

# ONDER DE LOEP

Relatiemagazine van De Groot Beheer bv  
Jaargang 7 / Najaar 2010 N<sup>o</sup> 2



Frans Houben:  
**Kleurrijk en  
breekbaar**

Uitblinker  
in specials

Nieuwe Ecolijn  
voor Greatex<sup>®</sup>

Geslaagd voor  
'duurzaamheid'

# Een groene revolutie

**Als u nog nooit in Goudriaan geweest bent, kan ik me voorstellen dat het dorp u weinig zegt. Misschien heeft u eigenlijk geen idee waar het precies ligt. Voor mij is Goudriaan mijn thuis. Het is de plaats waar ik ben opgegroeid en 45 jaar geleden begon met een uitgeverij en drukkerij van theologische boeken.**

Voor mij horen het dorp Goudriaan en De Groot Drukkerij bij elkaar. Wat goed is voor Goudriaan is goed voor De Groot en andersom. Zodra je onze drukkerij uitkomt, word je overrompeld door de prachtige natuur van de Alblasserwaard. En dat willen we zo houden. Dit jaar bestaat Goudriaan 750 jaar. Wat ons betreft worden daar nog vele jaren aan toegevoegd, zodat ook komende generaties kunnen genieten van dit mooie dorp!

Onze groene omgeving herinnert ons er dagelijks aan dat we onze productie zo groen mogelijk moeten zien te krijgen. Als we bijvoorbeeld roetfilters plaatsen op onze vrachtauto's, onderzoeken hoe we energie kunnen besparen of welke biologische inkten we zouden kunnen gebruiken, doen we dat niet omdat het mode is. We doen het voor onze burens, voor onze gezinnen, voor onze kinderen.

In deze Onder de Loep leest u weer een aantal prachtige voorbeelden van de 'groene revolutie' die zich in ons bedrijf voltrekt. Neem de compleet 'groene' Ecolijn van het Greatex® papier. Groener papier is momenteel niet te krijgen. Of neem de onafhankelijke 'duurzaamheidstoets' die we glansrijk hebben doorstaan. Om voor u onze vorderingen op milieugebied in kaart te brengen, hebben we bij deze Onder de Loep als bijlage een KAM-special opgenomen. Van harte aanbevolen.

Dankzij de gezamenlijke inspanningen van onze medewerkers maken wij het drukproces beter, zuiniger en 'groener'. En dat is ook voor u als klant goed nieuws. Zeker omdat 'groen' lang niet altijd betekent dat u (veel) duurder uit bent.

We wensen u veel leesplezier en hopen dat de artikelen u inspireren!



**F.W. de Groot**  
algemeen directeur



- 3 Drukkerij breidt machinepark uit
- 4 Het Kontakt edities: 'We blinken uit in specials'
- 7 Greatex® uitgebreid met Ecolijn
- 8 Klant aan het woord: Frans Houben: kleurrijk en breekbaar
- 10 Optimaal samenspel tussen klant en drukker
- 12 Nieuwsflitsen
- 13 Medewerker aan het woord: Frans van Rossum
- 14 Snel drukwerk bestellen via Premere.nl
- 15 Geslaagd voor duurzaamheidstest

## Colofon

Onder de Loep is het relatiemagazine van De Groot Beheer bv en verschijnt drie keer per jaar

**Eindredactie:**  
Hanneke Tilburgs, De Groot Drukkerij bv

**Vormgeving:**  
Jos Voortman, Firstcontact design

**Druk:**  
De Groot Drukkerij bv, gedrukt op de Komori Lithrone 40 SP op 170 grams TripleStar silk

**Oplage:**  
3.250 ex.

**Redactieadres:**  
Onder de loep, t.a.v. Hanneke Tilburgs  
Postbus 1, 2977 ZG Goudriaan

**De Groot Beheer bestaat uit:**



Drukkerij De Groot bv, Goudriaan  
Full service drukkerij, gespecialiseerd in  
veelzijdig drukwerk, 0183-583333



De Groot Drukkerij Den Haag  
Gespecialiseerd in drukwerk op  
groot formaat (100 x 140 cm), 070-3671348



Grafisch ontwerpstudio Firstcontact  
Gespecialiseerd in vormgeving van  
drukwerk en websites, 0183-583410



Het Kontakt Edities bv  
Huis aan huiskrant met een totaal-oplage  
van 240.000 ex. in acht edities, 0183-583333



*De Groot breidt machinepark uit met nieuwe vijfkleurenpers*

## 'De klant krijgt een beter product'

**Achterin de productiehal van De Groot Drukkerij staat sinds de zomer een fonkelnieuwe vijfkleurenpers: een Komori Lithrone 529. Voor Vincent Brouwer, teamleider drukkerij bij De Groot, is een demonstratie van de nieuwe aanwinst het hoogtepunt van iedere rondleiding. "Deze pers is uitgerust met echt alle denkbare opties. Ik ben er trots op dat wij zo'n pers hebben staan."**

Het is voor het eerst dat De Groot een pers heeft gekocht met een ingebouwde lakunit, vertelt Vincent. "We hadden tot nu toe altijd een vier- of vijfkleurenpers zonder laktoren. Ons orderpakket vroeg daar niet om. De laatste tijd is er echter meer vraag naar lak. Maar er speelt nog iets anders. Drukwerkproducties hebben zeer korte levertijden gekregen. Door het aanbrengen van lak kun je het drukwerk veel sneller verwerken."

