



jaargang 105
december 2023

06

KBM

Kantoor Business Magazine

Visie 2024: wat leeft er in de branche?

Druk bezocht
Officers World met
Leontien van Moorsel

Despec verbreedt
assortiment met
interessante merken



LIBRIS BLZ. RICHT ZICH OOK OP NON-BOOKS

Specialist in
printersupplies

despec

a UFP group company

is ook uw
leverancier voor:

Kantoorartikelen
& papier

Reinigings- & desinfecterende
producten, plakband & ander
bevestigingsmateriaal,
(foto)papier, labels & etiketten,
schriften & notitieboeken,
bureaulampen, rekenmachines,
batterijen, etc.

Double A

MediaRange

tesa



UNiLUX

Officieel distributeur printersupplies
Breed assortiment, ruime voorraad & betrouwbare levering

Canon



EPSON
EXCEED YOUR VISION

KYOCERA

brother

OKI

DYMO



SAMSUNG

Lexmark

UTAX
DOCUMENT CONSULTING

xerox



KONICA MINOLTA

RICOH



3D Printing

3D filament zoals PLA, ABS,
PETG, maar ook 3D printers
& 3D scanners.

FLASHFORGE 3D PRINTER **CREALITY**

eSUN 易生 **Verbatim**.
Technology you can trust.

IT-accessoires, netwerk & gaming

HDD & SSD harde schijven, SD & USB-sticks, muizen, toetsenborden,
headsets, webcams, powerbanks & batterijen, kabels, connectoren,
hubs & docking stations, rugzakken, maar ook switches, routers &
wifi versterkers, gaming & smart home accessoires.

CHERRY

Trust.

logitech

Jabra GN

TP-LINK



poly

Targus



SCAN DEZE QR CODE VOOR ONS
VOLLEDIG ASSORTIMENT!

Colofon

KBM is een uitgave van



Kerkenbos 1015L, 6546 BB Nijmegen
Telefoon +31 (0)24 34 54 150
www.kantoor.net.nl
Twitter: @KBM_Magazine

UITGEVER
Joost Heessels

HOOFDREDACTEUR
Joost Heessels

EINDREDACTEUR
Emiel te Walvaart
Emiel@magentacomunicatie.nl

SALES & MARKETING
Michiel Korsten
michiel@magentacomunicatie.nl

MEDEWERKERS
Antal Giesbers, Peter Damman,
Huug Duin, Hans Hoot,
Hans-Erik de Kruijff,
Emiel te Walvaart, Hamid Bagheri

VORMGEVING
Wendy van Cuijk
Studio DePho

DRUK
Veldhuis Raalte

ABONNEMENTEN
& ADRESWIZIGINGEN
magenta@mijnlijdschrift.com
088-2266682 onder vermelding van
tijdschrift en NAW-gegevens.
Een abonnement wordt automatisch
verlengd, mits 2 maanden voor de ver-
valdatum via mail of post opgezegd.

ADMINISTRATIE
administratie@magentacomunicatie.nl

ALGEMENE INFORMATIE
info@magentacomunicatie.nl
Onze algemene leverings- en beta-
lingsvooraarden zijn gedeponeerd
bij de KvK in Arnhem onder nummer
09109239.

Niets uit deze uitgave mag worden
verveelvoudigd en openbaar gemaakt
door middel van druk, internet, fotokopie,
microfilm of welke andere wijze dan ook
onder voorafgaande toestemming van
de uitgever. De uitgever kan niet aan-
sprakelijk worden gesteld voor persoonlij-
ke of materiële schade veroorzaakt door
onjuistheden in deze uitgave.

ISSN 0929-7871

© Copyright 2023

OFM



Het lijstje van 2023

Aan het eind van het jaar geef ik de lezers van KBM altijd een boodschappenlijstje mee van zaken die spelen in de markt. Als je terugkijkt naar de tijd vóór 2020, was dat meestal een lijstje met achteraf onschuldige zorgen en aandachtspunten. Maar daarna werd de lijst elk jaar langer en dreigender, met 2022 toch wel als bizarre hoogtepunt. Met inflatie, een oorlog om de hoek, de naweeën van corona en volop leveringsproblemen.

Na drie knotsgekke jaren (2020, 2021 en 2022) concludeer ik op de valreep van dit jaar dan ook dat de rust weer enigszins is teruggekeerd. Ik juich nog niet te hard, want we hebben er weer een brandhaard in de wereld bijgekregen (Gaza) die voor onrust en onzekerheid zorgt. We hebben een forse politieke verschuiving gezien waarvan de uitkomst nog onzeker is. Maar het is toch allemaal even wat minder heftig dan de jaren ervoor. Maar goed, het blijven de roaring twenties, dus wat volgend jaar gaat brengen? wie het weet, mag het zeggen.

Blijft over mijn lijstje van zaken die volgens mij momenteel spelen

- Personeelstekort; hoe krijg je en hoe hou je mensen;
- Oplopende personeelskosten;
- Terugbetaalnen coronasteun;
- Afnemende interesse traditioneel assortiment;
- Onzekerheid consument door (inter)nationale ontwikkelingen;
- Branchevervaging;
- Nog altijd toenemende macht online;
- Verschraling aanbod kantoorboekhandels in dorpen en kleinere steden;
- Overnames door supermarkten van kleinere winkels voor de rookwaren (en loten etc).

Het lijstje is bijna even lang als vorig jaar en ziet er toch weer heel anders uit. En, optimist als ik ben, zie ik volop kansen. De globale staart tussen de benen van het toneel verdwenen en voor de zakelijke lokale vakhandels biedt dat volop kansen. Ga dan alsjeblieft wel met je assortiment aan de slag en kijk niet alleen naar het toevoegen van facilitaire producten. Maar ook wat vaker richting IT en consultancy. Er is nog 'nwereld te winnen.

Maar voor ik verder ga, lees vooral de visies van de experts over het afgelopen jaar en de toekomst verderop in dit nummer. Boeiende inzichten over onze markt in het hier en nu. Rest mij iedereen die dit leest een heel mooi, gezond gelukkig én succesvol 2024 toe te wensen!



Joost Heessels



paper show 24

**28^{STE} PROFESSIONELE BEURS VOOR DE
PAPIERWAREN, KANTOORARTIKELEN,
SCHOOLBENODIGDHEDEN, HOBBY, WENSKAARTEN EN GIFTS**

**21/01 & 22/01/2024
NEKKERHAL · MECHELEN**



Nekkerhal - Brussels North
Mechelen

INFO EN INSCHRIJVINGEN: www.bosta.org



SCAN ME

Bosta

BELGIAN OFFICE AND STATIONERY
TRADE ASSOCIATION ASBL

Inhoud



16



14



26



Nieuws

- 7 Algemeen
- 40 Productnieuws
- 42 Kantoorplein

Distributie

- 11 Despec verbreedt assortiment
- 13 123inkt betaalt 2 miljoen euro voor Staples Benelux

Hybrid working

- 12 De impact van flexibel werken

Event

- 14 December-event Officers World met Leontien van Moorsel druk bezocht

Coverstory

- 16 Libris Blz. richt zich ook op non-books

Telecom

- 20 Lydis versus FTM; hoe een negatieve publicatie in je voordeel uitpakt

Bedrijven in beeld

- 24 Op bezoek bij Kieft All Office
- 26 Jabra versterkt positie in turbulente UC-markt

Visie 2024

- 28 2023 in cijfers
- 31 Arnold Theuws (Quantore)
- 32 Erwin Snoeker (Adveo)
- 33 Karim Aouadi (Herma)
- 34 Lieke Vogels (Novaka)
- 35 Peter Damman (entrepreneur)
- 36 Bert Lippens (Brepols)
- 36 Eric Sevriens (edding)
- 38 Visie van drie vakhandels

Column

- 3 Voorwoord Joost Heessels
- 25 Column Eric Herni: Agenda
- 46 Column Peter Damman: inflatiespook voorlopig nog niet weggejaagd

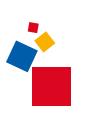
Service

- 3 Colofon
- 44 Servicewijzer

HOME OF
CONSUMER GOODS

ambiente

26 t/m 30.1.2024
FRANKFURT / MAIN



THE LIFESTYLE MOVEMENT

De meest geavanceerde showcase van werkplekoplossingen – Ambiente opent nieuwe zakelijke mogelijkheden met Working. De combinatie van het nieuwe werken en lifestyle, thuis en kantoor brengt een scala aan segmenten samen van kantoorbenodigdheden en -inrichting, Remanexpo tot innovatieve concepten op het Future of Work areaal.

Your industry, your community:
ambiente.messefrankfurt.com/working
info@netherlands.messefrankfurt.com
Tel. +31 70 262 9071



messe frankfurt

Aantal speelgoedwinkels stijgt voor eerst sinds 2011



Met Sinterklaas en Kerst voor de deur, is er eindelijk weer een lichtpuntje voor speelgoedwinkels. Na donkere jaren van sluitingen en faillissementen, neemt het aantal fysieke speelgoedwinkels voor het eerst sinds 2011 toe. Uit cijfers van dataspecialist BoldData blijkt dat het

aantal zaken in 2023 met 4,25% is gestegen. Nederland telt nu 735 speelgoedwinkels.

De afgelopen jaren verdwenen steeds meer speelgoedwinkels uit het straatbeeld. Zeker na het faillissement van Intertoys in 2019. In dat jaar sloten 305 zaken hun deuren, een daling van 29,6%. Dit jaar neemt het aantal voor het eerst toe. 30 nieuwe zaken schreven zich in bij de KvK als 'winkel in speelgoed'. In 53% van alle speelgoedwinkels staat een zelfstandig ondernemer aan het roer en 41% van de zaken heeft een webshop.

Kartonfabrikant Solidus sluit vestiging Hoogkerk

Producent van massief karton en circulaire verpakkingen Solidus wil zijn vestiging in Hoogkerk in het eerste kwartaal van volgend jaar sluiten. Ingrijpen is nodig om erger te voorkomen, zegt de directie tegenover RTV Noord. De gehele kartonindustrie verkeert al een aantal jaren in mineur. Solidus is daarop geen uitzondering. Stijgende energie- en milieukosten plus een dalende omzet dwingen het bedrijf tot maatregelen. Dat juist de vestiging in Hoogkerk dicht moet, heeft te maken met de specifieke afzetmarkt waarvoor deze locatie produceert. Het gaat om karton voor bijvoorbeeld bordspellen en kantoorartikelen. De vraag daarnaar neemt gestaag af, aldus Van Mierlo. 'Het voordeel is wel dat

we de productie op andere locaties kunnen opvoeren, doordat we daar straks meer mensen aan het werk hebben.' 'We hebben al tijden een vacaturestop, we hebben tijdelijk een ander ploegensysteem ingevoerd, maar dat heeft niet geholpen', legt directielid Erik van Mierlo uit tegenover het nieuwsmedium. Solidus is een van de oudste kartonfabrikanten in Europa. De fundamenten van Solidus gaan terug tot het noorden van Nederland in het midden van de 19e eeuw. Naast de productielocatie in Hoogkerk heeft Solidus vestigingen in Bad Nieuweschans, Oude Pekela en Coevorden. Daarnaast zijn er verkoopkantoren in België, UK, Spanje, Portugal, Duitsland, Polen en Costa Rica.



Overname Hamelin van Pelikan Groep een feit

Hamelin kondigt aan dat het goedkeuring heeft gekregen van de Duitse mededingsautoriteiten voor de overname van de Pelikan Groep. De transactie zal midden december 2023 afgerond worden.

Op 30 juni kondigde Hamelin de overname al aan. Pelikan Group GmbH, gevestigd in Berlijn, is een van 's werelds toonaangevende bedrijven op het gebied van hoogwaardige school- en kantoorbenodigheden. Het assortiment omvat meer dan 12.000 artikelen, van hoogwaardige schrijf- en hobbyartikelen tot notitieboeken en -mappen, onder de bekende merken Pelikan

en Herlitz. De internationale fabrikant van merkproducten heeft een lange historie van meer dan 185 jaar en is nu een wereldspeler met lokale dochterondernemingen en verkooporganisaties in Duitsland, Argentinië, Colombia, Mexico, België, Zwitserland, Italië, Polen, Hongarije, Tsjechië, Bulgarije, Roemenië, de Verenigde Arabische Emiraten (VAE), Japan en Maleisië. De Pelikan Group heeft productiefaciliteiten in Duitsland, Mexico, Colombia en Polen. De Pelikan producten worden verkocht in bijna alle landen van de wereld. Hamelin is een familiebedrijf opgericht in 1864 in Caen, Frankrijk. Met een totale omzet van meer dan 400 miljoen euro en

2.300 medewerkers is Hamelin een van de toonaangevende fabrikanten van school- en kantoorartikelen in Europa. Oxford, het slagschip-merk van Hamelin, is het toonaangevende Europese merk voor notitie- en archiveringsproducten. Hamelin heeft lokale dochterondernemingen en vestigingen in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje, Italië, Zwitserland, Nederland, Duitsland, Denemarken, Polen, Tsjechië, Turkije, Tunesië en Australië. Met de overname van Pelikan wil Hamelin een wereldspeler worden in de sector van school- en kantoorbenodigheden met een van de breedste productportfolio's op de markt.

Casala wint German Design Award 2024



Omega is de winnaar van de German Design Award 2024 in de categorie 'Excellent Product Design' voor 'Furniture'. Casala en designer Favaretto & Partners zijn bijzonder trots dat de jury van de German Design Council

niture'. Casala en designer Favaretto & Partners zijn bijzonder trots dat de jury van de German Design Council

het predicaat 'Winnaar' heeft toegekend aan de Omega stoel. Met het winnen van deze award onderstreept Casala haar rol als toonaangevende specialist in stijlvol projectmeubilair, dat uitblinkt in design én functionaliteit.

Tijdens het ontwerpproces van Omega zocht de Italiaanse designer Francesco Favaretto van Favaretto & Partners naar een manier om de zitkuip om het frame te buigen. Als schetsend kwam de Griekse letter Omega in beeld met zijn combinatie van ronde en rechte lijnen.

Maxhub breidt uit met Europese showroom in Amsterdam

Maxhub opent een nieuwe showroom in Amsterdam, tevens het eerste solution center van het merk in Europa. Na de opening van het logistieke centrum in Rotterdam in april 2023 blijft het bedrijf zijn aanwezigheid in Europa en Nederland uitbreiden. Deze opening weerspiegelt een strategische stap om zijn positie op het oude continent te versterken. Het doel van dit nieuwe centrum is om een meeslepende ervaring van Maxhub's producten en oplossingen mogelijk te maken en zo de relaties met potentiële klanten te versterken. Daarnaast weerspiegelt deze opening een belangrijke betrokkenheid bij de culturele diversiteit en voorkeuren van de Europese markt. Het nieuwe centrum is niet alleen het perfecte contactpunt voor de Benelux-landen, maar ook voor andere landen zoals Frankrijk, Duitsland, Italië, de Scandinavische landen, Spanje en het VK, dankzij de goede bereikbaarheid. De nieuwe showroom in Amsterdam, uitgerust met modern vergadermeubilair van de Deense fabrikant HAY, neemt bezoekers mee naar innovatieve werkomgevingen.

Nederlandse Hanneke Faber wordt nieuwe CEO Logitech

Hanneke Faber treedt op 1 december 2023 toe tot Logitech als CEO. Aan haar de taak de omzetsdaling van de producent na corona om te buigen.

In de coronaperiode behaalde de Zwitsers-Amerikaanse producent recordomzetten door de toename van thuiswerken. Daarna ging het een stuk minder, door productieproblemen, inflatie en teruglopende verkopen. Deze zomer werd bekend dat Bracken Darrell, president en chief executive officer (CEO), het bedrijf zal verlaten. Het ontslag van Darrell als

president, CEO en als lid van de raad van bestuur van Logitech bleef de komende maand bij het bedrijf om een naadloze overgang te garanderen. Darrell leidde Logitech sinds 2013 en wist het bedrijf sindsdien te transformeren van een aanbieder van computersupplies naar een leverancier van supplies voor computers en unified communication. Hanneke heeft meer dan 30 jaar ervaring in mondiale zakelijk leiderschap bij een verscheidenheid aan consumenten-, B2B- en e-commercebedrijven. In die tijd stimuleerde ze de groei en belangrijke transformaties bij bedrijven met een

omzet van meerdere miljarden dollars bij drie van 's werelds toonaangevende productbedrijven: Unilever, Ahold Delhaize en Procter & Gamble. Hanneke komt van Unilever naar Logitech, waar ze als groepsresident leiding gaf aan hun Nutrition-bedrijf ter waarde van 14 miljard dollar. Haar verantwoordelijkheid omvatte meer dan 150 landen en omvatte mondiale merken als Knorr en Hellmann's, onderzoek en ontwikkeling, de B2B Unilever Food Solutions-activiteiten en een toeleveringsketen van ongeveer 60 fabrieken en contractfabrikanten over de hele wereld.

Drop2Drink wint CSU Innovatie Award 2023

De CSU Innovatie Award 2023 is gewonnen door D2D Water Solutions met hun innovatie Drop2Drink. De Drop2Drink unit filtert hemelwater tot kwalitatief en schoon drinkwater. Het systeem is compact, zelfreinigend, kostenefficiënt en filtert zonder toevoegingen. Namens D2D nam Jeroen Renders de award in ontvangst uit handen van juryvoorzitter Esmée Ficheroux. De CSU Innovatie Award was onderdeel van het CSU Congres, voor professionals en belangstellenden uit de facilitaire branche.

Libris Blz. gaat samenwerking aan met Brepols

Libris Blz heeft met weer een nieuwe partij de samenwerking versterkt, dit keer gaat het om Brepols.

De van origine Belgische producent groeide de afgelopen decennia uit tot de marktleider van agenda's, made in Belgium, sinds 1796. Daarnaast produceren ze kalenders, notebooks en schrijfmappen. Brepols heeft daarnaast flink geïnvesteerd in de ontwikkeling van haar lederwarenmerk Maverick. Een prachtig assortiment lederwaren dat momenteel met veel succes ook in Nederland wordt geïntroduceerd. Bert Lippens, commercieel directeur Brepols: Deze samenwerking bekrachtigt de jarenlange en heel fijne verstandhouding die we al hebben met heel wat Libris Blz ondernemers en met Marcel.

Wij kijken ernaar uit om binnen dit partnership nog meer ondernemers te bereiken en te mogen inspireren met ons breed assortiment. We zien heel wat mogelijkheden om de Libris Blz ondernemers bij te staan in het uitbreiden van hun assortiment met een relevant en succesvol aanbod papier- en lederwaren.



MyPup wil met Parzelo interne logistiek op kantoor stroomlijnen



Duurzame bezorgdienst MyPup (My Pick Up Point) lanceert Parzelo, een nieuw product om de logistieke processen binnen bedrijven makkelijker en overzichtelijker te maken. Parzelo is een software-as-a-service oplossing die helpt de stroom aan pakketten en andere items efficiënt en gecontroleerd te verwerken. Volgens de Post- en pakketmonitor 2022 van ACM worden in Nederland jaarlijks

1,8 miljard zakelijke pakketten bezorgd. Kantoren, ziekenhuizen en universiteiten ontvangen wekelijks tientallen, vaak waardevolle pakketten. Daarnaast hebben veel organisaties servicedesks en uitgiftebalies, waar elke dag vele kostbare items worden uitgegeven en ingenomen. Zonder complete registratie kost het verwerken van pakketten en andere assets veel tijd, en is het zoeken naar

items dagelijkse kost. In het ergste geval verdwijnen waardevolle spullen zelfs helemaal, met alle gevolgen van dien. De software van Parzelo heeft inmiddels al 1,4 miljoen pakketten verwerkt. Tot de bestaande klanten behoren organisaties als Canon, de Hogeschool Amsterdam (HVA), de Universiteit van Amsterdam (UVA), Universiteit Utrecht, DUSTIN en Vecos. De HVA en UVA worden via het Parzelo systeem voorzien van een volledig gecontroleerde verwerking van pakketten en examens. Parzelo richt zich op bedrijven die meer dan 10 pakketten of items per dag verwerken.

Overname Ergo2Work versterkt positie New Concept Group

New Concept Group (NCG), het moederbedrijf van onder meer Health2Work en OPNIEUW!, heeft Ergo2Work BV en Ergo2Work GmbH overgenomen.

Door deze overnames versterkt NCG haar positie in de Nederlandse ergonomiemarkt. Daar bovenop doet NCG haar intrede in de Duitse markt. De merknamen Ergo2Work BV en Ergo2Work GmbH blijven gewoon bestaan. Alle Ergo2Work medewerkers blijven zelfstandig opereren vanuit hun locatie in Nijmegen. Ergo2Work opereert in een ander deel van de markt dan Health2Work. Ergo2Work, opgericht in 2003, is specialist in ergonomische oplossingen voor de kantooromgeving.

