedrijfspromotie ingezet wordt.

OVERNACHTEN

In het VKGO-arrangement zat ook de optie om afsluitend te dineren en te overnachten in Dokkum. Een tiental leden maakten daar gebruik van.

ALV

KENT GROTE ONLINE OPKOMST

26 NOVEMBER 2020

De algemene ledenvergadering moest dit jaar online plaatsvinden omdat fysiek bij elkaar komen niet toegestaan en veilig is. Toch hadden 30 leden zich ingeschreven en waren er 22 aanwezig op de korte Teams vergadering. Vooraf hadden de deelnemers een box ontvangen met daarin een drankje en wat te knabbelen.

ACTIVITEITEN

Na de opening door voorzitter Toob Alers, gaf Mark Bonenkamp een overzicht van de activiteiten in 2020. Ondanks dat de meeste niet door konden gaan was er een activiteit bij Probo in Dokkum die een record aantal leden trok net voor de corona crisis.

DE TOEKOMST

Er komt een kopgroep bestaande uit Mark en Toob die de nieuwe wegen voor de vereniging zal onderzoeken. Met name de samenwerkingskansen met andere verenigingen zullen de twee bestuursleden in kaart brengen. Oorspronkelijk werd hier al dit jaar een aanzet voor gemaakt maar het geheel is doorgeschoven naar 2021. Toob meldt dat er eerste gesprekken zijn geweest met VIGC en KVGO. Gepland zijn zes bestuursvergaderingen voor volgend jaar.

BESTUUR

De Voorzitter heeft voor twee jaar bijgetekend. Rob Ebben is penningmeester geworden. Norbert van Schie is afgetreden. Brenda van Poecke is uit de grafische sector gegaan. Van Norbert en Brenda nemen we later in een fysieke bijeenkomst.

BEGROTING

Het bestuur heeft naar de begroting gekeken naar en besloten, doordat de vereniging steeds kleiner wordt, te stoppen met het externe secretariaatsbureau APPR. Toob geeft complimenten aan APPR die de afgelopen jaren hele goede werkzaamheden heeft gedaan. Henk Griffioen gaat secretariële ondersteuning bieden vanaf 1 januari 202. Dat zorgt voor een behoorlijke verandering in de begroting.

NORMAAL

We maken dit jaar nog een Uitleg die eind van het jaar uitkomt. Ook voor volgend jaar is deze in de begroting opgenomen. Na goedkeuring van de begroting en de financiële stukken over 2020 doet het bestuur het voorstel een korting te geven op de contributie van 25% omdat dit jaar als een verloren jaar wordt gezien. Het voorstel wordt aangenomen. Toob sluit af met de wens dat we snel weer naar normaal kunnen gaan en dat 2021 weer een mooi verenigingsjaar zal worden.

NATASJA KASTELEIN

DORTLAND EN VAN BEEM

Natasja treffen we op kantoor. “Thuis werken met twee kinderen is geen doen. Ik heb hier een eigen kantoor, dat is veilig en ongestoord. Ik ben druk met social media en mailingen op dit moment. Sommige klanten kun je wel bezoeken en andere niet. Sales is heel lastig nu.”

“We hebben best nog een groot klantenbestand en we proberen zo veel mogelijk mensen te bellen. Maar het is best lastig mensen te bereiken. Vroeger zaten ze op een vaste plek te werken en nu zitten ze overal. Je heb niet zo snel een telefoongesprek tot stand gebracht. Maar er zijn bedrijven die het veel moeilijker hebben dan wij.”

De omzet van Dortland en van Beem is met ongeveer 25% teruggevallen. “We maken gebruik van de NOW regelingen en we proberen mensen de vakanties zo veel mogelijk te laten opnemen. Er is minder werkdruk dus dan moet er ook meer ruimte zijn om te ontspannen. De machines kunnen een voor een in groot onderhoudt zonder al te veel stres. Maar gelukkig zien we het werk wel aantrekken. ”