### **Direct afwerken**

"Hoe dat werkt? Je hebt papiersoorten die veel tijd nodig hebben om te drogen. Als je drukwerk wilt snijden of vouwen moet je wachten totdat de inkt droog is. Als je er een laklaag overheen zet, kun je direct door met afwerken. Ook al is de inkt onder de lak nog niet droog."

"Voor klanten heeft dit het voordeel dat ze er nog zekerder van kunnen zijn dat het drukwerk op tijd geleverd wordt."

Als er een laklaag wordt aangebracht, krijgen ze bovendien een beter product. Van de neutrale lak zie je namelijk bijna niets, maar het is wel een bescherm laag die ervoor zorgt dat het drukwerk krasvast is."

### **Dripoff-effect**

De nieuwe pers met lakunit heeft ook extra mogelijkheden. Vincent: "We kunnen het drukwerk in één drukgang voorzien van een mat, neutrale of glans lak in 2 diktes. Helemaal bijzonder is het dripoff-effect. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een soort lak en een speciale vernis, waarbij bijvoorbeeld de letters voorzien worden van een mat effect en de rest een glanseffect heeft. Dan springen de letters er echt uit." Het drukken op de nieuwe pers bevalt zo goed dat de pers inmiddels 24 uur per dag draait, vertelt Vincent trots.



# ‘Wij blinken uit in het maken van specials’

Edwin van Daalen, sinds begin dit jaar manager sales & marketing van Het Kontakt, denkt graag na over hoe hij adverteerders het juiste platform kan bieden voor hun producten. Specials - speciale uitgaven rondom een thema - kunnen extra interessant zijn voor adverteerders. “Met een special creëer je een bepaalde context, bijvoorbeeld rondom wonen, waar een adverteerder zich in thuis voelt en waarin hij zijn producten wil etaleren.”

Een goed voorbeeld van zo'n platform is een special die Het Kontakt maakte rondom enkele lokale voetbalclubs. "Lokale voetbalverenigingen worden vaak gesponsord door plaatselijke ondernemers. We hebben aan deze voetbalverenigingen gevraagd om een stuk redactionele tekst aan te leveren. Op dezelfde pagina plaatsten we dan een advertentie van de sponsor van de bewuste sportclub. Zo maak je enerzijds een interessante special die leuk is om te lezen, maar zorg je er ook voor dat de advertenties van de sponsors extra attentiewaarde krijgen. We houden zo'n special bewust 'klein'. Door te kiezen voor een lagere oplage blijven de advertentiekosten voor de voetbalsponsors aantrekkelijk en betaalbaar."

### Succesvol

Een ander 'voetbalsucces' was de speciale uitgave rondom het WK. "Voor de WK special hebben we een actie bedacht om nieuwe adverteerders binnen te halen. Nieuwe adverteerders vroegen we om de wedstrijduitslagen te voorspellen. Als ze de juiste uitslag hadden geraden, kregen ze dezelfde

advertentieruimte in een volgend nummer gratis. Veel ondernemers vonden dit een sympathieke actie en waren enthousiast. Het 'kost' je misschien wat gratis advertenties, maar je krijgt er wel nieuwe adverteerders voor terug."

### Toekomstplannen

Edwin ziet genoeg mogelijkheden om in de toekomst voor adverteerders nog interessanter te worden. "Er zijn bepaalde segmenten van de markt die wij nu nog niet goed bereiken met onze huis-aan-huis bladen, terwijl ze wel heel belangrijk voor ons zijn. Denk bijvoorbeeld aan de autobranche." Zo speelt Edwin met het idee rondom de Autorai een mooie special uit te geven op glossy papier. "Door een special op wat exclusiever papier uit te brengen, kun je merken interesseren die je normaal gesproken niet binnen krijgt. Dat is commercieel ook handig, want adverteerders kunnen gezamenlijk voor een merk adverteren, waardoor het betaalbaar is om een mooie grote advertentie te plaatsen."

*"Wij zijn niet de goedkoopste, maar wel de beste"*



Het Kontakt is een uitgeverij van acht wekelijkse nieuwsbladen met een bereik van zo'n 215.000 gezinnen in Midden-Nederland. Daarnaast verschijnen er regelmatig specials, dit zijn speciale bijlagen rondom een thema. Enkele voorbeelden van specials zijn: Zaak en Zo en de Toerisme special, een uitgave die Het Kontakt in samenwerking met de BDU uitgeeft.

### Online

Heeft een special op papier nog wel toekomst? Volgens Edwin van Daalen zeker wel, juist door een speciale uitgave te combineren met online mogelijkheden. "Neem nu zo'n Autorai special. We zouden hiervoor een banner kunnen laten draaien op de homepage van Het Kontakt met daarin een link naar een paar automerken die in de special geadverteerd hebben. Door zo'n combinatie te maken van off- en online adverteren, krijgt zo'n advertentie nog meer bereik. Ik weet dat adverteerders hierin zeer geïnteresseerd zijn, dus daar liggen goede kansen."

### Kwaliteit

Een special maken is een vak apart en Edwin is erg trots op zijn redactionele team bij Het Kontakt. "Als ik onze WK special vergelijk met een paar soortgelijke uitgaven van collega's dan knalt die van ons er echt uit. Ook ken ik weinig uitgeverijen die zo'n mooie special uitgeven als wij doen met Zaak en Zo. Dit heeft alles te maken met een keuze die voor mijn tijd is gemaakt, maar die ik volledig onderschrijf. We willen niet de goedkoopste zijn, maar wel de beste. En dat zie je terug in onze uitgaven."