'Met gepaste trots kan ik het eigenaarschap van mijn organisatie overdragen aan New Concept Group. Ik heb er alle vertrouwen in dat we samen een rooskleurige toekomst tegemoet gaan.' - aldus oprichtster Ester Fleuren. New Concept Group is een toonaangevend bedrijf in ergonomische en circulaire werkplekkoplossingen. De organisatie opereert in Nederland en België vanuit 9 vestigingen en telt 138 medewerkers. De



bekendste bedrijven uit de groep zijn Health2Work en OPNIEUW!. Deze strategische zet zal de leidende positie van New Concept Group in de

markt voor ergonomische oplossingen verder versterken. Bovendien vergroot deze overname het marktaandeel in Duitsland.

Papierproducent Navigator positief dankzij licht stijgende vraag

Papierproducent Navigator zegt dat het aantal orders in het derde kwartaal van 2023 licht is gestegen vergeleken met de eerste helft van het jaar, dit met name omdat de voorraden in het kanaal daalden.

De omzet kwam 6,0 procent onder de verwachtingen uit op € 478 miljoen. Toch waren beleggers blij met het nieuws, het aandeel steeg drie procent. Het Europese papierbedrijf Navigator zegt dat de ordertrends in het derde kwartaal van 2023 licht zijn gestegen vergeleken met de eerste helft van het jaar, omdat de kanaalvoorraad daalden. "In het derde kwartaal was er sprake van een lichte verbetering van het marktklimaat ten opzichte van de eerste helft", aldus het bedrijf in zijn winstrapport over het derde kwartaal. "Hoewel het

aanvankelijk langzaam ging, lijkt het voorraadafbouwproces in de distributieketen tegen het einde van het derde kwartaal te zijn geïntensiveerd. Deze situatie heeft geleid tot een lichte stijging van het aantal nieuwe orders voor Europese fabrikanten, vooral in september, waardoor de seisoensfactoren waaraan de sector normaal gesproken onderhevig is, aanzienlijk worden gecompenseerd." Tijdens het kwartaal verkocht de fabrikant 276.000 ton papier, een stijging van 6% ten opzichte van het voorgaande kwartaal, maar nog steeds 31% lager dan in het derde kwartaal van 2022.

De lagere vraag op jaarrichting resulteerde in een verlaging van de bezettingsgraad van Navigator tot 76%. Hoewel het zei dat het sectorgemiddelde 66% was.

Nine-to-five niet langer standaard voor meeste werknemers

De ooit traditionele 9-5-werkdag is niet langer realiteit voor veel werknemers. Uit onderzoek door IWG, 's werelds grootste aanbieder van flexibele kantooroplossingen en moederbedrijf van Spaces en Regus, onder meer dan 2.000 Britten, blijkt dat driekwart van de hybride werknemers hun eigen werklijden kiest. Twee derde (64%) zegt daardoor nu zelden een dag van 9-tot-5 te werken. De werkdag vroeg beginnen lijkt daarmee steeds populairder te worden.

Als gevolg van hybride werken, waarbij werknemers hun tijd verdelen tussen werken op een lokale werkplek, het hoofdkantoor en thuis, heeft ruim vier op de vijf (83%) werknemers meer vrijheid om hun eigen tijd in te delen. Als gevolg daarvan kie-

zen miljoenen kantoormedewerkers ervoor om hun dag vroeger of later te beginnen om te profiteren van de uren waarop ze het meest productief zijn. Vroeg beginnen is voor velen de norm geworden: 43% begint de dag tegenwoordig om 08.00 uur of nog eerder omdat woon-werkverkeer is afgenomen. Een op de vijf kiest er ook voor om later te werken: 19% logt om 18.30 uur of later uit.

Gemiddeld werken hybride werknemers een uur minder per week dan wanneer ze vijf dagen per week op een hoofdkantoor zouden werken. Hierdoor ontstaat een betere balans tussen werk en privé.

Een professionele uitstraling vanaf het begin!

HERMA naam-/textieletiketten

Van hoogwaardige acetaatzijde

Sterk hechtend, goed verwijderbaar

Made in Germany

Naam-/textieletiketten
Video

www.herma.nl

 HERMA

Steeds meer kantoorwerkers doen aan coffee badging. Wat is dat?

Bijna de helft van de Nederlandse kantoorwerkers gaat alleen even voor een kopje koffie naar kantoor. Het is een nieuwe werkrend die ook een opmars maakt onder werknemers in Nederland: "coffee badging". Uit wereldwijd onderzoek van videoconferencing leverancier Owl Labs onder 12.000 werknemers, waaronder 2.000 in Nederland, blijkt dat 41% van de Nederlandse kantoorwerkers hieraan meedoet en nog eens 10% zou het willen proberen. Daarmee lijkt de koffiehoek voor 51% van de medewerkers dé place to be: coffee badging houdt namelijk in dat je alleen even op kantoor verschijnt om bijvoorbeeld een kopje koffie te halen en je gezicht te laten zien, om daarna weer snel terug naar je thuiskantoor

te gaan om je werk te doen. Coffee badging blijkt vooral onder leidinggevenden populair: driekwart van de

coffee badgers is manager.



Impact op klimaat begint vanuit online thuiswerkplek

Sinds de coronacrisis werken Nederlanders vaker thuis. Minder reiskilometers en een efficiënter gebruik van kantoorruimte hebben een positief effect op het klimaat.

Tegelijk leidt de toename aan online werken ook tot nieuwe impact en emissies waar niet iedereen bij stil staat. De online thuiswerkplek kan duurzamer worden ingericht. Om dit te stimuleren presenteert De Nationale Coalitie Duurzame Digitalisering (NCDD) tijdens het 25e ECP Jaarfestival de handleiding 'Op weg naar een emissieloze online thuiswerkplek'. De handleiding is bedoeld voor werknemers, werkgevers en toeleveranciers van digitale producten en diensten en bevat tal van praktische tips en achtergrondinformatie. Voor werknemers is het bijvoorbeeld belangrijk dat zij thuis groene stroom gebruiken en zuinig zijn op hun apparaten. Ook is het slimmer om bestanden te versturen via een link of in gecomprimeerde vorm omdat de digitale infrastructuur zo minder be-

last wordt. Werkgevers kunnen zelf een duurzaamheidsstrategie maken, het gesprek aangaan met werknemers over duurzaam gebruik van IT en met toeleveranciers bespreken welke impact opslag van data in de cloud heeft op emissies en energiegebruik. De digitale toeleveringsketen kan in de keten beter samenwerken, circulariteit bevorderen en met afnemers bepalen welke mate van beschikbaarheid van infrastructuur, rekenkracht en data voldoende is.



Fors verlies Makro Nederland van 49 miljoen euro



Groothandel Makro Nederland heeft opnieuw fors verlies geleden. De keten leidt in boekjaar 2021-2022 een verlies van 49 miljoen euro, zo meldt RTL-Z. Door het verlies verdampen de financiële buffers; eind 2022 was Makro technisch failliet.

Dat blijkt uit het zojuist met een half jaar vertraging gedeponeerde jaarverslag. Makro zou tussen 2016 en 2021 in totaal 347 miljoen euro aan

verliezen hebben geleden. Daarbovenop komt nu dus het verlies over het boekjaar 2021-'22, dat vorig jaar september aflied. Makro Nederland telt 17 vestigingen met zo'n 3.500 medewerkers. Opmerkelijk is dat ondanks het verlies, de omzet in dat jaar toenam van 801 miljoen naar 936 miljoen euro, een stijging van bijna 17 procent. Een deel van deze stijging was echter te wijten aan prijsverhogingen als gevolg van inflatie.



despec
a UFP group company

DESPEC VERBREEDT ASSORTIMENT MET AANTREKKELIJKE MERKEN EN PRODUCTGROEPEN

Despec zet hoog in op een verbreding van zijn assortiment. De distributeur heeft tal van merken en productgroepen toegevoegd aan de originele corebusiness van printing supplies, die geen groei laat zien. Dan hebben we het over onder meer IT-accessoires, 3d-printing en hardware. Despec verwacht dat deze producten ook van toegevoegde waarde zijn voor het (traditionele) officekanaal. De klant krijgt hierbij zoals gewoonlijk volop ondersteuning. Michel van Amersfoort, general manager Despec Supplies BV, belicht de laatste ontwikkelingen.

Despec heeft het integratieproces na de overname door UFP grotendeels achter de rug. Het afgelopen jaar zijn het assortiment, de logistiek en de financiële administratie van beide partijen nog verder in elkaar geschoven en geëffectueerd. ‘Door de concentratie van logistieke activiteiten zijn we in staat om tegen relatief lage kosten te blijven opereren. Omdat je vanuit één logistiek centrum dat Duitsland en de Benelux belevert, opeert, kun je ook betere afspraken met vervoerders maken. Dit is een belangrijke factor in een markt die wordt gedomineerd door steeds stijgende kosten. Daarom moet je continu kritisch kijken naar je hele proces.’

In gesprek met de klant

Van Amersfoort heeft de filosofie dat je als distributeur, naast snel en efficiënt kunnen leveren, ook een hechte relatie moet onderhouden met de klant. ‘Het directe contact met de afnemer is een must voor ons. De digitalisatie in de keten is voor de dagelijkse processen prima, maar maakt de business steeds onpersoonlijker. Door het face-to-face contact met de klant kunnen we als distributeur beter inventariseren hoe hem optimaal te kunnen ondersteunen. Wat verwacht een klant van ons? Daarover moeten we in gesprek blijven. Bovendien hebben we daarvoor voldoende expertise en deskundigheid in huis.’

Een goed functionerende webshop ontwikkelt zich onderhand tot de beste verkooptool van de onderneming, stelt Van Amersfoort. We investeren dan ook steeds meer in content en online tools. In onze core business printing supplies willen we

first-to-market blijven, maar als je ziet wat we in 2023 aan merken en productgroepen hebben opgevoerd, moet je juist aan klanten laten zien wat je verder allemaal in huis hebt. Dan kan een afnemer zelf bepalen wat hij interessant vindt als aanvulling op zijn bestaande assortiment.’

Nieuwe productgroepen naast corebusiness

Van Amersfoort zoemt in op de nieuwe productgroepen die gelieerd zijn aan Despec’s core business en het portfolio van zijn klanten. ‘Bepaalde productgroepen zijn niet meer zo complex en kunnen in het officekanaal goed worden verkocht. Als ik kijk naar het smarthome-aanbod, zoals verlichting, camera’s en deurbel-technologie, dan is daarvoor niet meer meteen specifieke technisch kennis nodig. Waar hiervoor ingewikkelde apparatuur nodig was, is het tegenwoordig voornamelijk plug & play. Dit geldt ook voor netwerkproducten. Belangrijk is om hier goed naar te kijken en onze klanten te ondersteunen bij de keus voor merken en fast movers. We zien voor die nieuwe productgroepen ontzettend veel mogelijkheden. Deze zitten in het grijze gebied van wat in het officekanaal kan worden verkocht en wat nu vaak loopt via het it-kanaal. Een groot deel past prima bij de kantoorvakhandel. Het zijn producten die gemakkelijk worden meegekocht. Dan hebben we het bijvoorbeeld over bekende merken als Apple, TP-Link, Logitech, Trust, Verbatim en Jabra. Voor veel van deze producten hoeft je niet meer naar een gespecialiseerde it-reseller toe.’

Een andere interessante markt die steeds vol-

wassener wordt, is die van 3d-printers. ‘We zijn in Duitsland al met bepaalde merken marktleider, zoals Creality en Flashforge. Deze markt groeit gestaag. De 3d-printers worden prijstechnisch steeds interessanter en gebruikersvriendelijker. De mogelijkheden ervan worden almaar uitgebreider. We zien voor de 3d-printers veel potentieel in de Benelux-markt, waar afgelopen jaar al een significante groei te zien was. Naast de printers zijn de supplies, de zogeheten filamenten, aantrekkelijk voor de omzet. Voorheen was het een nichemarkt, maar deze wordt steeds breder. We bieden de geïnteresseerden niet alleen dit nieuwe segment aan, maar kunnen hen ook ondersteunen in de marketing richting eindgebruiker.’

Hameco 3.0 en Paper Show

Voorts wil Despec de connectie tussen hardware en accessoires verder uitbouwen. ‘Waar klanten gesteld zijn op levering uit voorraad bij ons, vragen ze ook steeds vaker om one-stop-shopping. Als we een monitorarm verkopen wil de klant er nu ook een hardlopende monitor bij kopen. We zetten hier meer op in.’

Despec heeft zich ook aangesloten bij het nieuwe platform Hameco 3.0. ‘We zijn met het consortium van leveranciers en distributeurs hiermee bezig een heel breed assortiment aan te bieden voor de Hameco-leden en andere belangstellenden. Dit wordt volgend jaar verder uitgerold en daar verwacht ik veel van.’

Tot besluit zal Despec ook weer acte de présence geven op de Paper Show eind januari. ‘We gaan een grote en goed bezette stand inrichten, waar onder meer een 3d-printer en een card printer komen te staan. Dit is een mooi podium om het vernieuwde portfolio op een duidelijke manier te presenteren. Dit versterken we met het aanbod van displays en overzichten van fast movers, vooral voor de productgroepen die minder gelieerd zijn aan het officekanaal.’

VODCAST:

De impact van flexibel werken

GoBright is gespecialiseerd in Smart Workplace Solutions die de nieuwe manier van werken ondersteunen. Met de GoBright software kunnen werknehmers hun werkdag tot in de laatste detail zelf organiseren. Van de werklocatie, tot aan de faciliteiten op kantoor. Werknemers kunnen het flexibele kantoor op deze manier inrichten tot een eigen persoonlijke werkplek. Naast het zorgen voor autonomie, bieden de GoBright oplossingen ook inzichten in het gebruik van het kantoor. Deze informatie kan bijvoorbeeld worden gebruikt om strategische beslissingen te maken met betrekking tot de kantoorinrichting.

GoBright is de vodcastserie ‘Shaping the Human Office’ gestart, om hun kennis en expertise te delen op het gebied van flexibel werken, slimme werkomgevingen en werknehmersbeleving. Een kantoor bestaat niet alleen uit bakstenen en meubilair; de omgeving komt tot leven door de mensen die er werken. Het menselijke aspect en hun steeds veranderende behoeften en wensen spelen hierbij een cruciale rol. In deze serie nodigt GoBright steeds een nieuwe gastspreker uit. Deze keer was het Joost Heessels, Hoofdredacteur van KBM en OFM, die het met GoBright’s Commercieel Directeur Chris Wiegeraad ging hebben over de impact van flexibel werken. De heren spreken over de implicaties van het flexibel werken, en de continue veranderende werkomgeving. Een belangrijk onderwerp is bijvoorbeeld de toenemende wens van werknehmers om thuis te kunnen werken.

“Het is tegenwoordig zelfs een eis bij een sollicitatiegesprek”, meent Chris. Hoewel veel werkgevers dit een spannend idee vinden, omdat je op die manier de grip verliest op je werknehmers, juichen Joost en Chris het alleen maar toe. “Wij managen vanuit de output, niet de input”, zegt Joost. “Als je even gaat fietsen omdat het zonnetje schijnt, moet dat kunnen. Ik vertrouw erop dat je je werk doet.”

Aan de andere kant geloven Joost en Chris dat het kantoor niet helemaal kan wegvalen. Het is een belangrijke plek waar je elkaar kunt ontmoeten en de creativiteit de vrije loop kunt laten gaan. Maar dat is niet alles. “Er gebeurt meer op kantoor dan alleen creativiteit”, vindt Chris. “Het gaat om relaties onderhouden, onderdeel van een team zijn en erkenning krijgen voor hetgeen dat je doet”, Joost voegt daaraan toe dat mensen niet altijd alleen maar thuis willen werken. Het kantoor kan een welkome afwisseling zijn.

Kortom, het gebruik van het kantoor is sterk veranderd. Het kantoor blijft voorlopig echter een belangrijk onderdeel van de werkomgeving. Het is belangrijk dat je er op een slimme manier mee omgaat, en de beschikbare ruimte inricht op een manier die werkt voor jouw werknehmers. Zorg ervoor dat je het gebruik van het kantoor meet met de juiste tools, en maak van het kantoor een mens-gerichte werkomgeving.

De volledige vodcast is te zien op YouTube en de GoBright website. Als je de aflevering liever beluistert in de vorm van een podcast, is hij ook te vinden op Spotify.



Chris Wiegeraad (l) en Joost Heessels

123INKT.NL BETAALT VOOR STAPLES BENELUX TWEE MILJOEN EURO



De nieuwe eigenaar van Staples Benelux, 123inkt.nl, heeft voor het realiseren van de doorstart van de kantoorgroothandel uit Almere 2 miljoen euro betaald, bestaande uit bedrijfsmiddelen: € 950.000,-; voorraad: € 250.000,-; en goodwill: € 799.998,-. De aandelen van de Belgische en Luxemburgse tak gingen voor elk 1 euro over naar de nieuwe eigenaar.

De ellende bij Staples Benelux zou zijn begonnen toen het na het faillissement van Office Centre het gezamenlijke distributiecentrum voor de overgebleven groothandel te groot en te duur werd. Ook andere aspecten, zoals het uitbllijven van de trek naar kantoor na corona, IT-problemen en de stijgende inflatie speelden vervolgens een rol. Dat blijkt uit het zojuist verschenen tussentijds verslag van de curatoren. Inmiddels is Staples Benelux overgenomen door 123inkt.nl.

De zakelijke tak van de webshop verhuist naar het pand van Staples in Almere. Van de 160 werknemers die werden ontslagen toen Staples Nederland failliet ging, hebben er 120 een baan aangeboden gekregen bij het doorstartende bedrijf. De huidige managing director van 123inkt.nl, Albert Zwart, wordt ook verantwoordelijk voor Staples Benelux. neemt hij het stokje over van George Steur, die de afgelopen drie jaar het bedrijf heeft geleid. Opvallend is dat de circa zeventig schuldeisers van Staples Nederland die zich met een beroep gedaan op een eigendomsvoorbereeld hebben gemeld bij de curator, dit verder moeten afdwakken met 123inkt.nl.

Orzaak faillissement

Voor het faillissement voert het bestuur tegenover de curator verschillende oorzaken aan. "De aandelen van Staples Nederland zijn in de zomer van 2021 gekocht door SOGH, een vennootschap van Standard Investment (SI). SOGH had vlak daarvoor ook Office Centre (eveneens kantoorvakhandel maar dan gericht op kleinere

bedrijven en consumenten) gekocht. Office Centre was ook actief in Duitsland. SI was voornemens om synergievoordelen te behalen waardoor de ondernemingen beter zouden renderen.

De negatieve ontwikkelingen zijn voor Staples Nederland begonnen toen begin 2022 eerst het Duitse en toen het Nederlandse Office Centre failliet ging. Hierdoor vielen mogelijkheden om de synergievoordelen te behalen weg en bleef Staples Nederland achter met een te groot en te duur distributiecentrum. Later dat jaar bleek dat de wereld er na de coronapandemie anders uit zag. Men bleef veel meer dan verwacht thuiswerken. Dat resulteerde in verder dalende omzetvolumes. Daarbij was de IT-ontvlechting die moet plaatsvinden bij de verkoop aan SI ingewikkeld en moest Staples Nederland nog een uitgestelde koopprijs betalen aan de verkoper. Ook namen de lasten toe door stijgende prijzen als gevolg van de oorlog in Oekraïne. Er zouden allerlei mogelijke alternatieven en samenwerkingen met derden zijn onderzocht maar helaas zonder resultaat. Door al het voorgaande heeft SOGH zich genoodzaakt gezien om het bestuur van Staples Nederland opdracht te geven om het eigen faillissement van Staples Nederland aan te vragen. "In verband met het faillissement van Staples Nederland had SOGH geen zelfstandig bestaansrecht meer.

Het bestuur besloot daarop om een voorlopige surseance van betaling aan te vragen, die kort na het toewijzen daarvan is omgezet in een faillissement. In de komende periode zullen de curatoren

nader onderzoek doen naar de oorzaken van de faillissementen en de verklaringen daarover van het bestuur. Staples Nederland had de inventaris van het kantoor en het distributiecentrum in eigendom. Daarnaast had Staples Nederland een voertuig in eigendom. Deze bedrijfsmiddelen zijn als onderdeel van de doorstart verkocht voor een bedrag van € 950.000,-. Staples Nederland had een voorraad kantoorartikelen in eigendom. De voorraad is als onderdeel van de doorstart verkocht voor een bedrag van € 250.000,-.