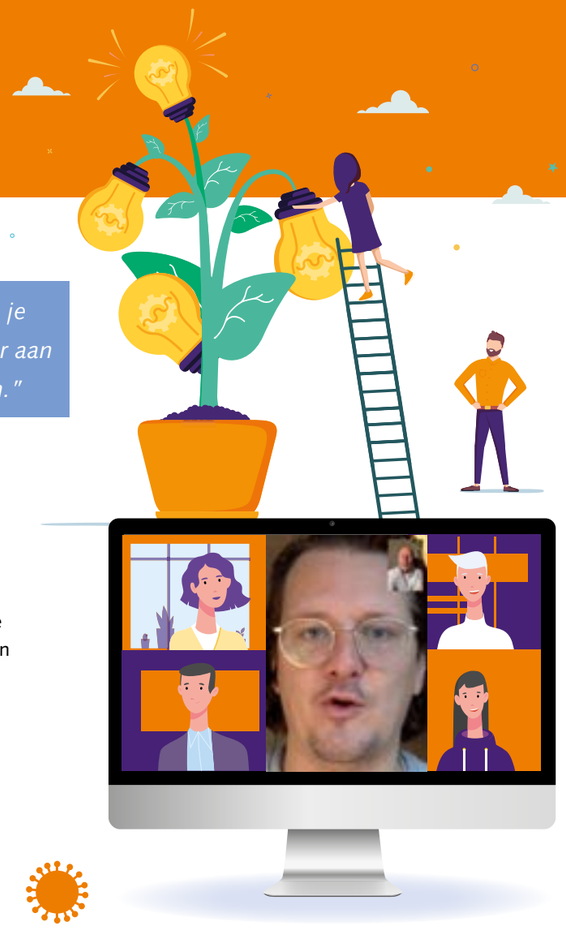
”Wees trots op wat je maakt en wat je doet.”

“Een nieuwe activiteit is het bedrukken van koffiebekers,” vertelt Natasja. “Er zit een speciale PLA coating aan de binnenkant die gemaakt is van suikerriet. We doen dit speciaal voor drukkerijen of de grafisch ontwerper. We hebben een stans gekocht en een bekermachine. We zijn bezig er een filmpje van te maken. Het is heel leuk om voor zo’n nieuw product in een nieuwe markt promotie te maken.”

“We hebben een periode dat we aan ziekenhuizen hebben kunnen leveren via een drukker met daarop mededelingen die passen in deze tijd. Van grote tot kleine oplages kunnen we aan dus het is zeker voor de VKGO collega’s interessant.”

“Ik ga naar de bijeenkomsten van VKGO omdat ik daar meer mensen spreek dan dat ik normaal kan bereiken als ik die klanten ga bezoeken. Ik vind het ook interessant om te weten wat bedrijven doen. Als je een vraag uit de markt krijgt kun je er op die manier snel een ander bedrijf bijhalen omdat je ze al kent. Zo ben je toch bezig met verbindingen te leggen.”

“Het belangrijkste is gezond blijven en mensen zouden wat meer naar elkaar om moeten kijken. Dat hoor je natuurlijk best veel maar doe je het ook? Daarnaast hoop ik dat we snel weer van die leuke bijeenkomsten kunnen hebben en dat we weer op een normale manier met elkaar om mogen gaan. Het kan natuurlijk altijd erger. Laten we aardig zijn voor elkaar. Wees trots op wat je maakt en wat je doet.”



NIELS POSTMA

TAPP.ONLINE

“Zo’n Selfcare dag is natuurlijk heel leuk maar er zouden eigenlijk geen 30 maar 300 bedrijven op af moeten komen. Er zijn nog een aantal verenigingen maar wellicht moet je dat wel bundelen. Maar misschien moeten we wel van imago kleine grafische ondernemers af en meer een club van mensen die elkaar graag ontmoeten.”

“Communicatie is ontzettend belangrijk in deze periode. Het is goed dat de organisatie waar je lid van bent regelmatig contact zoekt met de leden. De industrie slaapt in. Juist nu moet je actief zijn anders kun je net zo goed stoppen.”

“Ik heb mijn baan opgezegd net voor de corona crisis en had hele wilde plannen. Ik heb niet stil gezeten en heb de tijd genomen om een innovatie uit te werken. Ik ben er al drie jaar mee bezig. Het is zo dun als papier en er zit een chip in die temperatuur kan meten en onthouden. Dat steek je in papier en dan krijg je papier dat temperatuur kan loggen. Ik ben op het spoor gebracht door een klant die bigbags met pootaardappelen over de hele wereld verscheept. Hij wil graag de condities van die ladingen monitoren. Ik ga nu de technologie die dit mogelijk maakt ontwikkelen. Ik heb geen printers maar het middel dat ik gebruik is papier. Ik ben nu een IT bedrijf dat papier als drager gebruikt. Wat we nu hebben is een sticker die plak je ergens op en als je de telefoon erbij houdt kun je in een keer zien welke temperaturen het product gedurende zijn reis meegemaakt heeft. Begin december lever ik dat op en dan hebben we een platform waar we nieuwe klanten op aan kunnen sluiten.”