[www.hetkontakt.nl](http://www.hetkontakt.nl)



# Kleurrijk en breekbaar

Frans Houben (64) is een veelzijdig kunstenaar. Hij geniet vooral bekendheid als glaskunstenaar, maar is daarnaast schilder en beeldhouwer. Dit voorjaar kwam daar een nieuw project bij, 'Nr. 21', een boek waarin Houben vertelt over zijn jeugdervaringen in een Rooms-katholiek jongensinternaat. Het verhaal dat hij in eigen beheer uitgaf, werd gedrukt door De Groot Drukkerij.

Houben bracht zijn hele jeugd door in instellingen. De eerste zes jaar woonde hij in een tehuis voor ongehuwde moeders, dat werd geleid door nonnen. Daarna werd hij overgeplaatst naar een jongensinternaat. Op al zijn kleding werden de letters Nr. 21 genaaid, waarnaar de titel van het boek verwijst. In de twaalf jaar die hij in het internaat verbleef, werd hij geconfronteerd met vriendschap, verraad en seksueel misbruik.

verder. Bij De Groot vond ik het contact meteen prettig. Ze hebben een praktische insteek en denken met je mee. Houbens vrouw Simone vult aan: "Het was een samen optrekken. Ook gedurende het proces hielden ze ons steeds op de hoogte." Voor Houben staat het dan ook vast dat hij voor nieuw drukwerk opnieuw met De Groot in zee gaat. "Ik weet wat ik aan ze heb en wil niet anders meer", aldus de tevreden Houben.

*"Bij De Groot vond ik het contact meteen prettig. Ze hebben een praktische insteek en denken met je mee."*

#### **Levensvreugde**

Wie de levensgeschiedenis van de kunstenaar kent, verbaast zich over de levensvreugde die van zijn glaskunst afspat. Houben zegt dat hij niet anders kan. "Ik heb, geloof ik, nog nooit een somber kunstwerk gemaakt. Ik mijd somberheid en negativisme, want als ik dat toelaat, dan ga ik er onder door." Hoewel niet direct zichtbaar in zijn werk, hebben de ervaringen in het jongensinternaat hun sporen nagelaten in het leven van de kunstenaar. Het kostte dan ook vele jaren voordat Houben in staat was om zijn verhaal uit te geven.

#### **Samen optrekken**

Toen Houben besloot de jeugdherinneringen, die hij al in 1985 had opgeschreven, uit te geven, begon de zoektocht naar een geschikte drukker. Houben wilde niet met de eerste de beste drukker in zee gaan. "Ik vind het belangrijk dat er een klik is. De eerste indruk speelt daarbij een grote rol. Als ik aan de telefoon niet prettig of respectvol te woord gestaan word, dan zegt dit voor mij genoeg. Dan zoek ik

#### **Schenken**

Wie het kantoor van De Groot Drukkerij in Goudriaan binnenstapt, kan in de ontvangsthall een kleurrijk kunstwerk van Houben bewonderen. Een goede samenwerking bezegelt Houben name-



'NR. 21' is het indringende relaas van Frans Houben's leven in een Rooms Katholiek jongensinternaat. Het boek is verkrijgbaar bij de boekhandel (ISBN: 978-90-815297-1-6)



Iedereen die bij De Groot Drukkerij binnen loopt kan het kunstwerk, wat Frans Houben geschonken heeft, bekijken in de ontvangstruimte.

lijk nogal eens met de schenking van een kunstwerk. De kunstenaar vertelt: “Wij schenken veel kunstwerken weg,

ook aan goede doelen.” Simone merkt lachend op: “Het is maar goed dat het niet met iedereen zo goed klikt, anders zouden we geen kunstwerk meer over houden om te verkopen.”

Dat Frans Houben het uiteindelijk ‘gemaakt’ heeft met glas, verbaast hem niet. “Ik heb misschien een grote mond, maar ik heb een klein hartje. Ik ben breekbaar, net als mijn kunst.”



### **Breekbaar**

Nadat Frans Houben het jongensinternaat verliet, begon een jarenlange zwerftocht door Europa. Hij bekwaamde zich in beeldhouwen, schilderen en glaskunst. Hoewel hij destijds maar net kon rondkomen van zijn kunst, kijkt Houben met veel genoegen op deze periode terug. Houben: “Ik vind dat je als kunstenaar door zo’n fase heen moet. Het leert je ook in moeilijke omstandigheden te geloven in eigen kunnen. Op het internaat werd mij altijd gezegd dat ik dun, dom en lelijk was. Hierdoor kreeg ik juist een enorme drive om te laten zien wat ik kon. Ik wilde het gaan maken!”

### **Galerie**

Frans en zijn vrouw Simone openen zes jaar geleden ‘GlasGalerie Frans Houben’ in kunstenaarsplaats Ootmarsum. Naast het glasatelier en de glasgalerie is er een kleurrijke buitengalerie waarin de glasobjecten in de natuur te bewonderen zijn.