Overname

Kwakwa Holding B.V. (onderdeel van de groep 123inkt.nl) heeft een doorstart gerealiseerd. Ten behoeve daarvan heeft Kwakwa de materiële en immateriële activa van Staples Nederland, behalve de IE-rechten die zien op en samenhangen met de naam Staples, gekocht. Daarnaast heeft Kwakwa aan circa 120 werknemers van Staples Nederland een nieuwe arbeidsovereenkomst aangeboden. Ook zijn de aandelen in Staples Belgium BVBA en STAPLES LUXEMBOURG S.à.r.l., die door SOGH werden gehouden, als onderdeel van de doorstart verkocht aan Kwakwa. De koopprijs bedraagt in totaal € 2 miljoen en kan als volgt worden gesplitst: bedrijfsmiddelen: € 950.000,-; voorraad: € 250.000,-; goodwill: € 799.998,-; aandelen Staples Belgium BVBA: € 1,-; aandelen STAPLES LUXEMBOURG S.à.r.l.: € 1,-. In de failliete boedel vond de curator voor ruim 10 miljoen euro aan schulden. Binnen Staples Nederland: € 7.772.480,29 en binnen SOGH: € 2.650.000,00. De merknaam Staples zit niet in de deal, dus er zal vermoedelijk de komende maanden een naamswijziging plaatsvinden.

Misschien kiest 123inkt ervoor om het eigen merk te versterken, of zien we zelfs een terugkeer naar de in Nederland bekende naam Office Center.



DECEMBER EVENT VAN OFFICERS WORLD MET LEONTIEN VAN MOORSEL DRUK BEZOCHT

Op 12 december vond weer de traditionele eindejaarsbijeenkomst van Officers World plaats. Net zoals vorig jaar vond werd de bijeenkomst gehouden in het fraaie kasteel Maurick in Vught. Dit jaar kwamen er een record aantal branchegenoten naar Brabant zodat de zaal meer dan goed gevuld was. Voorzitter Peter Damman opende de middag met een korte presentatie en een update over Officers World. Hij kon vertellen dat het zeer goed gaat met de branchevereniging en dat de bijeenkomsten steeds drukker worden bezocht. Tevens mocht hij een aantal nieuwe gasten verwelkomen die volgend jaar zich ook willen aansluiten. Het internationale element kwam vanuit België met de aanwezigheid van collega branchevereniging Bosta.

Het programma werd geopend door Jan de Meester van tesa die in een indrukwekkende presentatie liet zien wat zijn bedrijf allemaal in haar mars heeft. Naast product innovatie heeft tesa vooral grote stappen gemaakt op het gebied van duurzaamheid.

Als hoofdgast was viervoudig Olympisch kampioene wielrennen Leontien van Moorsel aanwezig. Zij hield een boeiende presentatie. De veelzijdige Leontien wist de zaal te inspireren en te ontroeren

met haar verhalen en videobeelden. Van Moorsel heeft vrijwel alles gewonnen wat er op wielrengebied te winnen valt. Na afloop van haar presentatie kregen alle gasten een gesigneerd boek van Leontien en de gelegenheid om haar nog even te spreken.

De middag werd vervolgd door een presentatie van training en coaching bureau Door. In een interactieve sessie werd ingegaan op de manieren waarop je medewerkers goed kunt motiveren en begeleiden. Tijdens het captains dinner werden later op de avond nog twee branchegenoten in het zonnetje gezet. Erwin Snoeker kreeg de kantoorheld 2023 Award en brancheveteraan Frank Demarteau van Djois (voorheen Jalema) zijn persoonlijke cover van KBM vanwege het feit dat de sympathieke Limburger volgend jaar met pensioen zal gaan.

Ook in 2024 zullen er door Officers World weer meerder bijeenkomsten worden georganiseerd. Een van de speerpunten zal dan zijn de young professionals club. Doel is om hiermee de jongere professional uit de branche, met een leeftijd onder 35 jaar, aan de club te binden middels een eigen bijeenkomstenprogramma.





Erwin Snoeker winnaar Kantoorheld 2023 prijs



Tijdens deze laatste bijeenkomst van het jaar wordt ook een branchegenoot in het zonnetje gezet. Hiervoor is de Kantoorheld Award in het leven geroepen, die wordt gegeven aan een persoon die zich in de branche business supplies en hardware heeft onderscheiden. Dit jaar ging de prestigieuze prijs naar Erwin Snoeker, Country Director Nederland bij distributeur Adveo. De voorzitter van Officers World, Peter Damman, citeerde in zijn speech uit het juryrapport en roemde Snoeker om zijn passie voor zijn klanten, zijn toomeloze inzet voor de branche, en kennis van zaken. Snoeker is al 25 jaar actief in de branche en een geliefd persoon, die ook in moeilijke tijden zijn enthousiasme niet verliest.

"Waarschijnlijk rijdt hij de meeste kilometers van ons allen", voegde Damman er aan toe. "Hij is altijd onderweg voor zijn klanten en er is geen beurs of branche evenement waar hij niet bij aanwezig is." Erwin Snoeker heeft zich ook opgeworpen om inkoopvereniging Hameco vanaf 2024 weer een nieuwe impuls te geven, wat zijn innovatiedrift toont. In zijn dankwoord gaf hij aan trots te zijn deze prijs te mogen ontvangen en hij bedankte Officers World voor de organisatie. Hij voegde er aan toe: "Officers World is dé organisatie van onze branche die inspireert, verbindt en echt een club is waar we ons allemaal thuis voelen". Onder luid applaus nam Erwin Snoeker de prijs in ontvangst.



| Libris Blz. richt zich ook op non-books

De oorsprong van Libris Blz. ligt in het boekenvak. Hiermee heeft de retailorganisatie haar sporen ruimschoots verdiend, eerst met fysieke winkels, na de opkomst van het internet is ze ook online een speler geworden. Daarnaast krijgt het non-books assortiment, dat lang een ondergeschoven kindje was, een nieuwe impuls om in te spelen op de groeiende vraag en de behoefte van de retailer. Libris Blz. zoekt in dit kader een nauwere samenwerking met leveranciers van deze niet-boekproducten. Marcel Mulder en Andries Guliker van Libris Blz. duiden de ingezette strategie.



'Libris Blz. is geen franchise- of formule-organisatie, maar levert diensten aan de aangesloten onder-nemers', vertelt Andries Guliker, Manager Retail Services. 'De boekeninkoop is een belangrijke dienst. De corebusiness van Libris Blz. ligt van origine in de boekenmarkt. De aangesloten ondernemers maken gebruik van de contracten die zijn gesloten met uitgevers. Dit betekent meer marge en minder kosten voor hen. Ondertussen hebben we een flink volume en zijn er 230 verkooppunten, wat voor ons een mijlpaal is. We groeien behoorlijk in het aantal vestigingen, vooral bij Blz.. Met de in- en verkoop van boeken hebben we ongeveer 22 procent marktaandeel in Nederland.'

Online-rendement

'Een andere belangrijke dienst is de marketing, zowel online als offline. Zo maken we tweemaal per jaar een glossy, VOL van Boeken, waarbij de redactie volledig in handen is van onze inkoop- en marketingcollega's. Daarnaast maken we onder meer een Boekenweek-, Zomer en Feestdagkrant en laten we speciale edities van bestsellers maken.

'Ook verzorgen we instore-activiteiten en doen we landelijke campagnes voor Libris, Blz. en Libris.nl. In z'n algemeenheid kun je zeggen dat we de activiteiten waar schaalvoordelen een rol spelen ter hand nemen. Denk dan aan de inkoopafspraken met leveranciers, landelijke marketing, de webshop, maar ook aan ebooks en audiobooks en de integratie van online en offline.'

Naast de fysieke winkels heeft de online-verkoop een flinke boost gekregen, zeker sinds corona. Guliker: 'We hebben een goed ontwikkelde website staan. Elke ondernemer heeft een deel-site, waarop hij zijn eigen content kwijt kan. Maar die voeden wij ook aan de achterkant. De een is heel actief bezig met deze deel-site, de ander heeft alleen een geactualiseerde standaard-site die de klant doorverwijst.

'Voor ons is het van belang dat de voorraad in de winkel ook digitaal te zien is. Maar ook dat de ondernemers in staat zijn om vanuit hun eigen

voorraad producten thuis te bezorgen. Voorheen werd het thuisbezorgen volledig door CB (Centraal Boekhuis) verzorgd, nu is dat nog maar 40% van alle thuisbezorg-leveringen.

'Naast de stijgende thuisbezorging komt meer dan de helft van de klanten zijn of haar online bestelling afhalen in de winkel. En dat aandeel is stijgende. Het online-rendement draagt nu substantieel bij aan de totale omzet van de onderneming. Alle opbrengsten zijn ten gunste van de ondernemer, daar zitten wij niet tussen.'

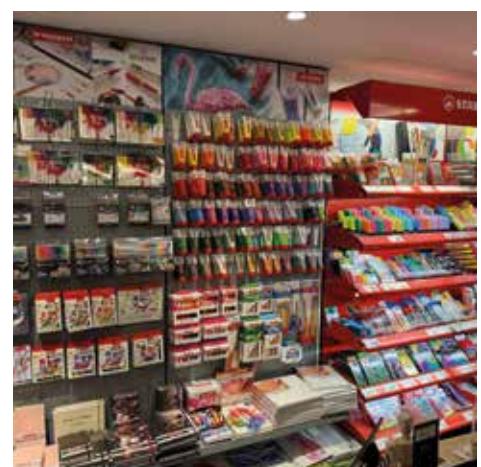
De uitdaging ligt er nu om het assortiment non-books ook online onder te brengen. 'Dit is nu met boeken al zo (zie zoekeenboek.libris.nl). In 2024 ligt de focus op het online beschikbaar maken van het assortiment van de contractleveranciers op de lokale website van de ondernemer. We starten met een aantal groothandels om in een rap tempo zoveel mogelijk producten lokaal online beschikbaar te maken', vertelt Marcel Mulder, manager Inkoop non-books. 'Zo is de winkel 24/7 open. De roep vanuit de ondernemers is groot om de artikelen die hij in de winkel op voorraad heeft, ook online aan te bieden. Het hoeft niet het hele assortiment te zijn, want we leggen de keus bij de ondernemer wat hij online wil aanbieden.'

Lokaal assortiment

Het online assortiment wordt helemaal lokaal ingevuld en gekoppeld. De ondernemer kan hierbij zelf bepalen welke producten naast ophalen in de winkel, ook thuisbezorgd worden. Mulder:

'Non-books online aanbieden is gecompliceerder dan online boeken aanbieden. Voor boeken geldt in het hele land een vaste boekenprijs, terwijl een puzzel in Hilversum een andere prijs kan hebben dan in Alkmaar. De lokale website krijgt de prijs die in de winkel wordt gehanteerd.'

Deze initiatieven ressorteren deels in de komst van nieuwe ondernemers, denkt Guliker. 'De groei zie je vooral terug bij Blz.. We zitten hierbij nu boven de 110 verkooppunten door een fikse groei de afgelopen jaren. Eerder was het vaak de marge



op boekenverkoop die ondernemers aantrok. Tegenwoordig merk je dat de online content die we daarnaast bieden, voor retailers een toegevoegde waarde heeft. Het geeft veel voordelen om je aan te sluiten bij het collectief: je kunt je eigen winkel behouden, je hebt de mogelijkheid het hele assortiment, van welke leverancier dan ook, zelf samen te stellen. Onze kracht is dat we het persoonlijke DNA van de winkels versterken en door de samenwerking, minder kosten, gemak of hogere marges gerealiseerd worden.'

Mulder: 'De samenstelling van de gemiddelde winkel bestaat tegenwoordig voor de helft uit

WE GAAN ER SAMEN MET JULLIE EEN MOOI 2024 VAN MAKEN!

Het was weer een turbulent jaar vol met onverwachte gebeurtenissen en nieuwe ontwikkelingen, binnen en vooral ook buiten de branche. Tijd om even tot bezinning te komen. We hopen er samen met jullie een mooi 2024 van te maken!



boeken en de andere helft uit non-books. Als je het goed wil doen, moet je durven investeren. De vraag vanuit de winkel is er. We kunnen een meerwaarde bieden. Inmiddels hebben we er al flink op ingezet met onder andere het digitale beursplein voor non-books.'

'Omdat je meer focus op de non-books legt, trek je een stuk marktaandeel naar je winkels'

Stevige groei non-books

Onder aanvoering van Mulder, die veel expertise heeft in non-books, geeft Libris Blz. die categorie verder gestalte. 'Omdat je meer focus op de non-books legt, trek je een stuk marktaandeel naar je winkels. We groeien flink in de non-books. Je ziet retailers die eerst acht meter kantoorartikelen hadden, teruggaan naar vijf of zes meter met een basisassortiment. De vrijgekomen schapruimte komt ten goede aan een aangenaam assortiment, zoals hobby/creatief en stationery. Deze productgroepen kennen echt een flinke groei. Ook cadeauartikelen, spellen en puzzels en de luxere wenskaarten doen het goed. Bovendien verwachten consumenten dit soort producten nu in de winkel. Al deze factoren samen leveren weer nieuwe omzet op voor de ondernemer. Je hoort vaak dat de markt krimpt, maar het lijkt erop dat wij gaan profiteren omdat we een lokale boekhandel zijn.'

Mulder heeft het afgelopen jaar met veel leveranciers uit de verschillende productcategorieën om de tafel gezeten om de samenwerking te

concretiseren en het assortiment non-books beter op de kaart te zetten. 'Het doel van de gesprekken was om leveranciers, ondernemers en de Libris Blz.-organisatie dichter bij elkaar te brengen. We hebben gekeken naar de behoeften van ondernemers en leveranciers om met elkaar toekomstbestendig te kunnen zijn. Een goede samenwerking tussen organisatie, leveranciers en ondernemers is cruciaal voor een sterke toekomst voor alle partijen.'

Een belangrijk punt bij de gesprekken was om Libris Blz.-ondernemers en leveranciers met elkaar in contact te brengen. Hoe vind je originele producten? En hoe krijg je die producten bij die Libris Blz.-ondernemers? Mulder: 'Mij is hierbij vooral opgevallen dat veel leveranciers een beperkte of geen buitendienst hebben. Hoe bereik je dan als leverancier de bij ons aangesloten 230 Libris Blz.-winkels? En dan zijn er ook nog de winkels van andere retailketens in de markt.'

Omzet december doortrekken naar 2024

In 2023 zijn dan ook veel leveranciers via sociale media, interne en externe communicatie in de spotlight gezet bij de Libris Blz.-winkels. 'Dit heeft gedurende het jaar bij menig leverancier en natuurlijk ook bij veel ondernemers voor extra omzet gezorgd. En dat terwijl we voor mijn gevoel pas in 2024 echt gaan beginnen.'

Libris Blz. kan nu al veel tools aanbieden in het palet van mogelijkheden, zoals het Digitaal Beurs Plein, intranet, media, winkelbezoeken, deelname aan beurzen en gewoon beschikbaar zijn voor vragen vanuit winkels en leveranciers. Mulder: 'Dan kunnen we als collectief veel meer omzet behalen in de nabije toekomst. Als de omzet in de laatste weken van december net zo'n index laat zien als de rest van het jaar, biedt dat veel vertrouwen voor 2024.'

Ook volgend jaar komen er volgens Mulder weer nieuwe leveranciers bij die een bredere samenwerking willen binnen de Libris Blz.-groep. 'Maar ook ondernemers geven aan met welke leveranciers we in gesprek moeten. Ik hoop echt dat we het aantal leveranciers kunnen verdubbelen. Ga de samenwerking aan en beperk je als leverancier niet tot de top 50 Libris Blz.-winkels. Zorg ervoor dat ook de kleinere lokale winkel de kans krijgt om uit te breiden in assortiment en mee te delen in het collectieve succes.'



Aantal vestigingen

Libris: 118 vestigingen
(grote steden, regionaal)

Blz. 112
(kleine steden, grote dorpen)



Lydis versus FTM

HOE EEN NEGATIEVE PUBLICATIE IN JE VOORDEEL UITPAKT

Soms kom je als ondernemer in een ‘perfect storm’ terecht, die je helemaal niet ziet aankomen. Hoe mooi is het dan, dat zo’n calamiteit uiteindelijk in je voordeel blijkt uit te pakken. Het overkwam Lydis, afgelopen september in een publicatie van het nieuwsplatform FTM (Follow the Money) en het Belgische De Tijd. Het suggestieve artikel wekt de indruk dat gebruikers van Yealink apparatuur het risico nemen dat China meeluistert. Volstrekt ten onrechte aldus Lydis. Directeur Cor Heide neemt ons mee in het verhaal, waarbij hij ondanks de schade die de onterechte aantijgingen hebben aangericht ook positieve kanten ziet. Lydis is van mening dat Yealink het qua beveiliging over het algemeen beter voor elkaar heeft dan de concurrenctie. Dit wordt onder meer bevestigd door onafhankelijke testinstituten zoals, NetSPI, Spirent en Miercom. Uit hun testen blijkt dat er geen kwetsbaarheden gedetecteerd zijn in de producten. Tegelijkertijd beschikken Yealink producten over goede beveiligingsmechanismen en is Yealink altijd bezig met het voorkomen van mogelijke beveiligingsproblemen.



"Ministries, universiteiten, banken, ziekenhuizen, media en bedrijven actief binnen vitale sectoren gebruiken ook communicatieapparatuur van het merk Yealink in de Benelux. Dit blijkt uit onderzoek van FTM in samenwerking met zakenkrant De Tijd. Experts waarschuwen dat overheidsinstanties Yealink beter niet kunnen gebruiken", zo begint het artikel dat op 16 september op het online platform FTM en in de Vlaamse zakenkrant De Tijd verschijnt.

Achtergrond

Chinese communicatieapparatuur ligt al jaren onder een vergrootglas. De argwaan is gekomen door de zorg dat de Chinese overheid via kwetsbaarheden in software toegang zou hebben tot hardware van diverse Chinese fabrikanten. Tegen die achtergrond ontving FTM een verslag van een zelfbenoemde veiligheidsexpert die uitgebreid onderzoek stelde te hebben gedaan naar Yealink-producten

De configuratie van een nieuw telefoonmodel zou verlopen via de servers van de fabrikant. Daarbij zou gevoelige data kunnen worden gedeeld. Wat de telefoons betrof, was er volgens het artikel een probleem, namelijk een netwerk-poort die standaard open staat. Uiteindelijk leidt bovenstaande voor FTM tot een zeer uitgebreid artikel, waar al deze punten uitgebreid worden uitgediept en waarbij ook een aantal gebruikers van Yealink aan het woord komen.

De werkelijkheid is echter geheel anders:

de Yealink servers bevinden zich niet in China, maar in Duitsland, Frankrijk en Amerika. De communicatie tussen de telefoon en of het videosysteem en de Redirect Server (RPS) is vooral om te controleren of er een locatie (URL) is die kan worden gebruikt om de benodigde configuratie te downloaden van een platform of netwerk. De telefoon of video systeem wisselt alleen, met de telefoonaanbieder of met een platform bijvoorbeeld Microsoft, gebruikersgegevens uit en communiceert niet met de Yealink servers. De servers van Yealink staan hier dus geheel buiten en hebben vanaf het moment van installatie geen contact meer met de hardware van Yealink. Alle verdere updates worden door de telefoonprovider of het platform verzorgd.

Dan de tweede opmerking: het is noodzakelijk dat een SIP toestel een open poort heeft, zonder open poort kunnen SIP telefoons namelijk geen oproepen ontvangen. Elk merk wat SIP telefoons maakt en levert werkt op deze wijze en maakt gebruik van deze open poort. Deze poort is natuurlijk ook beveiligd.

Yealink versus Lydis

De distributeur uit Almere is al tien jaar distributeur van de Chinese telecom- producent en staat hier ook bekend om in de markt. Niet alleen dat, voor IP-telefonie is Yealink via Lydis by far de grootste aanbieder in de Benelux. Zo bestellen onder andere de top van de carriers in de Benelux hun toestellen via Lydis. Lydis en zeker ook oprichter Cor Heide zijn dan ook een graag gezien gast bij Yealink, en ook bij de carriers, partners en tal van klanten in de Benelux, waaronder een hele reeks overheidsdiensten, universiteiten en bedrijven. Ook in de rest van de

wereld is Yealink groot in VoIP-telefoons en maken nagenoeg alle grote carriers in bijvoorbeeld Europa en USA gebruik van Yealink producten.

Beveiliging op orde

Als Yealink ergens kwetsbaarheden zouden hebben, willen ze het graag weten, zodat ze het snel kunnen oplossen. "Ons beleid is transparant; we laten graag zien dat de producten alle benodigde certificeringen hebben. Yealink voldoet bijvoorbeeld volledig aan de huidige GDPR-regelgeving en ondergaat regelmatig onafhankelijke beveiligingstests door toonaangevende laboratoria. We zijn trots om te vermelden dat het Yealink device management systeem met succes de strenge SOC2 Type1, SOC2 Type2 en SOC3-audits heeft doorstaan, uitgevoerd door Deloitte.

Deze rapporten bevestigen de sterke beveiligingsnormen op het gebied van beveiliging, beschikbaarheid, vertrouwelijkheid en privacy. Bovendien is het Yealink Device Management Platform gebaseerd op Microsoft Azure, dat een robuuste infrastructuur biedt voor optimale beveiliging van gevoelige gegevens. Yealink werkt nauw samen met gerenommeerde partners zoals Microsoft en chipfabrikanten zoals Intel, Qualcomm en Texas Instruments."