“De volgende stap is dat we de markt op gaan. Dit is echt nieuws en daar willen we breed aandacht voor vragen. Er is nog veel meer mogelijk. Je kunt de temperatuursensor er uit halen en er bijvoorbeeld een schoksensor voor terugzetten. De mogelijkheden zijn legio en het mooie is dat papier daar de drager van is. Dus het biedt ook mogelijkheden voor de grafische industrie. Het papier is hier de verbindende factor. Ik denk dat papier op deze manier een hele mooie toekomst heeft. Ik zou er best een paar mensen bij willen hebben dan zou het allemaal veel sneller gaan.”

”Je moet niet in je bedrijf werken maar aan je bedrijf werken.”

“Door activiteiten en contacten krijg je ook weer energie. Je moet zelf bewegen. Ik zie in de grafische industrie dat het te weinig gebeurt. Een afwachtende houding brengt je uiteindelijk niets. Je moet niet in je bedrijf werken maar aan je bedrijf werken.”

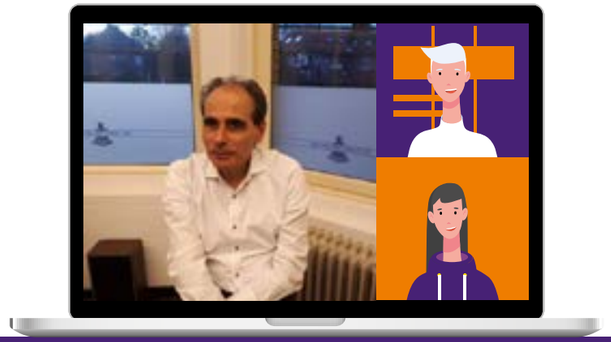
“Persoonlijk gaat het goed, we verwachten binnenkort onze derde dochter. Dus ik krijg het nog heel druk mee.”

“Voor het VKGO is de bijeenkomst met de leden de olie binnen het gezamenlijke netwerk, we moeten nieuwe vormen vinden om toch met elkaar in contact te blijven. Wanneer het mogelijk is moeten we heel snel een bijeenkomst organiseren. “

ROB PEKELHARING

DRUKKERIJ IMPRIMO

"Ik ben in goede conditie en ben niet bang voor het Virus. Wel jammer dat sociale leven behoorlijk beperkt is (vrienden, clubcontacten en reizen). Gelukkig kan ik wel gewoon blijven hardlopen en tennissen."



"Het gaat met het bedrijf een stuk minder dan normaal, hoe meer beperkingen er komen, hoe minder het aanbod van werk wordt. Mailingen, cursusmateriaal en printwerk voor events en bijeenkomsten is sterk teruggelopen. Het lijkt wel een openlucht markt, het werk en de planning gaan volgens het dag-aanbod. De vaste klussen zijn een stuk minder geworden. Gelukkig zaten we net met een minimale bezetting, wat aanzienlijk in de kosten scheelt. Pech voor een jonge, nieuwe medewerker die we in maart nog graag wilde hebben. En we hebben financiële reserves, alle apparatuur is zelf gefinancierd. Maar de verliezen zullen dit boekjaar aanzienlijk zijn, voor het eerst in 35 jaar."

"Drukpers eruit, snelle XL printer erin"

"We hebben een nieuwe weg ingeslagen, de 50/70 drukpers eruit, snij/freesmachine en snelle XL printer erin. Dat gebeurde in maart/april van dit jaar, net na losbreken van Covid ellende. Ik ben er blij mee omdat we zo een nog breder pakket kunnen aanbieden en ons goed hebben kunnen inwerken. En dat bredere aanbod brengen we inmiddels ook in praktijk. Wij leveren sneller en in betere kwaliteit dan internetaanbieders. Alleen ligt onze prijs meestal een stuk hoger. Maar prijs is niet alles bepalend."

"Wat we kunnen gezamenlijk doen om deze tijd goed door te komen is een lastige vraag. Je kunt m.i. niet al te veel doen. Helemaal nu de maatregelen weer aangescherpt worden. Er weer meer mensen die thuis werken, dus nog minder activiteiten. Ieder wordt op zijn/haar manier hierdoor geraakt afhankelijk van de soort klanten waar je voor werkt. Komen daar veel van uit de reis- en/of eventbranche dan is het nog moelijker de tijd goed door te komen. Wat je wel kan doen is met elkaar contact houden over steunmaatregelen, mogelijkheden tot reorganisatie, uitstel van belastingen. En daarbij de vraag stellen of je in de toekomst nog een levensvatbare productiebedrijf kan zijn of hoe je concreet je hoofd boven water kan houden en mogelijk veranderingen of een reorganisatie kunt doorvoeren."