### **GlasGalerie Frans Houben**

Grotestraat 27  
Ootmarsum  
[www.franshouben.nl](http://www.franshouben.nl)

# De Groot geslaagd voor 'duurzaamheidstoets'

**Duurzaam inkopen. Voor overheidsinstellingen is het sinds dit jaar een *must*. Maar ook voor veel andere organisaties en instellingen zijn de criteria voor duurzaam drukwerk leidend bij de inkoop. De Groot Drukkerij is onlangs getoetst op de richtlijnen van Agentschap.nl. Het resultaat is een verklaring dat de drukkerij aan alle richtlijnen voldoet. Een mooie prestatie!**

Het Agentschap.nl (voorheen SenterNovem) heeft enkele jaren geleden richtlijnen opgesteld voor het duurzaam inkopen van drukwerk. Deze richtlijnen worden steeds geactualiseerd. De richtlijnen worden gebruikt door steeds meer organisaties en bedrijven. In tenders en aanbestedingen gelden de richtlijnen van het Agentschap vaak als basis.

## **Serius werk**

De Groot heeft zich in de afgelopen 10 jaar ingespannen om de productie zo milieuvriendelijk te maken. Op het

*'Met ons milieubeleid laten we zien dat er toekomst in dit bedrijf zit'*

gebied van papier, inkt, reinigingsstoffen, energie, afvalbeheer en transport zijn enorme stappen gezet. Dit is inmiddels erkend met verschillende

certificeringen (ISO 9001 en 14001 en FSC). Hiermee zijn echter niet alle duurzaamheidscriteria van Agentschap.nl afgedekt.

Om te laten zien in hoeverre De Groot aan deze criteria voldoet, heeft het bedrijf zich door een onafhankelijk bureau laten toetsen. "Er is nog geen officieel certificaat voor MVO/duurzaamheid, maar we hebben van dit bureau wel een verklaring dat we de duurzaamheidstoets doorstaan", vertelt Hanneke Tilburgs, die zich onder meer met duurzaam ondernemen bezighoudt. "En daar zijn we bijzonder blij mee. Met deze verklaring kunnen we heel eenvoudig aantonen dat we serieus werk maken van duurzaamheid."

## **Transparant**

Bij aanbestedingen en tenders worden vaak net even andere eisen gesteld, vertelt Hanneke. "Tot nu toe moesten we die vragen steeds apart beantwoorden. Met deze verklaring kunnen we heel helder en transparant communiceren aan welke eisen we voldoen. Daar kunnen we direct naar verwijzen. Dat is niet alleen heel transparant voor onze klanten, het scheelt ons ook veel werk."

## **Toekomst**

De verklaring laat ook nog iets anders zien, vindt Hanneke. "Door serieus met het milieu bezig te zijn, laten we zien dat er toekomst in dit bedrijf zit. Wij doen dit niet om snel te *cashen*, we willen er over tien jaar ook nog zijn." Hierbij wordt De Groot geïnspireerd door de unieke locatie in de groene Alblasserwaard. "Goudriaan viert dit jaar haar 750-bestaan. Met zo'n omgeving wil je zuinig omgaan."



*Milieu en snelheid vragen om online beoordelen en accorderen*

# Optimaal samenspel tussen klant en drukker

**Drukkerij De Groot loopt voorop als het gaat om het optimaliseren van de drukwerkqualiteit. Eerst heeft de drukkerij gewerkt aan een constante hoge kwaliteit van de productie, onder andere via het ISO-drukken. Nu worden klanten geholpen om hun bestanden zo goed mogelijk aan te leveren. Volgens Rogier Calsijn (teamleider prepress) en Hendrik-Jan van Heteren (manager productie) gaat er op korte termijn nog iets veranderen. "In 2011 is het gedaan met de papieren proef. Via webapproval kan een klant een proef beoordelen, aanpassen en accorderen."**

Beide heren vertellen dat een goed eindproduct tot stand komt door een optimaal samenspel van klant en drukker. Hendrik-Jan: "Wij kunnen hier in de drukkerij alles op orde hebben. Als een klant vervolgens een cPDF-bestand aanlevert waarbij de instellingen van het document niet goed zijn, dan valt het resultaat toch tegen." Rogier vult aan: "Je denkt misschien dat dit alleen bij kleine middenstanders gebeurt die zelf hun folder op zolder opmaken. Dat is echt niet zo: soms schrikken wij

ervan hoe gerenommeerde reclamebureaus hun bestanden aanleveren. Daar is echt nog veel in te verbeteren. De beste druk kwaliteit wordt bereikt als zowel wij als de klant het beste uit een opdracht halen."