Daarnaast is Yealink gecertificeerd volgens ISO 27001 en ISO/IEC 2000-1:2018. Deze certificeringen tonen aan dat Yealink toonaangevende

'De telefoon of het videosysteem communiceren alleen met de telefoonaanbieder of met een platform en communiceert niet met de Yealink servers'



'Mensen denken vaak, waar rook is, is vuur. Zonder zich goed te verdiepen'

normen hanteert voor informatiebeveiliging en IT-services. Onze klanten kunnen vertrouwen op de beschikbaarheid, betrouwbaarheid en beveiliging van de diensten. Lydis en ook de partners hebben nog nooit een datalek bij Yealink meegemaakt.

Onrust door vragen

Lydis wordt in 2022 geconfronteerd met specifieke beveiligingsvragen van een persoon die beweerde de eigenaar van het bedrijf Cloudaware te zijn, gespecialiseerd in VoIP-technologie. Lydis heeft deze vragen samen met Yealink beantwoord. Sommige opmerkingen over de beveiliging bleken mogelijk te zijn, waardoor Yealink en Lydis eind 2022 en begin 2023 direct maatregelen hebben genomen. Echter, later kwamen er nieuwe vragen en bleek dat de persoon in kwestie uitgebreid en langdurig Yealink aan het onderzoeken was. Achteraf bleek dat deze persoon geen potentiële klant was en de website van Cloudaware bleek nep te zijn.

Het artikel van FTM vermeldt deze persoon als veiligheidsexpert.

Al een paar maanden voor de publicatie in het voorjaar van 2023 is FTM ook bezig geweest met deze kwestie, op verzoek van de beweerde veiligheidsexpert. FTM heeft een vragenlijst over beveiliging en over Yealink gestuurd naar een groot aantal klanten van Lydis. Deze vragen hebben voor onrust op de markt gezorgd. Gebruikt u Yealink en hoe heeft u het beveiligd? Dit heeft klanten aan het denken gezet. Als reactie op de vragen heeft Cor Heide de journalisten van FTM en de vertegenwoordiger van Cloudaware uitgenodigd op het kantoor van Lydis in Almere. Dit was bedoeld om openlijk antwoord te geven op de vragen van de journalisten.

Een beschrijving van dit bezoek staat ook in het artikel. Het is duidelijk dat Lydis volledig antwoord heeft gegeven op alle vragen en niets te verbergen heeft.

Opmaat naar publicatie

Lydis en Yealink hebben nooit de kans gekregen om te reageren op het volledige artikel. "We mochten het volledige artikel in zijn geheel niet van tevoren bekijken, we hebben alleen maar fragmenten gekregen en die zijn allemaal niet gepubliceerd, omdat ze niet hard te maken waren. De rest hebben ze ons niet laten zien."

De publicatie

Pas nadat er een artikel is gepubliceerd, kon Lydis met een reactie komen. Volgens Lydis is het verhaal suggestief.

De zogenaamde experts in het artikel hebben volgens de directeur van Lydis geen idee waar ze het over hebben, omdat ze reageren op een specifieke vraag over een geïsoleerd onderwerp.

De experts hebben geen oordeel gevormd over de producten als geheel en de manier waarop ze worden gebruikt en geïmplementeerd. De presentatie van de bevindingen van de experts kan worden afgedaan als "niet betrouwbaar".

Zowel Yealink als Lydis reageren snel op het artikel en delen hun reactie op hun eigen website, LinkedIn en bij de reacties onder het artikel van FTM. Binnen korte tijd stuurt Lydis een e-mail naar TBM waarin vermeldt wordt dat het FTM-artikel niet is gecontroleerd door Lydis of Yealink en onjuiste informatie bevat die een verkeerde indruk geeft van Yealink. "Het is belangrijk om te weten dat Yealink geen toegang heeft tot gegevens van haar producten vanaf telefoonplatforms en oplossingen die bijvoorbeeld het Microsoft Teams-platform gebruiken. Alle telecom- leveranciers en partners in de Benelux hebben aangegeven dat ze doorgaan met Yealink, en onze partners hebben dit ook aan hun klanten laten weten."

Cor Heide benadrukt dat het vooral de perceptie rondom het artikel is die schade veroorzaakt. De associatie tussen China en veiligheid wordt al snel als negatief gezien in de Benelux. Mensen denken vaak dat waar rook is, er vuur moet zijn, zonder zich goed te verdiepen. FTM heeft tot nu toe een verzoek om rectificatie afgewezen. De Tijd plaatste wel een soort van rectificatie in de vorm van een aanvulling, waarin Yealink en Lydis tekst en uitleg kunnen geven.

Als een Chinese firma een update meldt, wordt dat als verdacht gezien en wordt benadrukt dat er iets mis was. Terwijl je smartphone en je laptop bijna dagelijks worden ge-update om de producten veilig te houden. Dat vindt iedereen de gewoonste zaak van de wereld. Lydis vindt het van groot belang dat kritisch naar security wordt gekeken, maar stelt vast dat ten aanzien van Chinese producten met twee maten wordt gemeten. "En als we er verder naar kijken, wordt het nog veel gekker, want meer dan 90% van de elektronica- denk aan smartphones, videoproducten, DECT telefoons en bureau- telefoons en nog veel meer producten - worden in China geproduceerd. Als we in China gemaakte producten willen weren, heeft dat zeer serieuze impact op de beschikbaarheid van elektronica in alle landen."



Cor Heide

Positief

Heide is positief over de situatie. "Ondanks dat het ons veel tijd, energie en stress heeft gekost, hebben we kunnen laten zien dat Yealink en haar producten goed zijn op het gebied van beveiliging. Belangrijke partners en carriers hebben ons niet laten vallen en door de publiciteit hebben we de certificeringen van Yealink goed in beeld gebracht. Yealink heeft alle relevante testen doorlopen en alle certificeringen behaald, die ook openlijk te vinden zijn op de Yealink en Lydis website. Het is niet voor niets dat we zo'n groot marktaandeel hebben en de publicatie van FTM zal daar niets aan veranderen. Experts zoals NetSPI, Sprint en Miercom hebben positieve rapporten over de producten gegeven en ze als veilig bestempeld. Yealink heeft onafhankelijke tests ondergaan en is gecertificeerd met ISO 27001 en SOC 1, 2, 3. Dit zijn harde feiten waarmee we kunnen concluderen dat de producten en de communica-

tie daarmee veilig is. Onze partners, welke zelf ook audits hebben gedaan, zien dat aan alle eisen en certificeringen voldaan wordt en blijven graag met ons samenwerken. Het artikel heeft uiteindelijk in ons voordeel gewerkt, we zijn geen partners kwijtgeraakt en hebben onszelf weer goed op de kaart gezet met bewijsbare cijfers en feiten."

Na het security event wat we voor onze partners gehouden hebben op 21 november 2023 hebben we de feedback ontvangen van onze partners dat het gewaardeerd wordt dat we duidelijk geraagd hebben op de vragen uit de markt. De behoefte is er bij partners om duidelijke informatie te ontvangen omtrent veiligheid van de oplossingen die Lydis levert. Het event kan dan ook succesvol genoemd worden.

Raadpleeg voor alle Yealink certificeringen
www.yealink.com/en/trust-center/resources.



OP BEZOEK BIJ KIEFT

“We bleken een goede match te zijn in termen van bedrijfsvoering en dit opende de deur voor ons om het bedrijf over te nemen.”

Van alledaagse kantoorartikelen tot de volledige inrichting van een vergaderruimte, voor alle benodigdheden voor de moderne werkomgeving kan men terecht bij Kieft All Office in Emmen én sinds kort ook in Stadskanaal. Inmiddels is Kieft al meer dan 40 jaar een begrip in Emmen en omgeving. Wij spraken met Bas Hansler, mede-eigenaar van Kieft All Office, over het bedrijf en de recente uitbreiding.

Van plaatselijke boekhandel naar professionele kantoorvakhandelDoor de jaren heen heeft Kieft All Office een behoorlijke transitie doorgemaakt. Het bedrijf begon in 1977 met de verkoop van boeken en groeide door de jaren heen uit tot een professionele kantoorvakhandel. Bas vertelt over de ontwikkeling van Kieft All Office: “Je zou het je met ons huidige assortiment haast niet kunnen voorstellen, maar ooit is Kieft All Office begonnen als een eenvoudige boekhandel. De boekhandel zat gevestigd in een wijk in Emmen en is later naar het centrum verhuisd. Door de jaren heen verschoof de focus van het assortiment langzamerhand van boeken naar kantoorartikelen. Daarom is in 1991 besloten om naar het industrieterrein te verhuizen en de focus volledig te verleggen naar kantoorartikelen voor de zakelijke markt. We bieden een volledig assortiment aan producten die bedrijven nodig hebben om prettig werken op kantoor mogelijk te maken. Bovendien kunnen wij klanten ondersteunen bij het optimaal inrichten van de werkomgeving. Onze inzet gaat dus verder dan alleen het leveren van producten; we bieden extra diensten om de producten optimaal te benutten. Bovendien beschikken we over onze eigen bezorg- en techni-

sche dienst, ons meer controle geeft over onze service. Hierdoor hebben klanten enkel contact met ons Kieft-team. Dit zorgt ervoor dat we altijd herkenbaar zijn voor vaste klanten en dat we vertrouwde gezichten voor hen blijven. Wij streven ernaar klanten aan ons te binden door zowel een uitgebreid assortiment als aanvullende diensten te leveren, met een focus op hoogwaardige service.”

Groeiambities

De ambitie om verder te groeien en Kieft All Office verder uit te breiden blijkt uit de recente overname van Van der Laan Kantorefficiency in Stadskanaal. Sinds begin dit jaar mag Bas zich ook mede-eigenaar noemen van Kieft Van der Laan. Hij vertelt ons over de ambitieuze overname: “Wij hadden bij Quantore laten blijken geïnteresseerd te zijn in een overname, als deze mogelijkheid zich zou voordoen in onze regio. Toen werden wij begin 2021 getipt over Van der Laan Kantorefficiency in Stadskanaal, waarvan de vorige eigenaren wilden stoppen. We bleken een goede match te zijn in termen van bedrijfsvoering en dit opende de deur voor ons om het bedrijf over te nemen. Deze overname is een boeiende uitdaging, aangezien de vorige eigenaren nog geen automatisering



hadden geïmplementeerd. Gelukkig waren we in onze vestiging in Emmen al volledig geautomatiseerd, wat ons in staat stelde om onze bestaande geautomatiseerde administratie relatief eenvoudig uit te breiden naar onze nieuwe vestiging in Stadskanaal. We vonden het daarnaast belangrijk om de klantenkring van Van der Laan Kantorefficiency dezelfde servicegraad te bieden als dat ze gewend waren. Wij geloven dat we met de vergelijkbare bedrijfsvoering de servicekwaliteit kunnen handhaven en dat we met de automatisering zelfs toegevoegde waarde kunnen bieden. Klanten in de omgeving van Stadskanaal hoeven niet meer in de winkel te bestellen, maar hebben ook toegang tot onze webshop. Hoewel we nog volop bezig zijn met deze overname, smaakt het zeker naar meer.”

Samen staan we sterker

Wat Quantore bijzonder maakt binnen de branche is het bundelen van krachten als coöperatie. Ook Kieft ervaart hiervan de voordelen volgens Bas: “Quantore neemt ons veel werk uit handen, zodat wij ons maximaal kunnen focussen op het leveren van de beste service aan onze klanten. Waar we voorheen bijvoorbeeld zelf onze webshop bij moesten houden, wordt nu alles automatisch gesynchroniseerd. Daarnaast is de gezamenlijke inkopenatuurlijk een groot voordeel die alle leden ervaren. Door krachten te bundelen kunnen we beter concurreren met de grote spelers op de markt. Samen staan we echt sterker dan alleen.”

Agenda



"Zijn dit de laatste twee zwarte agenda's die u heeft in dit formaat? Ik het er drie nodig." Een vrouw komt richting de toonbank met twee grote kantooragenda's in haar handen. "In het zwart wel", zeg ik tegen haar. "Misschien heb ik ze ook nog in het blauw." Ik loop naar de tafels en vind inderdaad een blauwe variant. "Exact hetzelfde, alleen een iets andere kleur." Ik leg de blauwe boven op de twee zwarte agenda's, die al op de toonbank liggen. Het verschil in kleur is nauwelijks te zien.

NABESTELLEN

"Nee, ik wil ze wel graag in dezelfde kleur hebben", zegt ze tegen mij. "Zijn ze nog te bestellen door u?" Helaas. Kantooragenda's nabestellen is lastig. "Oh, wat jammer", zegt ze. "Het is voor drie medewerkers op kantoor en dan is het wel beter als ze allemaal dezelfde kleur hebben." Persoonlijk lijkt het mij handiger als ze juiste een andere kleur hebben, maar dat ligt dan misschien aan mij." Ik leg de drie agenda's naast elkaar zodat ze kan zien dat het in kleur weinig tot niets scheelt.

PRIJSSTICKER

"Nee", zegt ze resoluut en pakt de meest rechtse agenda's. "Ik neem die twee zwarte agenda's en deze blauwe niet." Ik pak de agenda van haar over

en zeg dat dit een zwarte agenda is. Het staat ook achter op de prijssticker. Zwart. "Oh", zegt ze nu verrast. "Dan wil ik die u in uw hand heeft, samen met deze andere zwarte agenda." Ik pak de agenda die ze aanwijst en zeg met een verborgen glimlach: "Dat is de blauwe uitvoering, mevrouw." Ik draai hem om en laat de prijssticker zien. Onder de prijs staat keurig: Blauw.

BALLETJE-BALLETJE

Het begint een beetje op het illegale spelletje Balletje-Balletje te lijken waarmee onschuldige toeristen op straat worden bedonderd met drie omgekeerde bekertjes en een balletje. Onder welk bekertje ligt het balletje en win het geld dat op tafel ligt.

In mijn winkel spelen wij dat nu blijkbaar met agenda's.

BESMETTELJK

"Ben ik nou kleurenblind aan het worden?", vraagt de vrouw zich hardop af. Ik leg wederom uit dat het verschil tussen donkerblauw en zwart onder kunstlicht bijna niet te zien is. "Van die blauwe variant heb ik er nog een stuk of vijf, dus misschien is dat een idee?" Ze moet er even over nadenken. "Zwart is wel mooier voor een agenda", zegt ze tenslotte. "Minder besmettelijk ook." Ik knik, maar

vraag mij af of iemand op kantoor het ook maar iets kan schelen.

GEDACHTEN

"Misschien kan niemand het iets schelen", zegt ze plotseling. Alsof ze mijn gedachten kon lezen. "Doe maar drie blauwe." Ik loop naar de tafel en pak nog twee blauwe kantooragenda's. "Gewoon zeggen dat ze zwart zijn, dan geloven ze u direct." Ze moet er samenzweerderig om lachen. Ik scan de agenda's en reken bijna tweehonderd euro met haar af. Ik doe het bonnetje er keurig bij. Toch weer bijna zeven euro om terug te vorderen van de belastingdienst.

SPANNEND

Mijn klant heeft inmiddels de slapte lach. "Spannend hoor", zegt ze tegen mij....

Eric Herni is eigenaar van Boekhandel Eric Herni (The Read Shop Almere-Haven)



JABRA VERSTERKT POSITIE IN TURBULENTE UC-MARKT

De ICT in het algemeen en de UC-markt in het bijzonder hebben turbulente jaren achter de rug. De corona pandemie en de periode erna heeft de manier waarop mensen werken behoorlijk op zijn kop gezet. En ook voor het kanaal is er daardoor veel veranderd, vertelt Marvin Korthout, Director of Enterprise Sales Benelux bij Jabra. Samen met hem bekijken we de huidige ontwikkelingen in de UC-sector en de heldere ambities die Jabra Benelux heeft, samen met de partners.

Temidden van alle dynamiek van de afgelopen jaren hield Jabra zich prima staande, begint Marvin. "Je zag in het begin van corona vooral dat iedereen genoegen nam met wat er maar beschikbaar was. Daardoor maakten veel eindgebruikers verkeerde keuzes. Het jaar erna was er de gewenning dat we konden werken waar we wilden en werden klanten kritischer over wat ze wilden om UC te kunnen faciliteren. Je ziet nu dat het ene bedrijf volledig naar kantoor wil en de ander hybride werken omarmt. Hybride meetings zullen hoe dan ook belangrijk worden, er is altijd wel een medewerker die niet fysiek aanwezig kan zijn. Dan moeten zowel de medewerker thuis

en de meeting ruimte op kantoor de juiste tools hebben."

Onstuimig

"Onstuimigheid in de markt", noemt Marvin de huidige situatie. "Maar als ik kijk naar onze lokale cijfers en marktaandelen, dan doen we het nog steeds erg goed. Dat heeft denk ik ook te maken met onze naam, de kwaliteit, functionaliteit én de persoonlijke touch die we als channel- en ook end user team aan de markt bieden." Op het gebied van professionele audio is de Deense producent wereldleider. "We bieden een enorm breed assortiment aan headsets en speakerphones. En

natuurlijk is video toegevoegd aan ons portfolio", stelt Marvin. Partners doen graag zaken met Jabra: "We bieden het kanaal bijvoorbeeld de mogelijkheid om een NFR aan te vragen en special price requests te doen via onze portal YellowHub. Daarnaast begeleiden we graag samen met partners de eindklant met het juiste advies, producten en testen. Uiteindelijk is het testen van producten de beste manier om te verkopen, wij kunnen dit voor of samen met de reseller doen."

Focus op mkb

De nadruk voor de komende tijd ligt op het versterken van de positie in de mkbbeïndgebru-

kers-markt. "We zien dat veel eindgebruikers nog worstelen met hun hybride werken beleid en we willen ze daarbij graag ondersteunen. Dat willen we vooral bereiken door via onze channel/partner first strategie nog intensiever samen te werken met onze huidige distributiepartners en door het mkb-partnerkanaal verder te optimaliseren. "Daarbij werken we intensief samen met onze vier distributeurs in de Benelux. Al deze distri's hebben hun eigen profiel en custombase en we hebben ze hard nodig om de long tail channel in de AV, de IT, de Telecom en de Officemarkt te bereiken. We zijn en blijven immers een 'partner first' organisatie."

Werelden komen bij elkaar

De scheidslijnen tussen deze vier groepen partners vervagen snel, ervaart hij. "In het verleden had je specifieke aanbieders in het pro-AV stuk, daar kwamen wij niet. Maar omdat AV steeds dichter naar IT toe kruip, zie je die partijen ook bij ons aankloppen. En zie je dat de gesprekspartner bij de eindklant verandert. Wij waren al gewend dat HR aanschoof of inkoop. Met onze uitbreiding naar video-oplossingen schuift ook facility aan. En het gaat ook steeds meer om projectmanagement. Waar het eerder een IT-feestje was, praat je nu met veel meer stakeholders. De DMU is complexer, beslissingen duren vaak langer."

Verandering partnerkanaal

Dan krijg je ook bij de partners in één keer een heel ander concurrentieveld, stelt hij. "Overall is het nu meer en meer bekend binnen de markt en is video dé nieuwe standaard qua communicatie in het bedrijfsleven en daarbuiten geworden. Hierbij kunnen zowel de AV partners als de IT resellers hun (gespecialiseerde) expertise laten spreken." Ook de Office markt ziet langzaam maar zeker brood in UC. Zo bleek onlangs op de open dag van kantoorinrichter GZ Office, die een volledige Signature Microsoft Teams Room in lease aanbiedt aan haar klanten. Jabra is hierbij als leverancier intensief betrokken, onder meer met de Jabra PanaCast 50 videobar. Zelfs binnen de installatiebranche ziet Marvin partijen die hierop aanhaken. "Die hebben een separate business unit waarbij ze dat aanbieden en we worden meegenomen in voorstellen." Niet iedere channelpartner staat te springen om hardware aan te bieden bij zijn klanten. "Vaak zijn ze er niet op ingericht, omdat het nooit hun corebusiness was. Maar als je niet oppast, wordt het óók figuurlijk een sluitstuk voor je als reseller met je klant. Want als

jij het niet levert, dan komt er een concurrerende reseller misschien van die kant wel binnen. Als je slim bent, zoek je daarvoor een partner of ga je een samenwerking aan."

