

Benelux Online Print Event – 31 mei

Jos Steutelings – Senior Innovation Consultant VIGC

De digitalisering werd lange tijd gezien als een bedreiging voor onze industrie. Het glas zal voor sommigen wel altijd half leeg zijn, terwijl door anderen veeleer wordt gekeken naar het half vol glas. Of we nu voor of tegen zijn, feit is dat de (bedrijfs)wereld razendsnel zal blijven veranderen.

Bij het VIGC komen we dagelijks in contact met grafische leveranciers, opiniemakers en productiebedrijven. Deze laatste groep is trouwens heel divers. Wij spreken dagelijks met commerciële drukkerijen, textieldrukkers, kartonnagebedrijven, verpakking- en labeldrukkers, maar ook designers en brand owners komen bij het VIGC over de vloer. Wat opvalt is dat er naast een grote openheid ook een meer dan gezonde nieuwsgierigheid is voor innovatie. Niet alleen de 'klassieke' vervangingsinvesteringen maar zeker ook nieuwe gedurfde ideeën vinden steeds meer ingang. Het connecten van de digitale wereld met onze kennis van druktechnieken en het herkennen van communicatiebehoeften bij de klant, creëert samen met een onmiskenbare behoefte voor het tactiele, veel mogelijkheden voor de grafimedia-industrie.

Onlangs het feit dat web-to-print - ik noem het liever Online Print - reeds meer dan 15 jaar een gangbaar onderwerp van gesprek is, zijn succesverhalen nog niet wijdverspreid. Het is ook niet altijd duidelijk wat er juist mee bedoeld wordt. Kijk bij-



voorbeeld naar het grote verschil in aanpak tussen een 'open' en een 'gesloten' online print shop. De individuele benadering van beiden is nochtans cruciaal bij het uitwerken van een businessplan. Gelukkig zien we steeds meer bedrijven die breder kijken dan de generieke 'open' shop concepten. Online Print wordt dan ook steeds meer opgenomen binnen de bestaande businessmodellen. Het 'gesloten' model wordt er met succes geïmplementeerd naast de bestaande offline businessmodellen.

Cijfers tonen potentieel aan

Op het zesde Online Print Symposium dat op 15 en 16 maart in München plaatsvond, werd de transitie die onze industrie ondergaat kort geschetst door Bernd Zipper. Van de 37.000 drukkerijen die in 2017 in Euro-

pa actief zijn, zullen er volgens hem in 2025 nog slechts 17.000 overblijven. De bedrijven die overleven, zullen zich enerzijds toelagen op niche of gespecialiseerde producten en zullen zich bijkomend heel sterk moeten transformeren. Hierbij wordt er een belangrijke rol toegeschreven aan online drukactiviteiten.

De omzetprognose 2018 voor Online Print in de DACH-regio (Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk) voor zowel open als gesloten shops stijgt van € 7,5 miljard (2017) naar € 7,85 miljard (2018). De stijging in het B2C-segment is groter (+8,3 %) dan in het B2B-segment (+2,2 %). Dit valt voornamelijk te verklaren door de verkoop van drukwerk op online marktplaatsen.

Opvallend tijdens de presentatie van Bernd Zipper was dat er voor de eerste keer over de DACH grenzen heen werd geke-

ken. Bedrijven als Vistaprint en Helloprint met productie in Nederland, hebben met hun snelle groei de interesse van de Duitse markt gewekt. Er wordt dan ook wel degelijk rekening met hen gehouden. Belgische bedrijven werden niet vernoemd.

Verder spelen ook acquisities en investeringsrondes in Online Print op Europees niveau een belangrijke rol. Denken we bijvoorbeeld aan investeringsgroep Bregal (ook aandeelhouder van het Duitse Online Printers) die participeert in het Nederlandse Helloprint (opgericht in 2013 en in 2017 al € 40 mio omzet), Online Printers dat op zijn beurt het Deense LaserTryk en het Engelse Solopress overnam en het Duitse Cewe dat hetzelfde deed met het Duitse Laserline (Berlijn) en het Franse Cheerz.

Een interessante case

Een interessante case was er van het Duitse Spreadshirt. De Engelse CEO Philip Rooke sprak over de trend van gepersonaliseerd textiel. Mooi om te zien bij de vooraanstaande online print bedrijven is dat zij een heel uitgekende marketing- en communicatiestrategie hebben. Spreadshirt bekend van zijn T-shirts, verkoopt dan ook eigenlijk geen T-shirts. Zij verkopen het feit dat klanten via de Spreadshirt-producten zichzelf kun-

nen uitdrukken, in dit geval met een tekst of foto op een 'offline' T-shirt. Die trend van zelfexpressie bij klanten is trouwens een mondiale megatrend volgens CEO Rooke.

Het businessmodel van Spreadshirt is gediversificeerd en gebaseerd op 3 onderdelen: creatie van je eigen ontwerp, verkopen van je eigen creaties op een marktplaats en het opzetten van een eigen shop d.m.v. een white label oplossing. Met een omzet van € 100 miljoen in 2017 beweegt het bedrijf zich op de e-commerce markt van hoog gepersonaliseerde producten die in 2015 geschat werd op 7 miljard euro.

De belangrijkheid van personalisatie werd trouwens bevestigd

Ontdek het grootste Online Print Event van de Benelux

Het nieuwe VIGC Benelux Online Print Event geeft u een unieke kans om de trends en ontwikkelingen op het vlak van online print te ontdekken. Op 31 mei (vanaf 11u) hebt u de gelegenheid om te netwerken, ervaringen uit te wisselen en seminars bij te wonen. Naast nieuwe trends zoals web-to-pack, is er veel aandacht voor inspirerende internationale cases.

Ook de locatie, het Atomium, is een goede reden om naar Brussel te komen!

Na het dagprogramma is er een uitgebreid avondprogramma dat in de prijs is inbegrepen! Een bezoek aan de tijdelijke tentoonstelling 'Atomium meets Surrealism' waarin het werk van de Belgische grootmeester René Magritte centraal staat, zal de eetlust alvast aanscherpen. De expositie werd overigens speciaal opgezet voor de 60e verjaardag van het Atomium. Er wordt in stijl afgesloten met een VIP-diner.

Voor meer info: <http://www.benelux-online-print-event.eu/>

door mass customization expert en professor aan het RWTH in Aken, Frank Piller. Volgens hem is de combinatie van drukwerk

met personalisatie de toekomst van 's werelds meest winstgevendste bedrijfsmodel ooit. Hij ziet hierbij meer kansen in een B2B

model en benadrukt dat er steeds moet worden gestart vanuit de noden van de klant. Professor Piller bekijkt de grafische industrie vanop een afstand en zijn conclusie was dan ook opvallend. Volgens hem loopt de grafische industrie op het vlak van personalisatie en mass customization voor op vele andere sectoren.

Meer Online Print inzichten, inspiratiemomenten en netwerkmogelijkheden vormen de ingrediënten van het Benelux Online Print Event dat het VIGC op 31 mei in het Atomium Brussel organiseert. Met o.a. Bernd Zipper (Zipcon, Duitsland), Wouter Haan (Drukland/Flyerzone, Nederland), Giuseppe Prioriello (Packly, Italië) en veel meer. ■



**SIGN2
COM**

Vakevent voor signage en visuele communicatie

Enig **Belgisch** event in zijn soort

Reputatie als echte **KOOP**beurs



Relevant, geïnteresseerd publiek van ruim **4.000 professionals**, van signmakers over grafici tot marketing managers en online developers

16-17-18 september 2018 | Kortrijk **Xpo**

www.sign2com.com