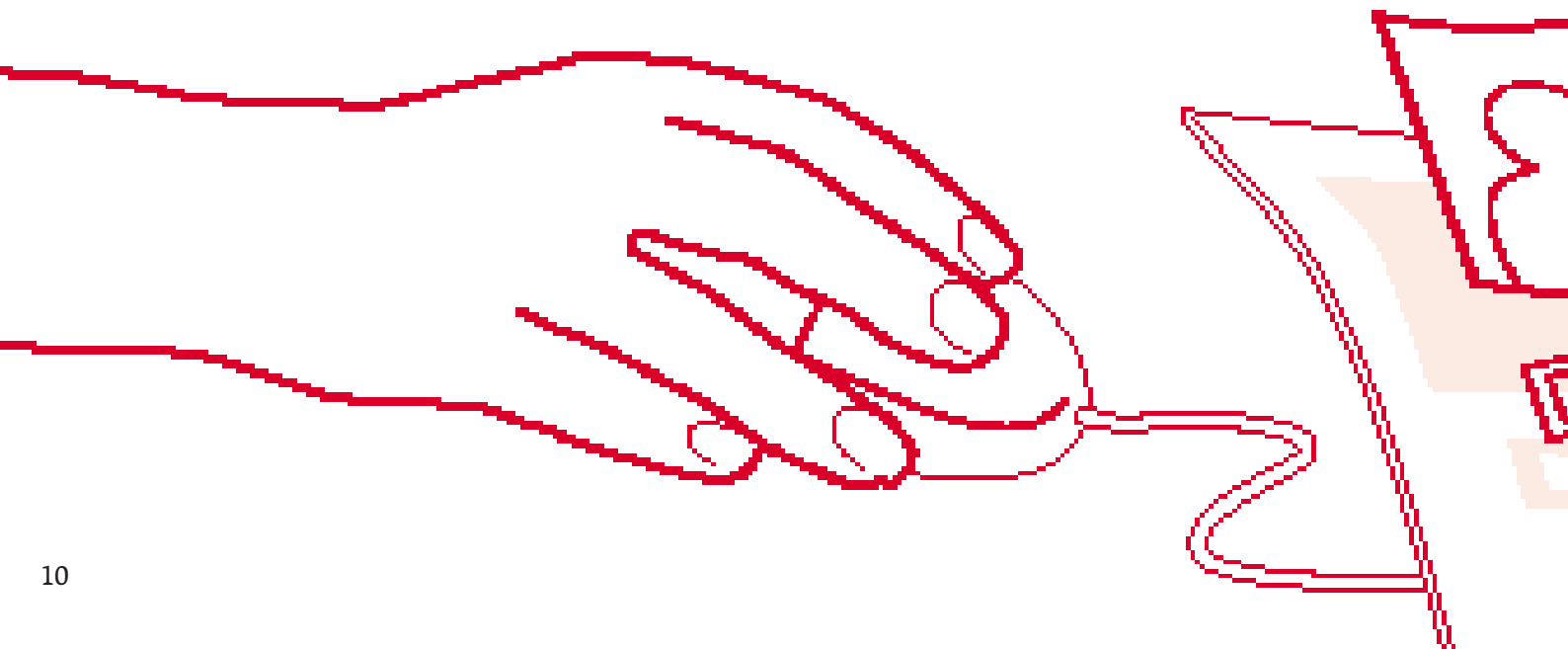
## **Video-instructie**

Om klanten te helpen bij een correcte aanlevering van de cPDF-bestanden heeft De Groot Drukkerij een online aanleverplatform ontwikkeld met video-instructie. Hierin wordt duide-

lijk uitgelegd hoe er binnen Adobe Indesign correct cPDF-bestanden kunnen worden gemaakt. Hendrik-Jan: "Wij zijn de eerste drukker in Nederland met zo'n duidelijk aanleverplatform. Omdat het in hoofdstukken is opgebouwd werkt het heel handig. Je hoeft alleen het gedeelte te bekijken waarop je vastloopt, bijvoorbeeld over de kleurprofielen."

## **Eenvoudig**

"Als drukkerij vinden we het aanbieden van zulke service heel belangrijk", vervolgt Hendrik-Jan. "Het maakt niet alleen het eindproduct beter. Maar het voorkomt ook veel vragen. In het verleden kregen we nog wel eens de opmerking: 'oh, is het bestand niet goed? Kunnen jullie het even aanpassen.' Dat levert veel onnodig werk op en zorgt ook voor vertraging binnen de drukkerij. Het is ook niet nodig, want met programma's als Indesign is een correct bestand eigenlijk heel eenvoudig te maken." Rogier: "Het gaat ook om een



stukje bewustwording bij de klant. De verantwoordelijkheid voor het bestand ligt echt bij de klant. Soms denken klanten dat zij alleen over de opmaak gaan. Maar daar hoort het maken van een goed bestand ook bij. Met het aanleverplatform maken we het de klant behoorlijk makkelijk om zo'n bestand ook goed te maken."

### Controle

Bij De Groot wordt ondertussen gewerkt aan een nieuwe efficiëncyslag:

worden gedrukt. En we sturen een hoge resolutie proef om een klant te laten beoordelen of het bestand goed verwerkt is in het systeem. We lopen er echter steeds vaker tegenaan dat deze mails niet goed aankomen. Veel klanten hebben een mailbox die max. 10 MB aankunnen. Het gaat daarop nu regelmatig mis. Soms moeten we dan alsnog een papieren proef sturen. Dat is heel remmend in de productie. En voor de klant kan het vertraging opleveren in de levering."

als klant een link toegestuurd waarmee je de PDF kunt openen. Je kunt vervolgens de pagina's doorbladeren, inzoomen en zo nodig hele pagina's vervangen." Rogier vult aan: "De klant kan de PDF ook downloaden en eventueel printen. Een groot voordeel is dat we niet meer afhankelijk zijn van de grootte van mailboxen en dat een klant een proef kan beoordelen en goedkeuren op ieder gewenst tijdstip. Het is echt een tendens dat klanten korte levertijden wensen. Dit helpt enorm bij de snelheid erin te houden."

*"Met webapproval kan een klant een proef op ieder gewenst tijdstip beoordelen en goedkeuren"*

In het volgende nummer van Onder de Loep wordt er uitgebreid aandacht besteed aan het beoordelen en goedkeuren van PDF-bestanden via internet, het zogenaamde webapproval.