Productfocus

Het assortiment speakerphones werd onlangs uitgebreid met de Speak2-reeks, uitgerust met een kwaliteitsindicator, een 360 graden lichtring die de kwaliteit van het gesprek aangeeft. Het is het nieuwste product in Jabra's toonaangevende Speakassortiment professionele speakerphones. Verder werd op audiogebied de succesvolle Jabra Evolve-serie uitgebreid met nieuwe Evolve2-headsets uit het middensegment. Ook op video staat Jabra inmiddels zijn mannetje. de PanaCast 50 voert native Microsoft Teams Rooms of Zoom Rooms uit op Android. Gebruikers die liever kiezen voor een Windows OS kiezen voor de PanaCast 50 Room System. De PanaCast 50 videobar heeft allerlei intelligente features zoals panoramische 4K view van 180 graden en slimme tools als Virtual Director en Intelligent Zoom. Hij is dankzij de onboard chip future proof en kan via nieuwe updates de videobar voorzien van nieuwe features die voor een nog betere beleving zorgen. Bij het concept van de Signature Microsoft Teams Rooms zitten medewerkers meer richting het scherm zodat er direct oogcontact is met de remote deelnemer. In kleine ruimtes zit je dichter richting het scherm, waardoor je een videobar moet hebben die een brede kijkhoek heeft, de PanaCast 50 heeft 180 graden en kan dus iedereen in de kamer vastleggen. Daarnaast beschikt de videobar over intelligente functies zoals Multi Stream Dynamic Composition. Zo kun je een stream van de volledige ruimte combineren met 2 extra streams in de vorm van close ups van actieve sprekers. Dit zijn features die samen met Microsoft zijn ontwikkeld om meeting equity te waarborgen. Ook met AI behoort Jabra tot de koplopers. Vorig najaar is Engage AI gelanceerd, software voor sentimentanalyse, mogelijk gemaakt door kunstmatige intelligentie. Ideaal voor bijvoorbeeld contactcenters, waarvoor een speciaal dashboard is ontwikkeld. "Rond AI zullen we nog meer services ontwikkelen en API's aan derden aanbieden die daar hun software kunnen koppelen. Zodat we nog meer waarde kunnen bieden aan de eindgebruikers", vertelt Marvin. Over services gesproken, ook hier zal Jabra nog meer gaan inzetten. Denk aan zaken als verlengde garantie en het financieren van hardware



Marvin Korthout

Voorjaar 2023 werd Marvin Korthout benoemd tot Director of Enterprise Sales Benelux. Daarbij krijgt hij de eindverantwoordelijkheid voor de gehele Benelux-regio en geeft hij leiding aan een tienkoppig team, waarmee hij alle divisies, waaronder Channel, Strategic Alliances, Distributie en Large Enterprise bestrijkt. Hij werkt inmiddels al acht jaar bij Jabra, begon er als Channel Account Manager en werd later verantwoordelijk voor de channel- en distributiepartners in de Benelux. De afgelopen jaren had hij een meer internationale rol als Sales Director Distribution South EMEA, te weten Benelux, Frankrijk, Spanje, Portugal en Italië.

2023 EEN JAAR IN CIJFERS

KBM neemt ook online een steeds prominentere plek in binnen de kantoorbranche. Het grote voordeel van online is, dat alles meetbaar is. Zo zagen we afgelopen jaar de bezoekcijfers op de website, op onze LinkedIn pagina's en andere social media kanalen fors groeien. Ook het aantal lezers én klikkers op onze nieuwsbrief groeide gestaag door.

Op deze pagina's een overzicht van de toplijsten van afgelopen jaar over de verschillende kanalen, bijgewerkt tot 12 december. De lijsten spreken in feite voor zichzelf.

Opvallend overigens is dat de lijsten best van elkaar verschillen. Zo kunnen mensen op LinkedIn veel naar een bericht kijken, maar er dan relatief weinig op doorklikken. En soms wordt een bericht veel gevonden via Google search of organisch en zie je het op LinkedIn nauwelijks de aandacht trekken.

Wij blijven ook in 2024 voortdurend bezig om je te voorzien van het nodige nieuws en de belangrijke achtergronden. Via het medium dat *jij* wil, waar en wanneer je het wil lezen.

Meest gezochte trefwoorden via google search die verwezen naar kantoornet

manutan	coolblue ing thuiswerkinkel
roland kahn	coolblue thuiswerkinkel ing
office center	marcel mulder
123inkt	makro failliet verklaard
staples	studystore stopt
makro faillissement	primera middelburg
kbm	amazon
makro failliet	ahrend
office centre	design district rotterdam
crown van gelder	wout monseurs
staples faillissement	officetopper
koffieautomaat kantoor	koffie op het werk
staples nederland failliet	heutink
studystore	kantoorartikelen leeuwarden
iwg	heger en van den berg
staples failliet	martin cuypers
ofm	ronald kahn
kantoorinrichter	optigroup
hahebo	bruna prinsenbeek
makro nederland verlies	koffie voor bedrijven
staples nederland	paperchase
projectinrichter	coolblue thuiswerkinkel
coolblue ing	crown van gelder nieuws
dieleman tholen	van dijk & van hees
ofm business	

De meest bekeken berichten op LinkedIn

- 1 "Nieuwe verkoopdirecteur Quantore
- 2 "Vandaag is Staples Nederland B.V. te Almere (Flevoland) door de rechbank in Midden-Nederland failliet verklaard
- 3 "Crown Van Gelder gaat een doorstart maken.
- 4 "Kees Broekman met een koninklijke onderscheiding
- 5 Na ruim 50(!) jaar werkzaam te zijn geweest in de kantoorbenodigdheden, -machines en -inrichting is Aaltje van der Wal (67) deze zomer met pensioen gegaan.
- 6 "Na het faillissement vorig jaar van Office Centre is er er nog veel geld binnengekomen uit de veiling van winkelvoorraad en inventarissen.
- 7 123inkt.nl heeft overeenstemming bereikt over de overname van Staples Benelux
- 8 De Franse distributeur Antalis heeft een bindend bod getekend voor de overname van de van oorsprong Poolse Integart Group
- 9 De nieuwe eigenaar van Staples Benelux, 123inkt.nl, heeft voor het realiseren van de doorstart van de kantoorgroothandel uit Almere 2 miljoen euro betaald
- 10 "Slimme balpen uit Groningen verovert de wereld
- 11 "Afgelopen woensdag is branche-icoon Harry Lammers in zijn woonplaats Oudekerk aan de Amstel op 83 jarige leeftijd overleden.
- 12 Column Peter Damman "Onlangs was ik te gast bij een door een grote bank georganiseerd beurscafé
- 13 Column Peter Damman "De opmars van discount formules in het winkel landschap lijkt niet meer te stoppen
- 14 "Raymond van Beers maakt ruim een jaar na de start van zijn organisatie bekend dat naast het bestaande Xerox Business Center Brabant in 's-Hertogenbosch ver volgende week in Sittard het tweede filiaal opent.
- 15 "ALSO Group kondigt de samenwerking aan met Jabra
- 16 "TheValueChain ondersteunt bedrijven bij het automatiseren van vervelende, repetitieve en tijdrovende processen met krachtige
- 17 "Recordomzet voor Manutan Group in 2021/2022
- 18 "De voorbereiding voor de 28e editie van de Paper Show begin 2024 verloopt op rolletjes.
- 19 "Pami haalt opnieuw megacontract met federale overheid in België binnen
- 20 "Distributeur van werkplekoplossingen Lyreco Group presenteert een nieuwe, duurzame strategie
- 21 Lieke Vogels (Novaka) "Kennis is macht en netwerk geeft kracht"
- 22 "GZ OfficeXperience uitgeroepen tot beste kantoorinrichter van Nederland
- 23 "Jalema, Tarifold en 3L Office in 2023 onder nieuwe merknaam Djois
- 24 Hoewel de markt nog steeds niet in erg rustig vaarwater verkeert, laveert Quantore er met wat noodzakelijke ingrepen en maatregelen voorspoedig doorheen.
- 25 "Ruud Willebrand, eigenaar van A1Office in Dronten neemt de prijs van € 300,- te besteden bij ADVEO, graag in ontvangst.
- 26 "Rolf Verspuij (46), momenteel CFOO van kantoorinrichter Koninklijke Ahrend, neemt vanaf 1 december 2023 de CEO-functie over van Eugène Sterken (55)
- 27 "Findyourgroup, met in de kantoorinrichtingsbranche reeds diverse bekende namen als Officetopper en Backshop, kondigt de overname aan van MV kantoor in Zeist
- 28 "Op donderdag 5 oktober opent een nieuwe Bruna BV winkel in Prinsenbeek.
- 29 "De eerste bijeenkomst van Officers World in 2023 op 7 maart bij de Zuiver Group in Rotterdam belooft alweer een heel bijzondere te worden
- 30 Ook ADVEO is als leverancier aangesloten bij Libris Blz. B.V

De 100 best bekeken pagina's op kantoornet

- 1 Homepage
 2 Staples Nederland failliet - KBM
 3 /kbm-magazine/
 4 /tln-onderdeel-studystore-stopt-per-direct-ceo-stapt-op/
 5 /frans-davelaar-neemt-your-inkstation-van-cor-wander-over/
 6 /123inkt-nl-in-de-etalage-vraagprijs-500-miljoen-euro/
 7 /faillissement-voor-papierfabriek-crown-van-gelder/
 8 /de-terugkeer-naar-kantoor-wel-veranderingen-maar-geen-clubhuis/
 9 /kantoorboekhandel-jacobs-in-groningen-sluit/
 10 /hameco-krijgt-nieuwe-toekomstbestendige-opzet/
 11 /makro-belgie-failliet-verklaard-1-400-medewerkers-op-straat/
 12 /optigroup-versterkt-positie-in-nederland-met-overname-facility-trade-holding/
 13 /office-centre-boedel-brengt-ruim-36-miljoen-euro-op/
 14 /bop-awards/
 15 /nominees-benelux-office-products-awards-2023-bekend/
 16 /25e-relateddag-van-quantore-succesvol/
 17 /hans-willem-cortenraad-nieuwe-ceo-audax/
 18 /markt-voor-puzzels-en-spellen-groeit-hard-door/
 19 /rasondernemer-frans-davelaar-begint-aan-een-nieuw-hoofdstuk/
 20 123inkt.nl neemt Staples Benelux over - KBM
 21 /ako-winkels-worden-op-termijn-brunas/
 22 BOP Awards 2022 - KBM - Maak je innovatie zichtbaar!
 23 /amazon-business-breidt-uit-is-nederland-aan-de-beurt/
 24 /fellowes-brands-neemt-filex-workspace-solutions-over/
 25 Direct mail 123inkt.nl over Staples wekt beroering onder klanten - KBM
 26 /amazon-wil-in-nederland-distributiecentrum-van-100-000-| vierkante-meter-openen/
 27 /kantoorvakhandel-van-dijk-van-hees-in-den-bosch-sluit-na-116-jaar/
 28 Quantore schakelt in veranderende marktomstandigheden - KBM
 29 /moederbedrijf-tln-van-schoolboekenleverancier-vandijk-in-de-etalage/
 30 /nieuw-nederlands-merk-aptiq-levert-lifestyle-accessoires-voor-de-werkplek/
 31 /primera-met-groothandel-foox-en-spar-in-nieuwe-inkoopcoöperatie/
 32 /groupe-hamelin-neemt-pelikan-group-over/
 33 /paper-show-2023-in-mechelen-staat-in-de-startblokken/
 34 /kantoorvakhandel-littooij-en-van-eijk-in-middelburg-stop/
 35 /eerste-adveo-roadshow-2023-zeer-geslaagd/
 36 /nieuwe-adveo-catalogus-2023-is-uit/
 37 /jalema-tarifold-en-3l-office-in-2023-onder-nieuwe-merknaam-djois/
 38 /geslaagde-editie-van-paper-show/
 39 /klanten-wehkamp-gaan-betalen-voor-retouren/
 40 /primera-in-winkelcentrum-enschede-sluit-poorten/
 41 /als-je-de-prijs-bent-vergeten-heb-je-er-nog-steeds-lol-van/
 42 /spotlight-5-7-maart-aanbod-stationery-groei-dan-ooit/
 43 /mr-viking-peter-damman-viert-30-jarig-jubileum-in-de-branche/
 44 /omzet-action-groeit-in-2022-met-30-procent/
 45 /hillen-mdoc-overgenomen-door-ruvano-document-solutions/
 46 /leferink-en-kp-interieur-vernieuwen-eigen-kantoor-de-werkfabriek/
 47 Inkoopplatform Hameco 3.0 komt snel dichterbij - KBM
 48 /casio-lanceert-bijzondere-neditie-van-de-fx-82-rekenmachine/
 49 /office-magazine-nl/
 50 /arno-van-bijnen-commercieel-directeur-audax/
 51 /kantoorartikelen-leverancier-verdacht-van-smokkel-microchips-voor-russische-oorlogsindustrie/
 52 /frank-heus-stopt-eind-april-bij-bison/
 53 /marcel-van-oploo-verlaat-wiesner-hager-benelux/
 54 /branche-icoon-harry-lammers-overleden/
 55 /crown-van-gelder-maakt-doorstart/
 56 /stora-enso-neemt-de-jong-packaging-group-over-voor-ruim-1-miljard-euro/
 57 /bottcher-reageert-op-stijgende-inkoopprijzen-meer-direkte-import-uit-azie/
 58 /is-er-nog-wel-toekomst-voor-de-verkoop-van-tijdschriften/
 59 /pami-haalt-opnieuw-megacontract-met-federale-overheid-in-belgie-binnen/
 60 /recordomzet-voor-manutan-group-in-2021-2022/
 61 /findyourgroup-en-mark-bos-starten-buy-build-strategie-in-de-signing-en-presentatiesector/
 62 /markt-in-beweging-door-aanpassingen-tabakswet/
 63 /the-learning-network-krijgt-nieuwe-eigenaren/
 64 /entrance-bestormt-kantoorwereld-met-unieke-luxe-meetingbox/
 65 /inofec-neemt-visker-interieurbouw-en-keukens-over/
 66 /officers-world-sluit-voorjaar-af-met-zomerborrel/
 67 /stora-enso-sluit-gelderse-papierfabriek-de-hoop/
 68 /benelux-office-products-bop-awards-2023-de-inschrijving-is-geopend/
 69 /lyreco-opent-b2b-marktplaats-exclusief-voor-duurzame-producten/
 70 /gobright-slaat-vleugels-uit-in-samenwerking-met-av-en-uc-specialist-diversified/
 71 /piet-krediet-woont-hier-niet/
 72 123inkt betaalt 2 miljoen voor doorstart failliet Staples
 73 /read-shop-lelystad-zoekt-nieuw-eigenaar/
 74 /column-peter-damman-all-the-world-is-a-stage/
 75 /nederlandse-casala-stoelen-vormen-decor-kroning-charles-iii/
 76 /nice-price-office-verder-als-buur/
 77 /factor-mens-en-duurzaamheid-bepalen-koers-manutan/
 78 /papierproducenten-positief-over-2023/
 79 /slimme-balpen-uit-groningen-verovert-de-wereld/
 80 /ambiente-working-alles-over-het-kantoor-van-de-toekomst-2/
 81 /werknemer-moet-straks-zelf-zijn-koffiebeker-afwassen/
 82 /dordtse-bruna-heropent-met-25-keer-meer-oppervlak/
 83 /huurverhoging-nekt-winkels-in-de-mall/
 84 /inschrijfformulier-product/
 85 /koninklijke-onderscheiding-voor-kees-broekman-maul/
 86 /na-25-jaar-sluit-de-bruna-in-anna-paulowna/
 87 /bijeenkomst-officers-world-op-7-maart-alles-over-racen-marketing-en-de-laatste-markontwikkelingen/
 88 /onderzoek-hybride-werknemers-bewegen-meer-slapen-langer-en-eten-gezonder/
 89 /raja-group-groeide-in-2022-met-43-tot-e-17-miljard-omzet/
 90 /findyourgroup-neemt-mv-kantoor-over/
 91 /doek-valt-definitief-voor-office-centre-geen-koper-voor-hele-boedel/
 92 /winkelier-in-zijn-maag-met-stroom-aan-postpakketten/
 93 /hoezeer-de-wereld-ook-verandert-we-zullen-altijd-blijven-zitten/
 94 /operationele-winst-kantoorinrichter-ahrend-groeit-61-in-2021/
 95 /xerox-business-center-brabant-breidt-uit-naar-limburg/
 96 /konica-minolta-breidt-direct-sales-uit-met-eigen-webshop-nederland-en-belgie/
 97 /newell-brands-ontstaat-13-procent-van-kantoorpersoneel/
 98 /2022-een-jaar-in-cijfers-2/
 99 /xbc-sneek-sluit-de-deuren/
 100 /events/quantore-alv-en-relateddag-2023/

7 Redenen om voor KBM te kiezen

1

Contentmarketing

Deel informatieve blogposts, whitepapers, nieuwsbrieven, casestudies, columns en video's. Je kunt op de lange termijn organisch verkeer genereren en je positioneren als een autoriteit/expert in je branche. Waardevolle contentmarketingstrategieën zijn ook mogelijk met een beperkt budget.



2

Thought leadership

Positioneer je bedrijf als thought leader in de branche. Publiceer artikelen, casestudies, nieuwsbrieven en whitepapers om je kennis en inzichten te delen.

3

Ondersteuning van marketingactiviteiten

Zet KBM in als invulling in als aanvulling op je andere marketingactiviteiten, zoals sociale media, e-mailmarketing en SEO. Dat versterkt je boodschap en vergroot het effect van al je marketinginspanningen.



4

Multichannel benadering

Maak adverteren in KBM deel uit van een bredere multichannel marketingstrategie. Door inzet van meerdere kanalen vergroot je de kans om je doelgroep op verschillende touchpoints te bereiken.



5

Don't Miss Out

Bereik de volledige inkoopkracht van de branche. Er zijn meerdere partijen in de markt, en de branche is competitief. Met KBM zorg je ervoor dat je éérlijke beslisser in de markt bereikt!



6

Bereik elke beslisser

Vaak heb je als toeleverancier primair contact met een inkoper. Maar KBM bereikt iedereen in een retailorganisatie die beslissingen neemt over de opname van producten en diensten.



KBM

al meer dan 100
jaar hét platform
in de handel van
business supplies,
kantoormachines
en - inrichting.

Helaas verwacht ik niet dat Staples de laatste verliezer in onze markt is

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

Met gemengde gevoelens. Na vele uitdagingen hadden we verwacht en gehoopt op een iets rustiger jaar, waarin we weer de operationele kwaliteit zouden gaan leveren die leden van ons verwachten. De arbeidsmarkt bleef echter knellen, met de nodige gevolgen voor de uitlevering van de goederen. Dit jaar hebben we heel hard gewerkt aan de transitie van de avond- naar de dagoperatie. De timing zat echter niet mee. Twee weken voor de overgang ging Staples failliet, wat leidde tot veel meer werkzaamheid in de toch al drukste periode van het jaar. Dit zorgde ervoor dat we moeite hadden orders compleet en tijdig uit te leveren. Tegelijkertijd is er door iedereen keihard gewerkt en ben ik trots op de inzet van onze medewerkers.

Wat waren zakelijk gezien voor jou en je organisatie de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar? En privé?

Mijn jongste dochter heeft deze zomer haar studie afgerond. Met haar en mijn vrouw ben ik een week naar Israël inclusief de Westbank geweest. We waren onder de indruk van het land, de historie, de heilige plaatsen en met name de mensen. Het verschil met nu kan bijna niet groter zijn. Dit conflict kent alleen maar verliezers en dat maakt mij erg verdrietig.

En welke opvallende trends zag je in de markt?

De markt blijft dalen en de impact hiervan wordt steeds zichtbaarder. Alle partijen in de markt moeten een stapje extra zetten om hun toegevoegde waarde aan te tonen en deze om te zetten in verkoopkansen. Het faillissement van Staples, na het faillissement van Office Centre vorig jaar, is helaas een gevolg van deze krimp. Helaas verwacht ik niet dat Staples de laatste verliezer in onze markt is.

Welk bedrijf was top en welke 'n flop?

Dit is niet aan mij om een bedrijf als top of flop te kwalificeren. Binnen bedrijven werken mensen en die mensen doen hun best en verdienen respect.

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft het meest impact gehad in de sector en waarom/hoe?

HP heeft hele duidelijke keuzes gemaakt wie haar verkooppartners zijn en wie dat niet zijn. Deze selectieve distributie heeft een enorme impact op onze sector en ik vind dat HP een voorbeeld is voor alle A-merkleveranciers.

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

De markt zal nog wat dalen en ik verwacht dat Quantore licht kan stijgen en dus in staat is marktaandeel te winnen. Ook verwacht ik dat Quantore komend jaar een rol van betekenis kan gaan spelen in de Belgische markt en in de markt van de aanbestedingen.

Heb je goede voornemens voor volgend jaar?

Ik sport al veel en doe veel leuke dingen met mijn familie en vrienden. Ik eet en drink met mate. Als ik meer (werk) tijd zou hebben, dan zou ik dat graag besteden aan het bezoeken van leden.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven?

Blijf geloven in jezelf en richt je op die zaken waar je invloed op hebt.