"Zorg dat je bedrijf op orde is, er is nu meestal wel tijd om dit te bewerkstelligen.Houd contact met je klanten via bijv. e-mailings. Dan ben je ervoor klaar als we het virus hebben weten te verslaan."

TOOB ALERS

BURO TOOB

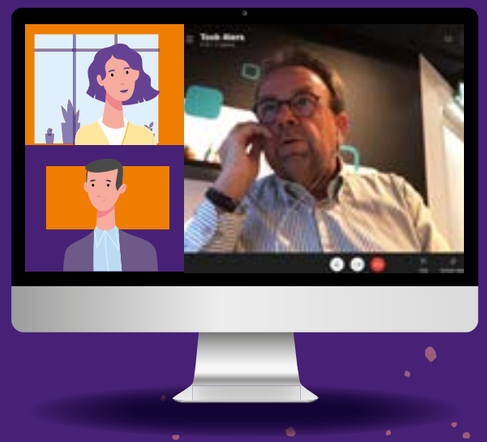
"Buiten wat lichamelijke klachten is het goed. Als je een half jaar verliest door corona dan voelt dat anders. Het komt van buiten naar binnen. Is met niets te vergelijken. Door de bank genomen draaien we twintig procent minder dan het voorgaande jaar. De eerste vier maanden was het zestig procent minder maar de laatste twee maanden plussen we veertig procent." De start van 2020 was top!

"Moet je er andere dingen voor doen? Ik zie in de retail tak waar we voor werken veel interesse voor online communicatie en digital screening. We werken met een netwerk van schermen die naast landelijke reclame kansen biedt voor lokale ondernemers. Wij verzorgen daarin onder meer de digitale nieuwsvoorziening en advertising. Daar moet je als bureau wel op ingespeeld zijn. Daar komt bij dat wij in de retailmarkt zitten. Wij vermarkten winkelcentra. Dat is op zich een goede markt maar nu niet op de activatie. Er wordt minder gewinkeld omdat mensen niet in groepen naar het winkelcentrum gaan."
"Ik ben een beller; overal en altijd. Ik bel ook mensen die een tijdje niets van me gehoord hebben en ik vraag hoe het met ze is. Dat contact blijven houden is super belangrijk. We zijn niet met echt nieuwe dingen bezig. De communicatie multimedia mix is niet veranderd. Wij schaken op zoveel mogelijk borden. Zowel op sociale media voor klanten als het verzorgen van drukwerk en billboards. Voor ons is nieuw dat we een landelijk abrinetwerk hebben kunnen inzetten voor lokale reclame. We hebben daar wel een corona pakket van gemaakt waar we een behoorlijk aantal campagnes mee hebben binnengehaald. Je moet wel je pakket toesnijden op de veranderende marktsituatie."

"Ik ga naar een VKGO selfcare dag omdat mensen het ontzettend fijn vinden om in de buitenlucht bezig te zijn en elkaar op een andere manier te spreken. De sociale component is echt heel belangrijk. Daarnaast zie ik gewoon vaak nieuwe dingen. Ik ben oprecht geïnteresseerd in waar mensen mee bezig zijn en dan kom je zaken tegen die je direct in je bedrijf kunt toepassen. Je moet niet alleen maar zenden, maar ook luisteren. Van zo'n dag krijg ik gewoon veel energie. Maar daarnaast krijg ik er vriendschap voor terug van de energie die ik erin steek. En dat is heel belangrijk. De verbindende factor is de vereniging. Hoeveel vrienden heeft een mens, dat zijn er geen zestig. Die verenigingsvriendschappen zijn gewoon mooi."

"Hoeveel vrienden heeft een mens, dat zijn er geen zestig. Die verenigingsvriendschappen zijn gewoon mooi."

"We worden als bestuur niet betaald voor ons werk. We hebben de selfcare dag afgeblazen. Daar baal ik echt wel van. We steken er veel tijd en energie in en als het dan niet doorgaat dan is het heel jammer. Wat zou de vereniging nog meer kunnen doen. We denken aan een actie: "laat wat van je horen". We zoeken naar mogelijkheden om leden met elkaar te verbinden."



ALLES IS ANDERS DIT JAAR

MAAR WIJ KIJKEN SAMEN NAAR DE TOEKOMST!

vkgo