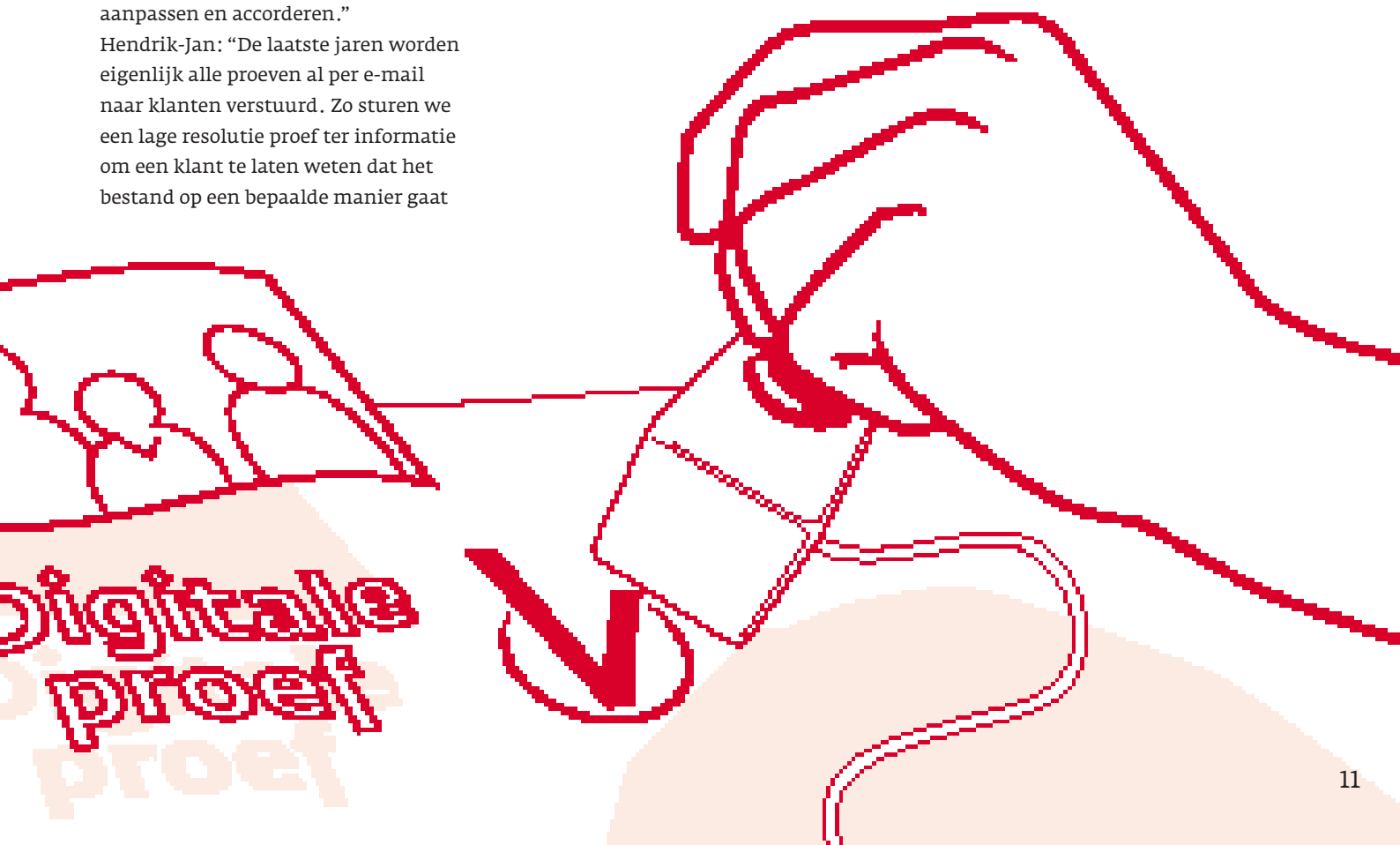
de online controle van proeven door de klant. Rogier: "Nu worden er vrijwel al geen papieren proeven meer gemaakt. Het merendeel verloopt via e-mail. In 2011 is het echter helemaal gedaan met de papieren proef. Via webapproval kan een klant een proef beoordelen, aanpassen en accorderen."

Hendrik-Jan: "De laatste jaren worden eigenlijk alle proeven al per e-mail naar klanten verstuurd. Zo sturen we een lage resolutie proef ter informatie om een klant te laten weten dat het bestand op een bepaalde manier gaat

### Webapproval

In 2011 denkt De Groot het totale proces van proeven en goedkeuring online te brengen. Hendrik-Jan: "Dit noemen we webapproval en werkt als volgt: Je krijgt

Voor het online aanleverplatform met video-instructie gaat u naar de snelkoppeling 'aanleveren' op [www.degrootdruk.nl/goudriaan](http://www.degrootdruk.nl/goudriaan)



**Digitale proef**

## Nieuwe CTP installatie voor afdeling PrePress

In september is een nieuwe CTP installatie (die drukplaten belicht en ontwikkelt) in gebruik genomen. Met de komst van deze nieuwe installatie, is het drukproces bij drukkerij De Groot nog efficiënter en sneller geworden. Met een capaciteit van 50 platen per uur is de screenbelichter twee keer zo snel als zijn voorganger. Met de twee CTP belichters kunnen nu maximaal 80 drukplaten per uur worden vervaardigd.