Arnold Thews

(algemeen directeur Quantore)

Er is duidelijk behoefte aan value for money producten

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

Adveo kijkt tevreden terug op 2023. We hebben een mooie groei gerealiseerd samen met onze partners, zowel aan leveranciers- als aan klantenzijde. Er was duidelijk meer rust in de supply chain rond het aanleveren van goederen. We hebben hard gewerkt aan de performance en ook onze voorraadsystemen bekeken en geoptimaliseerd. Dit heeft geresulteerd in een hogere klanttevredenheid, minder backorders en heeft zo bijgedragen aan onze groei. Daarnaast zijn we diverse partnerprogramma's gestart, waarbij we echt, samen met onze partners, inzetten op groei. De organisatie is versterkt met een financieel directeur. Miguel Haelvoet was al eerder werkzaam bij Adveo van 2010 tot en met 2017. Hij is nu terug op zijn plek om onze verdere groei te ondersteunen.

Wat waren zakelijk gezien voor jou en je organisatie de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar? En privé?

Zakelijk gezien zijn dat er meerdere: we hebben de organisatie in november 2022 wat gewijzigd qua werken en dat heeft in 2023 heel goed uitgepakt. We hebben Roadshows georganiseerd als tegenhanger van een jaarlijkse beurs, en dat zetten we ook door in 2024. Het versterken van ons directieteam met Miguel is zeker ook een hoogtepunt. Vooral het samen ervoor gaan- samen groeien- zowel intern als extern: dat is eigenlijk hoe ik 2023 kan samenvatten.

Natuurlijk is het ook zo dat het niet gemakkelijk was in de branche. We moeten daarom blijven innoveren en blijven luisteren naar onze partners. Privé is er ook heel wat gebeurd: van een gezinshuis met 3 kinderen en een hond- naar een meer verspreid gezin met meerdere honden. Mijn kinderen hebben inmiddels allemaal hun eigen plek gevonden en zijn 'uitgevlogen'. Een nieuwe fase in het (met partners) uitgebreide gezin.

En welke opvallende trends zag je in de markt?

Opvallend: dat is lastig. Ik denk dat de meeste zaken wel voor de hand liggen. We zien traditionele kantoorartikel groepen die het moeilijk hebben- we zien dat facilitaire producten sterk groeien. Onze Adveo merken doen het erg goed (Pergamy bijvoorbeeld) en ook Q connect groeit hard. Er is duidelijk behoefte aan value for money producten.

Welk bedrijf was top en welke 'n flop?

We hebben gelukkig veel toppers in de branche. Ik ga er daarom niet een uithalen.

Flop waren natuurlijk de bedrijven die failliet zijn gegaan. Dat is (ongeacht of het nu een klant was of niet) natuurlijk slecht- zeker voor de mensen die daar werken.

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft het meest impact gehad in de sector en waarom/hoe?

Het valt op dat het nieuwe assortiment het heel erg goed doet en dat de tijd dat het begint te verkopen, dus de aanloopperiode, steeds korter wordt. De handel wordt sneller. Onze branche wordt nog altijd gezien als stoffig, maar is het al lang niet meer. We zijn ook bijzonder aangenaam verrast door de brancheorganisaties: we hebben een aantal goede meetings gehad met

elkaar waar zaken echt gedeeld worden. Papershow blijft natuurlijk ook een hele mooie beurs waar de Belgische brancheorganisatie terecht trots op mag zijn. We ontvingen iedereen graag, ook dit jaar weer, op onze uitgebreide stand.

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

De markt zal verder ontwikkelen. Dat betekent dat er echt nieuwe lagen aan de assortimenten toegevoegd zullen worden en dat die ook leidend zullen worden. We zien duidelijk verbreding, ook bij onze partners- en nog verdere kansen om intensief samen te werken. Adveo heeft een meerjarenplan dat we aan het uitvoeren zijn- en daar zitten we mooi op koers. Samenwerken dus- en wakker blijven in deze snel veranderende branche.

Heb je goede voorname voor volgend jaar?

Zeker! Vooral plezier hebben! Het samenwerken met de partners geeft heel veel energie. Dat maakt het leuk! We hebben de organisatie staan- een geweldig team om onze verdere groei te realiseren. De toekomst ziet er zonnig uit – en er zal ook af een regenbui over komen.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven?

Zorg dat je iedere dag plezier hebt in wat je doet! Kijk ook buiten de platgetreden paden en werk samen met de juiste partij!



Erwin Gnoekker

(Sales Director Benelux/Country Director NL)

Thema's die betrekking hebben op milieuaspecten zijn voorlopig de trend

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

In 2023 heb ik juist met meer inspanningen eigenlijk minder resultaat geboekt. Ik realiseer me dan ook extra wat de daadwerkelijke gevolgen waren van de 'corona jaren' in onze handel. De coronajaren van 2021 en 2022 kenmerken zich voor mij als beste jaren ooit, niet alleen in omzet maar ook zeker in de afzet.

In 2023 ligt dit anders. Er is gelukkig geen sprake meer van een epidemie met grote gevolgen. Er zijn geen noemenswaardige restricties geweest en daarbij zijn de producten weer volop beschikbaar. Echter, de markt lijkt wat af te zijn genomen ten opzichte van vorig jaar. Mogelijke oorzaken zijn bijvoorbeeld het wegvallen van corona gerelateerde omzet, magazijnen die nagenoeg nog vol liggen en wellicht de huidige inflatie.

Wat waren zakelijk gezien voor jou en je organisatie de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar? En privé?

De gebeurtenissen rondom Staples zijn denk ik toch wel het meest opvallend voor mij in 2023. Helaas hebben de nodige gebeurtenissen de revue gepasseerd en hebben deze een nasleep als gevolg voor zowel het Staples-faillissement als daarbuiten. Inmiddels doet men er alles aan om de business-as-usual - en wederom gezond te krijgen.

En welke opvallende trends zag je in de markt?

Een trend die nu goed waarneembaar is en voorlopig denk ik zal aanhouden zijn thema's die betrekking hebben op milieuaspecten. Ik zie steeds meer aanvragen van onze klanten binnenkomen met verzoeken hierover. Inmiddels krijgen we ook aanvragen van eindklanten doorgestuurd die zich hiermee klaarlijkelijk ook bezig houden.

Bij HERMA kunnen we ons gelukkig committeren en kunnen we het nodige aanleveren als het gaat om vraagstukken, certificaten en/of keurmerken. Dit geldt voor zowel onze producten als ook onze eigen organisatie.

Welk bedrijf was top en welke 'n flop?

Wellicht niet binnen onze branche, maar als fanatieke klusser ben ik een zeer grote liefhebber van Hornbach. Met inmiddels verschillende vestigingen kijk ik hier altijd mijn ogen uit. Ruim opgezet, divers assortiment, zowel offline en online, altijd een medewerker in de buurt en goede (klanten)service. Het is een winkel waar ik maar al te graag kom.

Wat betreft flop bedrijven. Die zullen er vast zijn. Gewoon uit de buurt blijven!

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft de meeste impact gehad in de sector en waarom/hoe?

Wat mij wel is opgevallen en, mede door corona bij velen denk ik, is de impact van Microsoft Teams bellen, vergaderen, presenteren en dergelijke. Niet alleen op verre klant-afstand, maar ook intern met elkaar. Het gemak en comfort elkaar dan wel kort of lang, individueel of groepsverband, op kantoor of het homeoffice te ontmoeten is denk ik wel echt een ontwikkeling die een hoop nieuwe mogelijkheden inclusief gemak met zich mee heeft gebracht.

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

De verwachting in 2024 is vooral nog spannend. Er is een hoop onzekerheid, maar dit is geen nieuws met voorgaande jaren. De uitdagingen die op de loer liggen gelden dan ook niet alleen voor HERMA maar ook voor anderen in de markt.

Voor HERMA intern geldt dat we in 2023 weer geacclimatiseerd zijn. Ik hoop dan ook in 2024 ondanks alle uitdagingen weer een mooie groei te mogen realiseren. Gezien de uitdagingen ligt de focus niet alleen op het behalen van omzetgroei, des te meer ook hoe we ons business activiteiten efficiënter kunnen krijgen. Door deze samenstelling blijven we de kosten goed in de juiste balans gewaarborgd, wat ten goede komt voor onze concurrentiepositie en uiteraard onze (eind)klanten.

Heb je goede voornemens voor volgend jaar?

Jazeker, ontspanning moet in 2024 zeker de nodige aandacht krijgen. Ik ga hier op letten.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven?

Advies die mij altijd vreugde doet is; 'bekijk wat er wel is en niet wat er niet is'. Tot slot, een goed, gezond en liefdevol 2024 voor iedereen!



Karim Aouadi
(Herma)

Hoe mooi zou het zijn ons in te zetten als de meest duurzame branche?

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

2023 was een dynamisch jaar, dat werd gedomineerd door een zeer onrustig klimaat. Zowel veroorzaakt door oorlog, (inter-)nationale crisissen en de landelijke politieke en ook door beweging in de branche. Van overnames, verdeeldheid, faillissementen en groeistrategieën. Wat dan positief opvalt, is de veerkracht van de MKB ondernemers, die ondanks alles wat hen bezighoudt (personeel, hoge energierekening, gezondheid van mens en het bedrijf), door gaat met de business en innoveren en veelal aan de slag ging met het vitaliseren van de interne organisatie. Novaka heeft ondernemers en organisaties weer bij kunnen staan met adviezen, diensten en inspiratie.

Wat waren zakelijk gezien voor jou de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar.

Het faillissement van Staples doet pijn, zeker omdat het als waardig en belangrijk lid zorgde voor een goede balans. Fijn voor de medewerkers dat er een doorstart kwam. Gelukkig is er ruimte voor nieuwe partners en is Novaka andere samenwerkingen aangegaan.

Novaka stelt zich ten doel om de branche verder te ontwikkelen, onder andere via het kennisplatform, waarvan steeds meer medewerkers in de branche gebruik maken en vele leveranciers op zijn aangesloten. Heel bijzonder is dat vrijwel elke leverancier een visie heeft op duurzaamheid en dit deelde op het platform. Er zijn nieuwe kennisboxen ontwikkeld voor productcategorieën waarin onze partners groeimogelijkheden zien. Novaka Academy heeft in 2023 fysieke trainingen opgepakt. De ergo-coachtraining, waarbij on- en offline wordt gecombineerd, was zeer succesvol en effectief.

En privé?

De meeste impact had, dat ons 'laatste' kind is afgestudeerd in criminologie met een master Crises and Securitymanagement en inmiddels is beëdigd bij de politie. Onze vier kinderen hebben verschillende studieachtergronden en werken in diverse mooie sectoren. Dat maakt je niet alleen trots, je realiseert je ook dat er veel jonge mensen op de markt komen met andere inzichten en ervaringen en ook zeker met andere wensen en behoeftes. Het drukt je met de neus op de feiten hoe de wereld veranderd is en wat actueler en relevanter is dan ooit tevoren.

En welke opvallende trends zag je in de markt

Een belangrijke trend die zich al eerder heeft ingezet door corona is aandacht voor hygiëne en veiligheid. De branche kan hier op inspringen. Novaka ondersteunt deze gedachten.

Een andere trend waar we alert op moeten zijn is Artificiële Intelligentie, die veel invloed kan krijgen. Een goede tegenhanger die in opkomst is, is Authentieke Intelligentie. De combinatie is een synergie van wetenschap en visionaire inzichten. En heeft impact op ons brein en onze manier van leven.

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft het meest impact gehad in de sector en waarom/hoe.

Met plezier kijk ik terug op de BOP Award uitreiking afgelopen oktober. Hieruit blijkt dat relevante thema's als duurzaamheid, innovatie en vernieuwing in onze branche er toe doen en dat leveranciers hier zeer goed op in spelen.

Onze partners edding en Maped vielen in de prijzen, waarvan de uitingen van

respectievelijk The power of visualisation en Color Peps Infinity ook op het platform zijn te bewonderen. Met Desq en Newell Brands bespreken we een samenwerking..

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

In mijn visie zal de focus voor 2024 in ieder geval op de volgende thema's gericht zijn: Gezondheid, duurzaamheid en kwaliteit. Voor onze branche zijn dat thema's waarop we naadloos kunnen inspelen. Het motto: "De kantoorbranche heeft een hart voor hardwerkend Nederland" is een schot voor open doel, waarvan wij ervaren dat je veel medewerking krijgt van sociale partners en van de politiek. Gezondheidsbevordering op het gebied van producten en diensten in de kantoorinrichting, vitaliseren van kantoren, inrichten van gezonde werkplekken enzovoort. Maar natuurlijk ook in onze retailsector, door aandacht te geven aan de gezondheid en ontwikkeling van medewerkers en organisatie. Uit onderzoek blijkt namelijk dat medewerkers die zich ontwikkelen gelukkiger, productiever en wendbaarder zijn. Daarnaast is verdere verduurzaming onontkoombaar. We zetten al stappen, maar hoe mooi zou het zijn ons in te zetten als de meest duurzame branche?

Novaka zal deze thema's op diverse manieren aandacht geven, zowel in onze belangenbehartigingsstrategie met onze gesprekspartners 'uit Den Haag', als in onze dienstverlening en communicatie- en trainingsactiviteiten fysiek en op het kennisplatform.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven

Mijn ultieme advies is: zorg voor een perfecte klantbeleving en operationele excellentie! Digitalisering en data driven is daarbinnen een must. In deze woelige tijden hebben mensen ook behoeften aan ontmoetingen en persoonlijke benadering. Platformen en Communities zijn de toekomst, zeker in combinatie. Als we de branche willen versterken en beter profileren moeten we ook hiermee samenwerken en zorg hebben voor ons eigen mentale welzijn en dat van anderen!



Lieke Vogels

(directeur Novaka)

Change before you have to!

2023

In 2023 zagen we de al bestaande trends in de business supplies branche van de voorgaande jaren nog sterker worden. Daarbij springen de prijsverhogingen het meest in het oog. Vrijwel alle fabrikanten zagen zich gedwongen om hun producten in prijs te verhogen. En dat werd direct in de hele keten zichtbaar. En de percentages van de verhogingen waren ongekend. Soms wel meer dan 10 procent per keer. Dergelijke verhogingen waren vijf jaar geleden ondenkbaar. Deze trend geeft ook de veranderende positie van de producenten weer.

Daarnaast kwam het inzicht en de acceptatie bij vrijwel alle fabrikanten en groothandelaren dat de beste weg naar de eindconsument de directe weg is, zonder tussenschakels. De al bekende grote E commerce platforms maken dit al langer mogelijk, maar het hybride model schijnt nu toch echt zonder schaamte te kunnen worden genoemd.

Verder zagen we wederom dat er in een dalende markt steeds minder spelers komen. Dat kan door gebrek aan bedrijfsopvolging, zoals bij zelfstandige retailers, of door onervaren management en een taaie markt waardoor een bekende naam in de contractmarkt de handdoek in de ring moet gooien. In beide gevallen is het geen verrassing. Online modellen hebben het grootste deel van de handel overgenomen en de klassieke aanbieders hebben het nakijken. Daarnaast is het gebruik van de traditionele supplies weer behoorlijk afgangen door de digitalisering en velen hebben de teruggang niet op tijd kunnen keren door het aanbieden van nieuwe categorieën en diensten. De dalende markt en het gevecht om het resterende gedeelte van de taart gaf in 2023 ook een extra druk op de marge. Harder werken dus om minimaal hetzelfde resultaat te halen. Zeker ook opvallend is dat de traditionele grootmachten die decennialang de branche domineerden nu geen opvallende rol meer spelen. Door de verkoop van onderdelen, faillissementen, dalende omzetten of onzichtbaar management zijn deze niet meer "top of mind". En een bedrijf als 123Inkt die op een slimme manier een overname deed door van een failliet bedrijf de boedel over te nemen is natuurlijk een van de partijen die positief opviel in 2023. En dat geld natuurlijk ook voor Pelikan dat in Hamelin een mooie nieuwe eigenaar vond. Een prima combinatie waar ik veel van verwacht.

2024

In 2024 zullen we de geschatste trends van 2023 onveranderd zien doorlopen. De klassieke supplies markt wordt niet groter, dus het vechten om marktaandeel zal nog wel even voortduren. Echter, de trend van consolidatie en het afhaken van bedrijven heeft ook een positief effect. Minder spelers op de markt geeft rust en stabiliteit, zodat de overblijvers nog een goede boterham kunnen verdienen. En aanbieders van producten waar nog echt advies bij gewenst is of niche aanbieders blijven uiteraard relevant. Maar degene die het plan hebben om hun bedrijf in de etalage te zetten, moeten er rekening mee houden dat potentiele kopers voornamelijk in de strategische hoek moeten worden gezocht. Externe investeerders zijn niet zo dol op dalende markten, tenzij je als laatste aanbieder overblijft. Positief voor 2024 blijft ook dat de inflatiertrend dalende is, wat een eventuele rentestap van de ECB naar beneden waarschijnlijker maakt en wat het lenen goedkoper kan

maken. En dat is voor investeringsgoederen dan wel weer prettig. Fabrikanten met eigen productie en innovatie zullen hun positie kunnen verstevigen. Zeker ook als ze producten kunnen aanbieden voor verticale markten buiten de traditionele kantorenmarkt om. Want business supplies worden tegenwoordig overal verkocht, van de mega discounter tot de drogist en hobbywinkel. Ik ben optimistisch voor 2024 maar het oude adagium blijft wel gelden; 'Change before you have to!'



Mrs. Peter Damman
(voorzitter Officers World en entrepreneur)

Ik verwacht dat het een pittig jaar wordt. Maar we zijn er klaar voor.

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

Het post-covid enthousiasme van 2022 zette zich verder door begin 2023. Enkele maanden later werd dat enthousiasme wat getemperd. Onrust over aanhoudende kostprijsstijgingen en nog meer oorlog brachten consumenten en bedrijven in een andere mindset.

Wat waren zakelijk gezien voor jou en je organisatie de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar? En privé?

De mensen rondom mij. Mijn familie en vrienden, fantastische collega's, zowel bij Brepols als binnen het Bosta bestuur, fijne zakelijke relaties ... We zitten in een branche waarin persoonlijk contact nog héél belangrijk is. Daar haal ik ontzettend veel energie uit.

En welke opvallende trends zag je in de markt?

Het is "cliché", ik besef het. Maar duurzaamheid wordt steeds concreter. We kunnen er niet meer omheen. Wagens, zonnepanelen, warmtepompen, verpakkingsmateriaal, duurzamere producten, de manier waarop we reizen ... Duurzaamheid begint steeds meer door te dringen in ons gedrag en in onze maatschappij. En maar goed ook. We hebben allemaal onze verantwoordelijkheid om ons steentje bij te dragen aan een leefbare planeet. Anderzijds viel me ook op dat pedagogen er steeds meer op wijzen dat digitalisering in het onderwijs soms in "overdrive" gaat. In Zweden stelde men vast dat de leesvaardigheid van tieners er snel op achteruit ging en heeft men alvast beslist om voor een aantal vakken terug te grijpen naar fysieke handboeken en lesmateriaal. Tegelijk zien we in het recent Pisa-rapport dat het niveau van leerlingen in het middelbaar onderwijs in de OESO landen monitort, dat het kennisniveau in Vlaanderen en Nederland de voorbije paar jaar erg gezakt is. Zorgwekkend. Verdere analyse zal moeten aantonen wat de oorzaken zijn, maar te zeer doorgedreven digitalisering in het klaslokaal zou wel eens deel van het probleem kunnen zijn. (...)

Welk bedrijf was top en welke 'n flop?

Van "flop" wil ik niet spreken in onze sector. Ik heb respect voor alles en iedereen in onze branche.

"Top" vind ik de zet van 123inkt met de doorstart van Staples. Ik zag het niet aankomen. Ongetwijfeld een goede zaak voor de business en voor heel wat medewerkers van Staples.

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft de meeste impact gehad in de sector en waarom/hoe?

Ik maak graag een beetje reclame voor onze Maverick lederwaren lijn die we de voorbije twee jaar met succes gerestyled hebben. Een schot in de roos voor ons, maar ook voor héél wat ondernemers die hiermee hun aanbod succesvol diversifiëren.

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

Ik verwacht dat het een pittig jaar wordt. Maar we zijn er klaar voor.

Heb je goede voornemens voor volgend jaar?

Iets meer evenwicht vinden tussen mijn werk- en mijn privétijd. En mijn Brepols agenda is daar een perfecte tool voor.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven?

In alle bescheidenheid wil ik gewoon maar zeer oprocht alle lezers en branchegegenoten een gezond en gelukkig 2024 wensen!



Bert Lippens

(commercieel directeur Brepols)

Als organisatie willen we meer teruggeven aan de maatschappij dan we nemen

Hoe kijk je terug naar 2023 en waarom?

2023 zie we als een jaar met veel beweging, inflatie speelde nog steeds een rol, consumentengedrag veranderde, de hand werd meer op de knip gehouden maar ook het consumentenvertrouwen was erg laag. De oorlogen helpen hier ook niet bij. We zien ook verschuiving in koopgedrag met als gevolg weer een groot faillissement. Desondanks zijn we zeker niet ontevreden over 2023, we gaan iets boven vorige jaar eindigen maar het blijft spannend.

