



Graficiënt vindt betaalbare ruimte in Almere

‘Ondernemers zijn trots op Flevoland’

Drukkerij Graficiënt vestigde zich in 2009 in Almere. In 2010 werd het bedrijf in die gemeente gelijk onderneming van het jaar. Hoe kon Graficiënt zich zo onderscheiden? De grafische industrie doorstaat immers zware tijden.

In 1992 nam Gertjan Martens de in Laren gevestigde drukkerij Van Wijland over van zijn vader waarna hij in 1996 nog een drukkerij in Utrecht erbij kocht. “In 2006

constateerde ik dat ik met twee conventionele drukkerijen te maken had. Maar het mediagebruik verplaatste zich naar de digitale snelweg en dus, moesten drukkerijen hun nek uitsteken. Sommigen gingen specialiseren, andere kozen juist voor het full service principe. Wij moesten ook veranderen. Een full service grafimedia centrum, dat was mijn droom.”

Beide drukkerijen werden samengevoegd en Martens ging op zoek naar een nieuwe locatie. Uiteindelijk koos hij voor Almere. “De gemeente Almere heeft een economisch loket wat bij ondernemers echt een gevoel geeft dat je hier welkom bent. Van de gemeente Almere heb ik ook geen tegenwerkingen gekregen, terwijl ik uit eigen ervaring weet dat dit nog wel eens anders is. De bestemmingsplanwijziging was snel voor elkaar en intussen kon ik mijn voorbereidingen treffen voor de bouw. Ik heb ruim kunnen bouwen op deze prachtlocatie aan de Stichtse Brug. De provincie Flevoland heeft wat dat betreft veel te bieden. Ik merk ook dat hier, anders dan in 't Gooi, onderling sprake is van een heel positief ondernemersklimaat. In Flevoland zijn we met zijn allen trots op dit stukje polder.”

UNIEK

Eind 2008 vielen de banken om en in hun kielzog ook vele drukkerijen. Waarom wist het net verhuisde Graficiënt wél het hoofd boven water hielden? “Graficiënt helpt klanten bij al hun communicatievragen: printmedia, internetmedia, grafisch ontwerp en consultancy. Maar dat is op zich niet uniek genoeg”, relativeert de directeur. “Het enige wat ik kan bedenken is de persoonlijke aandacht die we voor onze klanten hebben en het feit dat we heel erg hebben ingezet op duurzaamheid. Dat dragen we ook uit.”

DUURZAAM ONDERNEMEN

Drukwerk en duurzaamheid: gaat dat wel samen? Weblog GeenStijl noemt kranten zelfs ‘dode bomen’. Martens is het niet eens met dat beeld: “Een halfuurtje de Telegraaf lezen op je iPad kost meer CO₂ dan de productie van de zaterdagkrant. Daarnaast bestaan er ook meer milieuvriendelijke druktechnieken. Zo werd ik tien jaar geleden op de vingers getikt omdat ergens nog een klein flesje thinner stond. Dat spul is kankerverwekkend. Maar intussen draait nog steeds negentig procent van alle printers met inkt op thinnerbasis. We hebben nu een latexprinter. Zelfs onze vloerbedekking is cradle to cradle en je ziet het er niet aan af”, lacht hij.

Op lange termijn is duurzaamheid volgens Martens de enige mogelijkheid om onze manier van leven te behouden. Dat hoeft niet duur te zijn. “De overstap naar een duurzaam bedrijf heeft Graficiënt amper een stuiver méér gekost. Dus waarom zou je het niet doen?

Dat zou ik heel veel andere ondernemers willen vragen. Ik merk tot nu toe dat het bedrijfsleven het vooral teveel wérk vindt om alles uit te zoeken. Het is geen onwil. Zij hebben dus een partner nodig die alles kant-en-klaar regelt.”

GRAFISCH EN EFFICIËNT

Als het om duurzaam drukwerk gaat is Graficiënt die partner. Maar door drukwerkconsultancy kunnen klanten ook veel tijd en geld besparen. Enerzijds helpt Graficiënt organisaties om de juiste mediamix te vinden om te communiceren met hún klanten, anderzijds worden ze geholpen bij het beter managen van hun communicatieuitingen. Martens: “Het geregeld en het vergaderen om het drukwerk heen is vaak duurder dan het drukwerk zelf. Graficiënt neemt daarom het drukwerkmanagement over en zorgt voor de distributie. Zo kunnen bedrijfsfilialen rechtstreeks bij Graficiënt nieuwe folders bestellen zodat ze die binnen een dag krijgen. Dat scheelt rompslomp door tussenkomst van een hoofdkantoor en in de opslag van materialen die anders wellicht jaren in het magazijn staan.

WEBWINKEL

In de toekomst wil Martens zich ook richten op de consumentenmarkt, daarbij gebruik makend van internet. Consumenten kunnen via internet posters, banners, spandoeken en andere producten kopen waarvoor ze zelf de afbeelding uploaden. Martens: “We zijn nu bezig met een webwinkel waar iedereen zijn eigen kunst kan uitzoeken en deze op canvas kan bestellen, dus eigenlijk leveren wij dan content voor onze eigen canvasdoeken. Dit soort activiteiten willen we uitbreiden. Gelukkig hebben we daarvoor de ruimte, want door de relatief lage vierkante meterprijs konden we méér grond kopen dan aanvankelijk gepland.”