## ISO 9001/14001 verlengd

Al ruim vier jaar is De Groot Drukkerij in het bezit van de ISO-certificaten ISO 9001 (kwaliteit) en ISO 14001 (milieu). Jaarlijks wordt er een audit afgenomen voor toetsing van deze normeringen in de organisatie. "Tot nu toe zijn we er ieder jaar in geslaagd om te voldoen aan de eisen", vertelt Henk Tijssen, KAM-coördinator bij De Groot. "Dit jaar zijn we ook weer goed door de audit gekomen. We voldoen kortom aan alle eisen waardoor we de ISO-certificeringen het komende jaar kunnen blijven voeren."



## Zelf huisstijl-items creëren met Huisstijltotaal

Hoe kun je op een eenvoudige manier visitekaartjes, enveloppen en folders creëren, beheren en laten drukken? Op die vraag is Huisstijltotaal hét antwoord. Via dit systeem wordt het voor klanten mogelijk om zelf hun huisstijl-items, voorzien van een vast sjabloon, op te laten maken en te bestellen. Je hoeft alleen maar de content in te voeren en het systeem zorgt voor de vormgeving in de juiste stijl. Huisstijltotaal bevat tevens een beeldbank, zodat ook digitale beelden, logo's en filmpjes beheerd kunnen worden. Dit systeem is ideaal voor onder andere gemeentes, politieke partijen, hogescholen en andere organisaties met meerdere vestigingen, waarbij veel items die in dezelfde opmaak moeten verschijnen. De Groot maakt Huisstijltotaal binnenkort beschikbaar voor haar klanten. In het volgende nummer van Onder de Loep wordt dit uitgebreid toegelicht. Nu al vragen? Bel dan uw accountmanager.



# Snel en eenvoudig drukwerk bestellen via www.Premere.nl

Er worden steeds meer aankopen gedaan via internet. En dat is ook niet zo gek, want wat is er makkelijker dan thuis vanuit de 'luie stoel' een reisje te boeken? Of een nieuwe outfit aan te schaffen? Of briefpapier en flyers te bestellen. Want dat kan nu heel gemakkelijk via Premere.nl, het internetportaal van De Groot Drukkerij.

Samen met Jaap de Leeuw en Arnold Stoltenborgh vormt Jan de Fokkert het team van Premere. Het internetportaal functioneert naast de drukkerij en biedt standaardproducten voor een scherpe prijs. Volgens Jan de Fokkert blinkt de 'internetshop' Premere.nl uit in gebruiksvriendelijkheid vanwege de eenvoudige stap-voor-stap uitleg op de site.

## Klantaccount

De eerste stap voordat je een bestelling bij Premere.nl kunt plaatsen, is het aanmaken van een klantaccount. Door eenmalig adresgegevens in te voeren, kunnen klanten in het vervolg gemakkelijk via een inlogcode (na)bestellingen plaatsen. Via Premere.nl worden uiteenlopende standaardproducten aangeboden zoals briefpapier, visitekaartjes of brochures.

## Jargon

Wanneer de klant een product heeft gekozen, bijvoorbeeld een visitekaartje,



*“Voor standaard-  
drukwerk ben je aan  
het juiste adres!”*

dan kan vervolgens gekozen worden uit drie verschillende formaten. Na het formaat is er nog een keuze in kleurge-

bruik en papierkwaliteit. Alle stappen in het bestelproces worden eenvoudig toegelicht. En loopt een klant tegen vakjargon aan, dan biedt het lijstje met 'uitleg vaktermen' uitkomst. Als alle stappen zijn doorlopen, ziet de klant in een oogopslag de kosten van de bestelling.

## Monsterbox

Jan de Fokkert en zijn team ontwikkelen momenteel een monsterbox met daarin voorbeelden van het drukwerk dat Premere.nl levert. Want hoewel een internetportaal veel mogelijkheden biedt, willen klanten vaak een voorbeeld zien van druk- of papierkwaliteit. Op kwaliteit doet Premere.nl echter geen enkele concessie. “We zijn ISO 12647-1/2 en FSC-gecertificeerd en wij bieden ondanks lage prijzen zeer hoge kwaliteit, aldus Jan.

## Voordelen

Na een paar maanden draaien, kan Jan concluderen dat de online drukkerij nu al een succes is. “We gaan Premere.nl de komende periode volop promoten op vakbeurzen en door middel van klantbezoeken. Premere.nl heeft eigenlijk alleen maar voordelen voor de klant: het is gebruikersvriendelijk, goedkoop, we kunnen snel leveren, de klanten houden alles in eigen hand en doordat het drukwerk gedrukt wordt bij De Groot Drukkerij bieden we ook nog eens een constante hoge kwaliteit. Voor standaarddrukwerk ben je bij Premere dus aan het juiste adres!”

Premere.nl is een internetportaal van De Groot Drukkerij dat zich richt op standaard drukwerk (bijv. visitekaartjes, briefpapier en flyers). Via een aantal eenvoudige stappen kan de klant zelf vanachter de computer drukwerkproducten bestellen voor een scherpe prijs. Premere richt zich op het Midden- en Klein Bedrijf, grotere ondernemingen en andere grafische ondernemingen, zoals collega-drukkerijen, reclamebureaus en uitgeverijen.