Wat waren zakelijk gezien voor jou en je organisatie de meest opvallende momenten/gebeurtenissen afgelopen jaar? En privé?

Zakelijk gezien is de koers die edding wil gaan varen in de toekomst zeer uitdagend maar ook bewonderenswaardig. Van een Profit company naar een 'profit for'. Als organisatie willen we meer teruggeven aan de maatschappij dan we nemen. Dit gaan we de komende jaren vorm geven en dat zal zich uiten in nog meer sustainability, bijdrage aan sociale projecten, terugdringen van CO2. Kortom, edding neemt zijn sociale verantwoordelijkheid als bedrijf en dat maakt mij trots hier aan te mogen bijdragen.

Privé wil ik graag nog het overlijden van Remco John vermelden, de inkoper van Staples waar we jaren uitstekend hebben samengewerkt. We wisten al een tijdje dat hij erg ziek was. Maar zijn overlijden kwam als een grote shock en heeft mij erg geraakt. Daarom wens ik ook zijn vrouw en kinderen bij deze veel sterkte in deze moeilijke tijden.

En welke opvallende trends zag je in de markt?

Belangrijkste trend is het definitief doorgroeien van de e-commerce business en uitvinden hoe consumenten naar producten zoeken. De markten zijn extreem transparant en de consument bepaald uiteindelijk wat, waar en wanneer hij gaat kopen. Het beïnvloeden van koopgedrag, de 'customer journey', is complexer dan ooit. Alles moet kloppen, niet alleen het product maar ook de beleving rond het product, de levering en de prijs. Dit vraagt dat we nog actiever worden, maar dat tevens ook de concurrentie veel groter is geworden en de consument meer te kiezen heeft.

Welk bedrijf was top en welke 'n flop?

Bol.com is voor ons top in de manier van werken, toegang tot data en de samenwerking als we naar Business-to-consumer kijken. In de BtoB-markt zien we de professionele houding van Lyreco als een uitstekend voorbeeld. Zonder natuurlijk de andere partijen tekort te doen want we werken uitstekend samen met al onze partners. De "flop", laten we zeggen grote teleurstelling is dat Staples failliet is gegaan. We hadden een lange relatie .

Welke product/dienst is je opgevallen, heeft het meest impact gehad in de sector en waarom/hoe

Onze sector staat niet bekend om de grote innovaties. Wat we wel zien als een hele positieve ontwikkeling is dat alle bedrijven, ook in retail, druk bezig zijn met milieu en inspanningen verrichten om een bijdrage te leveren aan nieuwe oplossingen. Denk aan recycling processen, nieuwe materialen en andere verpakkingen. E en duidelijk stap in de goede richting.

Wat is je verwachting en visie voor 2024, dan zowel voor de hele markt als voor jullie organisatie?

De zakelijk markt zal ook in 2024 een lastig jaar hebben omdat de volumes teruglopen en de manier van werken in veel bedrijven voorgoed veranderd is. Thuiswerken is al meer de norm en met het steeds vaker vastlopen van het verkeer zien we dat alleen maar toenemen. In retail zijn we positiever gestemd omdat we dichter bij de consument zitten en veel beter kunnen bepalen en beïnvloeden waar zijn behoeften liggen. Edding blijft innoveren en blijft op zoek naar nieuwe business velden. Natuurlijk investeren we ook in de bestaande business. Wij geloven dat 2024 weer groei voor ons laat zien. Belangrijk blijft natuurlijk dat de lopende conflicten in de wereld niet uit de hand moeten lopen want dat gaat dan zeker een impact hebben op consumenten gedrag. Wat edding betreft zal ook 2024 weer veel uitdagingen met zich brengen, maar al deze aanpassingen helpen de organisatie 'futureproof' te maken. We zijn op de goede weg en de nieuwe strategie gaat hier heel duidelijk bij helpen. Ook zullen we ons volgend jaar weer duidelijk laten zien op internationale en lokale BtoB en BtoC beurzen. We zullen dichter op de consument gaan zitten. Alleen producten verkopen is niet goed genoeg meer, beleving speelt een grote rol.

Heb je goede voornemens voor volgend jaar?

Neen, die heb ik nooit, gewoon doorgaan met adem halen en het liefst volgens Wim Hoff. Breath in Breath out.

Welk tip/advies wil je de lezers van KBM meegeven?

Zorg dat we meer op data gaan sturen en elkaar daarbij helpen, Dat gaat zeker meer resultaat opleveren en minder verspilling.



Eric Gevriens

(Business Development Director edding region West (France, Benelux))

DE POSITIEVE LIJN DOORTREKKEN NAAR 2024

Drie ondernemingen in de office-branche blikken terug op 2023 en vooruit op 2024. Ze hebben een boeiend jaar achter de rug met de nodige reuring en hoogtepunten. Ze hopen de positieve lijn van de laatste tijd door te trekken naar volgend jaar. Er staan in ieder geval weer genoeg plannen en uitdagingen op de rol. Het woord is aan Peter Hoogerwerf, Wout van Laar en Jos van Dalsen.

Peter Hoogerwerf, Hoogerwerf Projectinrichting en -management

'Wij hebben overwegend een uitstekend jaar gedaaid, wat in 2022 overigens ook al het geval was. Dit houdt verband met een aantal grote inrichtingsprojecten die we hebben ingevuld. Projectinrichting is onze belangrijkste tak. Het meest bijzondere is wel het project dat in samenwerking met Neurofactor en Neurensics is uitgevoerd op basis van neurowetenschap, het eerste ter wereld. We hebben hiervoor veel publiciteit gehad in dagbladen en op tv, zoals De Telegraaf en BNR. We hebben hierbij daadwerkelijk 24 mensen in een fMRI-scanner gehad om te kijken of verschillende kantoorsettings onbewuste emoties naar boven halen. De klant, Robert Walters recruitmentbureau, heeft hierdoor voor een afwijkende insteek gekozen. De nieuwe inrichting inspireert mensen op een andere manier, waardoor zij optimaal presteren en zich goed voelen. Voor ons was dat project het hoogtepunt van het jaar.'

'Naast projectinrichting zijn al onze andere onderdelen in het afgelopen jaar ook gegroeid, zoals de printer- en kopieermachines en de contracten, en de office supplies. In de volle breedte was het dus een prima jaar voor ons.'

'Vooruitkijkend op 2024 hebben we momenteel al een aantal mooie projecten binnen. Deels is het ook een gevolg op het neurowetenschappelijke project. Ook gaan we het penthouse van de WTC-toren in Rotterdam inrichten, evenals het hoofdkantoor van een onderneming die al 45 jaar klant van ons is. Er ligt een gezonde basis en hoe het op het eind van dit jaar loopt, kijken we met een positief gevoel naar 2024.'

'Het zwaartepunt zal bij projectinrichting en -management liggen, waarin we door de laatste jaren heen zijn gespecialiseerd. Dat gaat verder dan alleen meubilair leveren. We zitten eigenlijk tussen aannemer en architect in en ontzorgen de klant compleet. We willen ervoor zorgen dat

de medewerkers niet naar kantoor moeten maar juist graag willen. Dat het op kantoor beter is dan thuis. Ik voorzie een hoop ellende op het fysieke gebied over tien tot vijftien jaar als het gaat over thuiswerken. Werkgevers moeten veel aandacht blijven besteden aan hun werkomgeving.'



Wout van Laar, GZ OfficeXperience

Aan de aanbodkant zie ik dat de markt zich scheidt in enerzijds de traditionele aanbieders van kantoorinrichting en -artikelen die, daarnaast soms zelfs in de mix, ook sterk als prijsvechters online aanwezig zijn. Anderzijds hebben we de partijen die intensief met de disruptie bezig zijn. Deze laatsten gaan mee met de veranderingen in de markt en die zelfs forceren, zoals wij ook doen. In de basis is de markt verzagd en in het kader van verduurzaming en circulariteit moet je de eindklant op een andere manier bedienen. Bij Quantore bijvoorbeeld kennen, bij de traditionele partijen, de online aanbieders nog groei in een dalende markt. Deels zal het hierbij ook landjepik zijn van omgevallen partijen. Door de drop shipments faciliteiten via Quantore heb je ineens de hele Benelux als rayon, in plaats van 'voorheen' een straal van 50 km rondom je vestiging.

Wij hanteren het verouderde woord kantoorvakhandel niet meer. We zijn nu experts in het verhogen van de arbeidsproductiviteit. Hiermee geef je een stuk vernieuwing aan. Dankzij corona is deze markt in een versnelling gekomen, wat vooral heeft te maken met locatie-onafhankelijk en activiteit-gericht werken. Daar waar je je bevindt moet je optimaal gefaciliteerd kunnen worden met alles dat met je werkomgeving te maken heeft. Naast de facilitair manager en de inkoper hebben we hierbij nu ook te maken met de IT- en HR-manager. Een goed voorbeeld hiervan is dat we olangs op de IT-beurs Cloud Expo stonden, wat ik vijf jaar geleden niet had kunnen bedenken. Daar hebben we het unieke concept Signature

Microsoft Teams Room (een soort huddle room), een samenwerking tussen verschillende partijen, gepresenteerd. Hierbij maakt het niet uit waar je bent, maar hoe je met elkaar communiceert uiteindelijk ook tot een hogere productiviteit leidt. 'Dit is de innovatieve markt waarin we ons als vernieuwende projectinrichters begeven. Een andere ontwikkeling is dat we projecten steeds vaker turnkey opleveren en we de eindklant van begin tot eind ontzorgen. Ik ben van mening dat je als inrichter over tien jaar de deur kunt sluiten omdat je dan geen tafels en stoelen in de showroom worden verkocht, of je gaat mee met de verbreding en vernieuwing van de markt. Een van de hoogtepunten van het jaar is dat we voor de tweede keer op zijn verkozen tot beste

kantoorinrichter van Nederland.

'Ik kijk heel positief vooruit naar 2024. Waarom? De functie van een kantoorpand is nog nooit zo belangrijk geweest als nu. Normaliter zijn we als eerste de pineut wanneer we geconfronteerd worden met een recessie, oorlog en dergelijke, en we komen als laatste weer uit het dal. Maar nu zien werkgevers, als gevolg van de krapte op de arbeidsmarkt, dat uitstraling van en beleven op kantoor veel belangrijker zijn. De huidige generatie kijkt meer naar factoren als een mooi design, een gym, mogelijkheid voor op afstand werken, vrijheden en een gezellige club. De jonge werknemers willen niet meer in een kantoor tuin werken. Wij zijn door deze trend een belangrijke partner geworden voor bedrijven en dat zet zich alleen maar door.'



Wout van Laar



Jos van Dalsen, VWC Groep

Er was dit jaar genoeg reuring in onze branche. Ik zag veel (kleinere) zelfstandig winkels stoppen, mede door vergrijzing. Daarnaast uiteraard het Staples faillissement, gevolgd door een voortzetting via 123lnkt.nl. Als jurylid van de Benelux Office Award heb ik veel mooie nieuwe producten gezien, dat is een goede ontwikkeling want we moeten steeds nieuwe producten hebben die de neergang van de traditionele kantoorartikelen compenseren en dat lukt goed, vooral met facilitaire producten en diensten. De Leden Advies Raad van Quantore is benoemd en opgestart, dit zal in 2024 een vervolg krijgen.

Binnen VWC is de belangrijkste ontwikkeling de specialisatie per vestiging, we kennen vanaf 1 januari 2024 twee divisies. VWC Kantoor & Project (Kampen) voor kantoorartikelen, projectinrichting en vloer- en raambekleding. Daarnaast hebben we de divisie VWC ICT & Telecom (Genemuiden en Nunspeet) voor ICT, telefonie en printing.

Doordat we ons per vestiging specialiseren, zal nog duidelijker zijn wat we waar doen en wie wat doet. Het totale team blijft gelijk en wordt in 2024 verder uitgebreid.

Ik verwacht dan ook een groeiende omzet in 2024. Verder hoop ik dat Quantore door de overstap naar de dag-operatie het logistische proces beter onder controle krijgt. We hebben het laatste kwartaal de nodige hinder gehad door de opstartfase van de nieuwe werkmethode, maar ook daarover ben ik positief gestemd. Een speerpunt voor 2024 is dat we binnen VWC werken aan de groei van de divisie Kantoor & Project. Voor de branche is mijn inzet met verve de Leden Advies Groep van Quantore. En uiteraard volg ik als jurylid van de BOP Awards nauw de ontwikkelingen wat betreft nieuwe producten, innovaties en thema duurzaamheid.



Snom lanceert draadloze conferentietelefoon

In lijn met de work-from-anywhere-strategie voegt Snom het nieuwe C620 conferentiesysteem toe aan het portfolio van innovatieve, breed toepasbare communicatieoplossingen.

Dankzij DECT maakt deze oplossing een einde aan de gebruikelijke kabelchaos op en onder vergadertafels. Het biedt gebruikers de moge-

lijkheid om vrijwel elke ruimte om te toveren tot een conferentieruimte. Met de full-duplex-conferentietelefoon kunnen deelnemers tegelijkertijd praten en luisteren – net als bij een persoonlijk gesprek. De voor Snom typische HD-audiokwaliteit wordt gegarandeerd met de ondersteuning voor de G.722-breedbandcodec.

Het systeem omvat een SIP-DECT-basisstation, een handsfree conferentietoestel met één geïntegreerde en twee draadloze microfoons en een dockingstation voor het opladen van het conferentietoestel. De draagbare, draadloze microfoons worden gemakkelijk opgeladen in het toestel.

Targus laptoprugzakken en computeraccessoires bij Despec

Despec is nu ook distributeur en leverancier van Targus, een Engelse fabrikant van kwalitatieve computeraccessoires sinds 1983. Targus is vooral gekend door de laptoprugzakken, schoudertassen & hoezen met een beschermend en doordacht design. Het assortiment van Targus bij Despec bestaat uit meer dan 160 producten. Welke Targus producten kunt u inkopen via Despec: - Laptottassen, schoudertasen & hoezen - Sloten - Adapters/hubs/ docking stations - Privacy filters - Computermuizen - Stylus pennen - Webcams & camera's - Headsets - Monitoren Naast bovenstaande productcategorieën verdelen wij ook batterijen, ergonomische accessoires, kabels en gaming accessoires. Bovendien is er nog een speciale productcategorie van alle computeraccessoires die antibacterieel zijn. Deze producten zijn voorzien van Targus DefenseGuard™ Antimicrobial Protection. Dit zorgt ervoor dat het oppervlak schoon blijft en de groei van micro-organismen wordt tegengegaan. De Targus DefenseGuard producten zijn behandeld met een antimicrobieel additief dat de hele levensduur van het product meegaat.



Despec verdeelt nu ook BADGY kaartprinters

Naast de labelprinters van onder meer Dymo en Brother, papiervernietigers van onder meer HSM, Leitz, Fellowes en HP, kunt u nu ook de 2 kaartprinters van Badgy voordeilig inkopen bij officieel distributeur Despec. Heeft u tussen uw klanten bibliotheken, scholen, sportclubs, winkels of gemeentebesturen? Dan kan Badgy voor hen een goede en bovendien betaalbare oplossing zijn en voor u een product met terugkerende inkomsten. Deze betaalbare en heel gebruiksvriendelijke kaartprinters zijn dé oplossing voor bedrijven of verenigingen die met ledenkaarten, klantenkaarten of cadeaukaarten werken en er minder dan 1.000 per jaar printen. Het grote voordeel, naast de goedkoopste kaartprinters van deze kwaliteit, is dat er heel gebruiksvriendelijke software bij zit waarmee u in 1, 2, 3 een gebruiksklare klantenkaart, ledenkaart of cadeau-cheque kunt printen en personaliseren.

Sharp onderzoek: Gehackt via printer

Ruim een op de vijf managers in het MKB heeft te maken gehad met cyberdreiging via hun printer. Dat valt te concluderen uit onafhankelijk onderzoek van Censuswide in opdracht van Sharp. MKB-managers hebben massaal hun digitale veiligheid opgeschroefd als het gaat om hun telefoons en laptops, hun netwerk en cloudoplossingen, maar randapparatuur zoals printers, scanners en kopieerapparaten blijken veelvuldig over het hoofd gezien, met grote impact tot gevolg. Het MKB in het bijzonder: midden- en kleinbedrijven zijn het ideale doelwit als het gaat om cyberaanvallen. En dus investeren MKB-organisaties massaal in cyberveiligheid. Zo toont ook de studie van Sharp aan: maar liefst 42 procent – ondanks de economisch uitdagende tijden – investeert in 2023 in IT. En fors ook: gemiddeld 40.000 euro alleen dit jaar al. Slechts 6 procent van de ondervraagden maakt zich zorgen over beveiligingsrisico's van printers. En dat is dus niet omdat die veiligheid zo goed op orde is, maar omdat het apparaat over het hoofd wordt gezien. 41 procent geeft namelijk te kennen in het gehele één IT-beveiligingsmaatregelen te hebben getroffen voor de printers en slechts minder dan een kwart neemt het onderdeel mee in de IT-beveiligstraining van werknemers.



ALSO Nederland partner met StarTech-producten

Distributeur ALSO Nederland gaat haar productassortiment uitbreiden met de uitgebreide lijn accessoires van StarTech. StarTech levert een uitgebreid aanbod aan kabels, adapters, dockingstations en andere randapparatuur. ALSO Nederland is verheugd over de mogelijkheid om StarTech-producten op te nemen in zijn assortiment en klanten te voorzien van nog meer mogelijkheden en flexibiliteit bij het samenstellen van op maat gemaakte IT-oplossingen. Deze samenwerking is een volgende mijlpaal voor het bedrijf en versterkt de positie van het bedrijf als een betrouwbare bron voor IT-oplossingen. "We willen waarde creëren voor onze klant. De hoogwaardige producten van StarTech bieden onze klanten de mogelijkheid om te voldoen aan de snel veranderende eisen van de markt en om te profiteren van geavanceerde oplossingen," vertelt Jeroen de Rapper, Commercial Director bij ALSO Nederland.



TD SYNNEX gaat volledig assortiment Poly hybride werkoplossingen voeren in Europa

TD SYNNEX is een Europese distributieovereenkomst aangegaan met Poly, de toonaangevende leverancier van video-, spraak-, samenwerkings- en communicatiertechnologie. Poly's end-to-end portfolio van headsets, samenwerkingsapparaten en videoconferentie tools is beschikbaar via de Endpoint Solutions-divisie van TD SYNNEX en TD SYNNEX Maverick, de gespecialiseerde audiovisuele divisie van de distributeur. Partners kunnen een verscheidenheid aan gebruiksscenario's toepassen dankzij Poly's verbeterde samenwerking met belangrijke Unified Communications (UC)-platformen, zoals Zoom, Google en Teams - en met de belangrijkste softwareoplossingen voor contactcenterbeheer. Dankzij de recente overname van Poly door HP kunnen partners die momenteel HP voeren, hun aanbod aanvullen met Poly-hardware en -diensten, zoals servicepakketten en garanties, evenals laptops en beeldschermen om een holistisch kantorecosysteem te creëren.



Jumbo-eigenaar start ReadShop in Lisse

Onlangs opende een gloednieuwe ReadShop, in winkelcentrum De Poelmanmarkt in Lisse. Ondernemer Leonie Weeland was al eigenaar van de aangrenzende Jumbo. Haar zus Naomi gaat de ReadShop runnen. De Jumbo in het winkelcentrum is volledig verbouwd en met 800m² vergroot tot 3.000 m² bvo, waarmee het nu de grootste supermarkt van de Bollenstreek is. Ook is er een Mitra dran-kenspeciaalzaak toegevoegd. Vanuit de Jumbo is het assortiment van de ReadShop goed te zien door een lange glazen wand met lage boekenkasten en stellingen. Op de foto ondernemer Naomi Weeland (links) en medewerkster Sandra van der Lans (rechts)



Nieuwe Bruna opent binnenkort in Vught

Eind 2020 sloot de Bruna aan het Moleneindplein in Vught. Daarvoor komt nu een nieuwe Bruna in de plaats in het nieuwe woon-winkelgebied Marktveldplein in het centrum van Vught. Bruna sloot hiervoor een langjarige huurovereenkomst voor een winkel aan het Baron van Hövellplein met een oppervlak van circa 254 m². De winkel maakt deel uit van het Raadhuys, een nieuwbouwcomplex met 62 appartementen en penthouses, 9 winkels en een horecaruimte, een project van Green Real Estate. Marktveldplein is een nieuwbouwontwikkeling in het oostelijk deel van het centrum van Vught waarvan de eerste fase – de bouw van het Raadhuys – in december 2023 wordt opgeleverd.



Station Amsterdam Centraal heeft primeur met nieuwe Bruna

Vandaag is in de IJ-hal, de entree aan de IJ-zijde, op station Amsterdam Centraal de eerste nieuwe Bruna winkel geopend. In 2024 volgen nog dertien nieuwe Bruna's op stationslocaties. Het totaal aantal Bruna-winkels in Nederland groeit hiermee tot bijna 300. Bruna maakt sinds 2020 onderdeel uit van de Audax groep en heeft een grote landelijke merkbekendheid. Dankzij het vernieuwde partnership met NS Stations krijgt Bruna meer zichtbaarheid op high traffic locaties. De winkels zelf profiteren onder meer van de landelijke (merk)campagnes en de aanvullende dienstverlening, zoals click & collect, via bruna.nl.