# Greatex<sup>®</sup> uitgebreid met Ecolijn

**De Greatex<sup>®</sup> papiercollectie van De Groot is onlangs uitgebreid met een echte Eco productlijn. Dit 100% gerecyclede papier heeft zowel het FSC- als het PFEC-keurmerk. De vensters van de enveloppen zijn bovendien biologisch afbreekbaar en de binnenkant van de envelop is bedrukt met biologische inkt. "Dit is het meest 'groene' papier wat momenteel beschikbaar is", aldus Jaap de Leeuw, commercieel manager bij De Groot.**

"Voor ons was het 10-jarig bestaan van Greatex<sup>®</sup> een mooi moment om te bekijken hoe we de vier papierlijnen (Basic plus, Fine, Pure en Vergé) zouden kunnen aanvullen met een Ecolijn", licht

## Over Greatex<sup>®</sup>

Greatex<sup>®</sup> is de eigen papiercollectie van De Groot Drukkerij. Het papier wordt vooral voor huisstijldrukwerk gebruikt. De collectie bestaat uit briefpapier, enveloppen, zelfklevend papier en etiketten. Gratis monsters kunt u aanvragen via [www.greatex.nl](http://www.greatex.nl).

Jaap toe. "Met deze Ecolijn is de Greatex<sup>®</sup> papiercollectie echt helemaal compleet."

## Gerecycled FSC-papier

"Greatex<sup>®</sup> Fine en Pure zijn FSC-gecertificeerd, maar we kregen steeds meer vraag naar gerecycled papier", vervolgt Jaap. "Bij de Ecolijn wordt gebruik gemaakt van gerecycled FSC-papier. Gerecycled papier is er al wel langer, maar het meeste is niet FSC-gecertificeerd. Bij de Ecolijn van Greatex<sup>®</sup> is dat wel zo. En dat is heel bijzonder."

## Uitstraling

De Ecolijn bestaat uit acht grammages papier tussen de 80-300 gram. Daar-

naast zijn er negen soorten enveloppen beschikbaar, zoals de veel verkochte EA5-envelop. "We hebben speciale aandacht besteed aan de witheid van het papier", vervolgt Jaap. "Bij Ecoproducten wordt het steeds belangrijker dat de uitstraling goed is. Het gerecycled papier van een aantal jaar terug was net toiletpapier. Nog steeds is Ecopapier snel grauw. Klanten willen echter wit papier. Dat er af en toe een pitje in zit, is niet erg. Over de uiteindelijke witheid van onze Ecolijn zijn we zeer tevreden."

## Prijs

Naast de uitstraling is de prijs van Ecopapier ook een belangrijk element. Jaap: "Klanten zijn best bereid wat meer te betalen voor een Eco-envelop, maar het moet wel betaalbaar blijven. Bij 1.000 vel briefpapier betaal je bij onze Ecolijn circa € 4,00 meer. Bij 1.000 enveloppen is dit zo'n € 15,00 extra."



Zie ook [www.greatex.nl](http://www.greatex.nl)

Frans van Rossem is al 15 jaar werkzaam in de grafische branche. Sinds 1,5 jaar werkt hij bij De Groot Drukkerij als orderbegeleider. Op de grafische MTS werd hij naar eigen zeggen geïnfecteerd met het 'virus' en nog altijd werkt hij met veel plezier bij de drukkerij. "Eigenlijk is alles wat je ziet wel drukwerk, zelfs zoiets als een tafelblad heeft een print. Je kunt zoveel met papier doen en na 15 jaar ben ik daar nog lang niet op uitgekeken."



*Frans van Rossem, orderbegeleider bij De Groot Drukkerij:*

## 'Een tevreden klant, dat geeft de meeste voldoening'

Als orderbegeleider heeft Frans dagelijks contact met zijn klanten. Zodra de klant een opdracht bij hem neerlegt voor bijvoorbeeld een poster, gaat Frans hard aan de slag om de juiste technische gegevens te achterhalen. Welk formaat wil de klant? Volledig in kleur en hoe hoog moet de oplage zijn? Zodra hij de gegevens helder heeft, zet Frans alles op papier in een zogenaamde 'orderzak' die richting de drukkerij gaat.

### **Klantenbestand**

"In vorige banen werkte ik in kleinere drukkerijen en dan heb je heel veel verschillende klanten. Bij De Groot

heb ik mijn eigen klantenbestand. Dat vind ik erg plezierig, omdat je zo veel informatie over je eigen klanten krijgt en ze op die manier beter van dienst kunt zijn. Zo werk ik onder andere voor Landal Greenparks en het Nederlands Bijbelgenootschap. Ik zorg ervoor dat hun bestellingen variërend van standaarddrukwerk als briefpapier

tot brochures en posters worden opgenomen en doorgegeven aan de drukkers."

### **Diversiteit**

Niet alleen het klantenbestand is zeer divers, ook het productenaanbod van De Groot is uiteenlopend. "Vaak zie je dat drukkerijen zich specialiseren. Bij

De Groot hebben we vrijwel alles onder een dak, van de vormgeving tot de afwerking van het drukwerk. Daarnaast is De Groot is er niet alleen voor heel grote klanten, maar net zo goed voor een middenstander die hier z'n briefpapier en enveloppen in een oplage van 1.000 stuks laat drukken. Die diversiteit spreekt mij erg aan!"

### **Voldoening**

Het werk van orderbegeleider kan druk en hectisch zijn. "Een klant komt vaak binnen met: 'We moeten het vrijdag hebben'. Dan moeten we ervoor zorgen dat dit gaat lukken. Het is voor mij dus de sport om alles zo goed mogelijk te organiseren, zodat ik aan het eind van de week de order goed heb afgerond en een tevreden klant heb. Want een tevreden klant geeft de meeste voldoening!"



[www.degrootdruk.nl](http://www.degrootdruk.nl)