Nieuwe Bruna in Nijmegen Noord later van start door internetproblemen

In het nieuwe winkelcentrum Hart van de Waalsprong, gelegen in Lent (Nijmegen-Noord), opende in november de nieuwe Bruna-winkel van ondernemster Andrea Arends. Op de dag van de opening was er letterlijk en figuurlijk een kink in de kabel, omdat er geen internet beschikbaar was en de winkel noodgedwongen de opening moest uitstellen. "Ben je net open, kun je weer dicht", vertelde Andrea. KPN liet haar weten pas twee weken later tijd te hebben om het te fiksen. Ze bleef er monter onder, want vanuit het hoofdkantoor van Bruna is alles uit de kast gehaald om met een noodvoorziening toch een internetverbinding te krijgen zodat de pinautomaten het in ieder geval doen. Naast de nieuwe Bruna kent het gloednieuwe winkelhart in de Waalsprong, het nieuwe deel van Nijmegen, tal van nieuwe winkels: Noah kappers, Domino's, Kwalitaria, Alba, AMI Kappers, Eye Wish Opticiens, Bruna, Strijbosch Thunnissen Makelaars, Zuivelhoeve, Boerderijwinkel Appeltje Eitje en Pearle Opticiens. Dit is een mooie aanvulling op de eerder gesloten overeenkomsten met AH XL, Aldi, HEMA, koffiebar Bairro Alto, Etos, Gall & Gall en Sound & Soul foodbar.



Bijzondere erkenning voor Read Shop Zelhem

De Read Shop in Zelhem heeft tijdens de uitreiking van de ondernemersprijzen in de gemeente Bronckhorst de Publieksprijs in de wacht gesleept. Voor die Publieksprijs waren ruim 1.900 stemmen uitgebracht. Het merendeel daarvan, 619 stemmen was voor Read Shop in Zelhem. Eigenaar Remco Reebeen was gelukkig met de prijs en bedankte partner en dochter, maar ook zijn andere collega's. "Zij zijn het cement van de zaak." De Read Shop in Zelhem is sociaal betrokken en deed onder meer mee aan een inzamelingssactie voor de Voedselbank. Andere genomineerden voor de Publieksprijs waren: AV Hovenier uit Hoog-Keppel, Puur Fashion uit Zelhem en Modern Hippie Campsite uit Toldijk.



Nieuwe Primera feestelijk geopend in Vlaardingen

Het winkelaanbod in winkelcentrum Liesveld in Vlaardingen is uitgebreid met een vestiging van Primera. De feestelijke opening was op zaterdag 11 november. Bij de nieuwe Primera op het Liesveld vindt de klant een gevarieerd aanbod van leuke cadeautjes van merken als 100%leuk, Yankee Candle, Topmodel en meer. Daarnaast heeft Primera de nieuwste en meest populaire boekentitels en een brede selectie cadeaukaarten in het assortiment. De nieuwe vestiging van Primera op het Liesveld is ook een officieel PostNL punt. De kersverse eigenaar Dylan Hanegraaf is enthousiast over de opening van zijn nieuwe winkel op het Liesveld, zo vertelt hij op nieuwssite Vlaardingen24: "Ik heb Vlaardingen altijd al een leuke stad gevonden, en nu de kans zich voordeed, twijfelde ik geen moment en ben ik dit avontuur aangegaan." Investeringsmaatschappij Meerervoort kocht eerder dit jaar circa 70 procent van de winkelpanden in het Liesveld. Beheerder CRMD kondigde daarna namens de eigenaar aan de leegstand terug te willen dringen. Zo opent er een zogeheten Geldmaatwinkel, keert schoenenzaak Van Haren terug en gaan naast de Primera en een lokale kaas- en notenzaak van start.

Bruna Raamsdonksveer terug in de familie

Afgelopen maandag vond de overname van Bruna Raamsdonksveer plaats. De locatie is van eigen winkel naar franchisewinkel gegaan met Eric Heijnenman als eigenaar. Eric is sinds vijf jaar al eigenaar van Bruna Kaatsheuvel en met de overname van Raamsdonksveer komt een langgekoesterde wens uit. Op beide locaties runden zijn ouders Rolf en Bep Heijnenman voorheen namelijk (kantoor)boekhandels onder de naam Van Gils. In 1998 werden deze overgenomen door Bruna. Met de overname van Raamsdonksveer is de cirkel voor Eric rond. Aremanagers Desdemona Vermeulen en Frank van Gorkom van Bruna waren ter plaatse om Eric (links op de foto) te feliciteren.



Lees het allerlaatste nieuws uit de branche op www.kantoornet.nl. Hier kun je ook inschrijven voor de wekelijkse nieuwsbrief.

MAUL

J.Maulstrasse 17
D-64732 Bad Konig (D)
M: + 31 6 5468 6068
T: + 49 606 3 502 266 (NLs)
k.broekman@maul.nl

Producent van MAUL , Hebel

- **Bureau-verlichting** LED, Spaarlamp of halogeen Op, aan of naast elk bureau
- **Kantoorartikelen** Klemmen, klemborden, schrijfmap, boekensteun, bureauaccessoires
- **Werkplekinrichting** Werkplekuitbreiding, beamertafels, voetensteun
- **Visuele communicatie** White-,prikbord, flipover, accessoires
- **Brief-, pakketwegers**

MAUL biedt 1000 kantoorartikelen voor BTB en BTC. In de diverse categorieën levert MAUL naast klassieke ook veel innovatieve, kleurrijke maar hoogwaardige producten. Dit assortiment is ook veelal leverbaar in een blister of doosverpakking. Altijd minimaal 2 jaar garantie op het gehele assortiment.

www.maul.nl

despec

a UFP group company

Dok Noord 4 / C103
9000 Gent Belgium
T:+32 (0)9 244 20 30
sales@despec.nl

Distributeur Despec is niet langer alleen uw leverancier van inkt & tonercartridges. Wij zijn nog steeds officieel distributeur in printer supplies van alle grote merken zoals HP, Canon & Brother. De afgelopen tijd zijn nieuwe productgroepen & merken toegevoegd aan ons assortiment. Steeds meer kantoorartikelen, accessoires voor het thuiskantoor & IT-accessoires kunt u bij Despec inkopen. U kunt ook kleinere IT-accessoires inkopen voor het inrichten van een (thuis)kantoor. Naast Logitech, kunt u nu ook de muizen & toetsenborden van Cherry bij ons verkrijgen. Ook van Kensington hebben we accessoires in ons assortiment opgenomen, zoals docking stations, muizen, headsets, maar tevens privacy filters en overige ergonomisch accessoires. Neem zeker een kijkje op onze webshop!

www.despec.be



Avery Benelux
Cobolweg 3, 3821 BJ Amersfoort
Tel.: +31 (0)33 720 07 20
e-mail: service@avery.nl
wwwavery.nl

Avery produceert voor elke gewenste toepassing etiketten en kaartproducten die consumenten helpen met het organiseren van hun dagelijks leven, zowel op het werk als thuis. De meeste producten zijn eenvoudig zelf te bedrukken met de printer of kopieermachine. Daarom biedt Avery gratis gebruiksvriendelijke Avery Design & Print Online software en templates aan via wwwavery.eu/print (werk met PC, Mac en tablet; Android, iPad, Kindle). Avery staat voor kwaliteit en geeft 100% garantie op het storingvrij bedrukken van producten. Wij mogen rekenen op een trouwe aanhang van gebruikers en dat belonen we graag met een cadeau. Veel van onze producten bevatten een voucher die te verzilveren is op wwwavery.eu/cadeau.

wwwavery.eu



Gildeweg 11
3771 NB Barnveld
T: 0342-820217
info@herma.nl

Dé specialist voor zelfklevende techniek. HERMA staat voor sterk materiaal, hoogwaardige etiketten en nauwkeurige modulaire etiketteermachines. Wij zijn gespecialiseerd op het hele gebied van de zelfklevende technologie. Sinds 1906 overtuigen wij onze klanten met onze continue keten van knowhow en producten Made in Germany. De innovatieve zelfklevende laminaten, zelfklevende etiketten en etiketteermachines van HERMA bieden ook een oplossing voor uw etiketteertoepassing. Perfectie in detail, kwaliteit en milieu en duurzaamheid staan bij HERMA hoog in het vaandel. Wij nodigen u graag uit om onze wereld met zijn onafhankelijke bereiken te ontdekken en deel te nemen aan de innovatieve ideeën:

www.herma.nl



Vismeerstraat 3A
5384 VL Heesch
Nederland
Tel: +31 (0)85-4883660
info@in2brands.nl



Manutan is dé Europese leider in B2B e-commerce en gespecialiseerd in artikelen en diensten voor:

- Producten voor: kantoor, magazijn, werkplaats, buitenterreinen
- Projectinrichting: kantoor, magazijn, werkplaats, buitenterreinen
- Vendor Leasing
- Business Art Service
- Flex Office
- E-procurement

Manutan heeft een assortiment van meer dan 200.000 producten om werken elke dag leuker, makkelijker, veiliger en succesvoller te maken. Manutan's alles-in-één product- en dienstenaanbod stelt klanten bovenblijven in staat om dagelijks efficiënt en duurzaam te werken en aankopen te optimaliseren. De Manutan Group heeft 27 dochterondernemingen in 17 Europese landen.

Meer informatie over de Manutan is te vinden op www.manutan.nl.

www.manutan.nl

In2Brands is specialist in de ontwikkeling en distributie van ergonomische producten en gerelateerde kantoorartikelen. De focus hierbij ligt vooral op monitorarmen, elektrificatie en werkplekinrichting. Het totaalpakket kan worden aangeboden afgestemd op de wensen van de eindgebruiker. Dankzij de nieuwste technieken blijft het aanbod up-to-date en sluit dit aan op de eisen van de moderne eindgebruiker.

In2Brands levert alleen aan dealers en projectinrichters. Door het efficiënt inrichten van haar eigen bedrijfsprocessen kan In2Brands snel en eenvoudig leveren aan klanten, maar ook direct aan diens klanten, via dropshipment.

www.in2brands.nl



Secretariaat Officers World
Bezuidenhoutseweg 12
2594 AV Den Haag
T: 070 - 349 07 54
info@officersworld.nl
www.officersworld.nl

Officers World is als brancheorganisatie de verbindende schakel in de markt van business supplies voor kantoor. We bieden onze leden een kwalitatief en onafhankelijk platform, waarbinnen we kennis delen, bijeenkomsten organiseren, marktonderzoek faciliteren en andere activiteiten ontwikkelen om onze leden individueel en de branche als geheel te verrijken en versterken. Leverancier, groothandel, vakhandel of retailer? We zijn er voor jouw bedrijf!

Ben je een toonaangevende speler in de sector.
Sluit je dan aan als lid.

www.officersworld.nl



Zilverwerf 15
6641 TC Beuningen (Gelderland)
T: 024 678 16 00
info@quantore.com
www.quantore.com

Met een grote passie voor kantoorartikelen nemen wij de inkoop uit handen van de kantoorvakhandelaar en leveren we artikelen op de slimste manier. Al 100 jaar.

Wij willen de marktvoorzien van een optimaal assortiment tegen de meest gunstige prijzen en op de meest efficiënte manier. Dit doen wij middels een uitgebreid assortiment van A-merken en het Quantore private label, geleverd vanuit ons geavanceerd logistiek centrum. Daarnaast bieden wij aanvullende verkoopondersteuning. Ons doel? Samen sterk staan in de markt. Aan die coöperatieve gedachte geven wij invulling, al ruim 100 jaar.

www.quantore.com



De Corantijn 63-G
1689 AN Zwaag
support@novaka.nl
www.novaka-academy.nl

Novaka is al 100 jaar de werkgeversorganisatie voor de kantoor(vak)branche in Nederland. Novaka biedt de volgende diensten.

1. Belangbehartiging leden: komt op voor de belangen van de gezamenlijke kantoorvakhandelaren en kantoorinrichters. Afsluiten collectieve arbeidsovereenkomsten, geven voorlichting over trends en ontwikkelingen en regelgeving relevant voor ondernemers.
2. Collectieve voordelen en Advisering: Ondersteunen, informeren en adviseren over relevante branche gerelateerde onderwerpen. Arrangementen op het gebied van onder meer arbozorg, juridische dienstverlening en personeelsdiensten.
3. Novaka Academy : Toegang tot het online kennis platform met interactieve vak en functie trainingen en behandeling van actuele onderwerpen, welke continue in ontwikkeling zijn. Verzorgen een breed aanbod van fysieke trainingen en nemen competentiescans af. Ze organiseren themabijeenkomsten en stimuleren kennisuitwisseling.
4. Stimuleren van vernieuwing: Novaka initieert projecten zoals de "nieuwe werkplek", waar mee de branche op een betekenisvolle innovatieve wijze sterker wordt geprofileerd en geïnspireerd. Leden kunnen gebruik maken van het netwerk van Novaka.

www.novaka.nl



Victorialaan 15
5213 JG 's Hertogenbosch
+31 (0)36 54 91 030
info.nl@adveo.com

Adveo kent u waarschijnlijk al langer qua naam!

Wij zijn distributeur in business supplies in de breedste zin van het woord. Wij leveren uitsluitend via onze dealers en focussen ons op partnership. Dat onderscheidt ons namelijk van andere distributeurs.

Adveo werkt in 4 landen: Frankrijk, België, Luxemburg en Nederland. Met een assortiment van meer dan 25.000 referenties op voorraad en de uitmuntende logistiek kunnen wij u binnen 24 uur op elke gewenste plek in de Benelux van dienst zijn.

WE ZIJN ER VOOR U!

www.adveonet.nl



Jool-Hulstraat 16
1327 HA Almere
T: 036- 20 20 120
info@lydis.com
www.lydis.nl

In 2013 is Lydis gestart als distributeur in IP communicatieoplossingen. Door de focus te leggen op de technisch inhoudelijke ondersteuning van onze partners is Lydis snel gegroeid en kan zich nu met recht IP communicatie specialist noemen. Ons assortiment bestaat uit topmerken als Yealink, Spectralink, 2N, Patton en Akuvox. Wij hebben alles in huis om de perfecte communicatieoplossing voor u samen te stellen.

Lydis is, met meer dan 25 jaar ervaring, in staat de wensen en behoeften van haar klanten in kaart te brengen en te vertalen naar haar leveranciers. Wij luisteren naar onze klant en denken graag met hen mee in het zoeken naar een passende oplossing.

www.lydis.nl

Leverancier? Hier en op onze website kan een jaar lang uw vermelding staan!

Neem voor meer informatie contact op met
Michiel Korsten,
michiel@magentacomunicatie
of 06-41 14 97 71

Peter Damman

HET INFLATIESPOOK HEBBEN WE VOORLOPIG NOG NIET WEGGEJAAGD!

Het leven wordt steeds duurder. De kosten van levensonderhoud, energie en diensten gaan met sprongen omhoog. Als er een algemene stijging is van de prijzen van goederen en diensten, wordt er keurig gesproken over inflatie. Een mooie term maar simpelweg komt het er helaas dan op neer dat je vandaag minder kunt kopen voor je euro's dan gisteren. Je geld wordt dus minder waard. Bij een afnemende inflatie zou je dus weer meer kunnen kopen. Maar dat klopt niet helemaal. Inflatie wordt gemeten als prijsindex ten opzichte van het vorige jaar in dezelfde periode. Zelfs als de prijsstijgingen afnemen, blijf je nog zitten met de prijsverhogingen van de afgelopen periode.

Als oorzaak van de huidige inflatie wordt bijvoorbeeld verwezen naar de verhoogde kosten voor producenten. Grondstoffen, arbeidskosten en belastingen zijn kosten die worden doorberekend in de prijs van een product. En dat is natuurlijk juist. Maar er is meer aan de hand. Ondanks de

prijsstijgingen blijft de vraag naar producten en diensten onverminderd hoog. Sterker nog, in veel gevallen is de vraag zo groot, dat de prijs vanzelf omhoog gaat. Kijk eens hoe snel festivals en concerten zijn uitverkocht of hoe de horeca met moeite de drukte aankan. En vakanties? Vele populaire zonnige bestemmingen zijn al een jaar van te voren volgeboekt. Veel producten en diensten zijn schaars geworden, wat een opwaartse druk op de prijs geeft. Dat komt er dus ook nog bij. Een oude economische wet zegt dat als de prijs stijgt de vraag zal afnemen. Maar deze logische prijselasticiteit is momenteel ver te zoeken. Maar hoe valt dit alles te verklaren?

Een klassieke verklaring is de zogenaamde loonprijs spiraal. Als wordt duurder, de lonen gaan omhoog, en deze worden weer doorberekend in de producten. En de loonstijgingen vlakken het effect van de inflatie dan weer af. Daarnaast wordt vaak verwezen naar de Europese Centrale Bank die de geldpers vol had aangezet, met daarbij in de afgelopen periode ook nog een negatieve rente. Gratis geld dus! De historisch lage rente maakte het een stuk eenvoudiger een mooi huis te kopen met daarbij het ongewenste effect van ongekende prijsstijgingen.

De rente is nu weliswaar weer flink hoger, maar we bevinden ons momenteel nog wel in een economie waar nog veel vraag is maar er een hapering is aan de aanbodzijde. Bij gebrek aan vakkenners bijvoorbeeld is er een wachttijd om je auto te laten repareren en een loodgieter rekent ook een fors bedrag voor zijn diensten. En terecht! Er is schaarste. En de markt heeft altijd gelijk tenslotte.

En als we over schaarste praten is het verhaal van de Trabant wel heel treffend. Toen midden jaren vijftig het voormalig Oost Duitsland besloot om zelf auto's te gaan produceren was daar direct vraag naar. Maar aangezien staatsgeleide ondernemingen niet efficiënt produceren liep de wachttijd op tot gemiddeld 15 jaar! Voldoende vraag dus maar geen aanbod... Centrale banken gaan ervan uit dat renteverhogingen als gevolg hebben

dat er minder besteed zal worden, en daarmee de vraag zal gaan dalen en vervolgens ook de prijzen. De huidige economie geeft aan dat dit maar gedeeltelijk werkt. Huizen worden nog steeds goed verkocht ondanks de hogere hypotheekrentes. Consumptieve kredieten zijn een stuk duurder ge-

"Een oude economische wet zegt dat als de prijs stijgt de vraag zal afnemen. Maar deze logische prijselasticiteit is momenteel ver te zoeken"

worden, maar de vraag blijft op peil. Het idee dat centrale bankiers de inflatie snel kunnen terugdringen blijkt dus maar ten dele waar. Vaak wordt dan gesproken dat renteverhogingen enige tijd nodig hebben om effect te hebben.

Een bedrag van 10 euro uit 2010 is nu 13,43 euro op het prijskaartje! In 2010 was de prijs voor een biertje in de kroeg ongeveer 2 euro. Nu betaal je gemiddeld 3,50 euro. Maar de terrassen zitten nog steeds vol. En kunt u een aantal consumptiegoederen noemen die significant in prijs zijn gedaald de afgelopen 10 jaar? Inflatie is van alle tijden en valt bij een hoog consumentenvertrouwen en schaarste moeilijk te sturen. Maar als je continentaal Europa vergelijkt met sommige Zuid-Amerikaanse landen, dan valt het hier relatief nog wel mee. Als we hier de Argentijnse inflatie hadden gehad zou een biertje onbetaalbaar zijn geworden, en kon de horeca haar deuren sluiten. En dan werd het een stuk minder gezellig toch?

Mr.drs. Peter Damman
is voorzitter Officers World en entrepreneur.

GEEN TIJD TE VERLIEZEN?

Vul de lade en ga ervoor met AutoMax™



AUTO REVERSE

Automatische omkering van de messen bij papieropstopping

SLEEP MODE

Automatische uitschakeling na 2 minuten inactiviteit

SILENT SHRED™

Ultrastille werking - ideaal voor gedeelde werkplekken



Na productregistratie 1 jaar extra garantie (2+1)

AUTOMAX™ PAPIERVERNIETIGERS

Met Fellowes AutoMax™ papierversnipperaars vernietig je documenten moeiteloos, zonder omkijken.

Stapels papier tot 600 vellen worden met één druk op de knop automatisch versnipperd.

Maak je geen zorgen meer over het vernietigen van documenten.

Vul de lade, druk op start en ga vol vertrouwen verder met je werk!

Fellowes®

www.fellowes.com

'S WERELDS STERKSTE PAPIERVERNIETIGERS

adveo

One tree - One team



Beste klant,
Wij danken u voor de aangename samenwerking in 2023
en hopen u ook in het nieuwe jaar weer van dienst te mogen zijn.

Prettige feestdagen
Adveo Team