

Zwartopwit versnelt zijn vaart richting duurzame transitie

Alain Vermeire |

Zwartopwit verkoopt drukwerk en signing-producten via zijn webshop. De firma is op het vlak van grafische e-business een pionier in België. De webshop werd al vroeg – in 2000 – gelanceerd. We waren benieuwd naar de visie en toekomstplannen van het bedrijf tegen de achtergrond van de voortdurende coronacrisis.



Zwartopwit heeft een drukkerij en XXL-afdeling (sign & display) in Herenthout waar alle bestellingen op eigen machines worden gemaakt. We lopen binnen in de receptie waar voor de inrichting overwegend hout werd gebruikt. Het zorgt voor een natuurlijke look waarin drukwerkproducten van de onlinedrukkerij Zwartopwit worden gepresenteerd. “Hergebruikte houtmaterialen uit een verbouwingsproject. Materialen moeten minstens een tweede leven kunnen krijgen,” zegt directeur Manu Lemeur. Duurzaamheid zal als een rode draad doorheen het verdere gesprek lopen.

De uitbouw van een fitte en gezonde onderneming

Manu Lemeur studeerde economie. Hij is de kleinzoon van Achilles Bulckens, de stichter van het bedrijf. Die was uitgever van een eigen krant ‘Het Reklaamblad’ dat aan Roularta

werd verkocht. Manu Lemeur: “De drukkerij met een klein machinepark bleef verweesd achter. Ik kreeg de kans om ze uit te bouwen. De jaren 90 waren toen al moeilijk voor grafimedia-bedrijven. De klassieke manier van drukwerk verkopen via commerciële medewerkers was een lastige zaak voor ons. Het sturen van verkoopmedewerkers naar klanten zag ik bovendien niet als een eeuwigdurend concept. We kozen ervoor om drukwerk via een webshop aan te bieden: een duidelijk aanbod van producten, vaste prijzen en juiste levertermijnen. De eerste klanten waren evenementorganisatoren en grafisch ontwerpers. Een jong cliënteel dat ervan hield om op een gemakkelijke manier bestellingen te plaatsen. Zo is het begonnen. Het ene sluit echter het andere niet uit. We produceren ook drukwerk op projectmatige basis.” We merken op dat voor die aanpak het bedrijf werd beloond met een stevige en continue groei. Ma-

nu Lemeur stelt bij: “Het woord groei staat niet in het woordenboek van Zwartopwit. Groei en winstmaximalisatie zijn nooit het doel geweest (n.v.d.r.: Manu Lemeur verwijst naar het rapport ‘Grenzen aan de groei’ van de Club van Rome). Het uitbouwen van een gezond bedrijf met een langetermijnperspectief wel. We willen dat mensen bij ons langdurig zeker van hun werk kunnen zijn en hun job graag doen. Alle drukwerkproducten die online kunnen worden besteld, maken we overigens zelf in onze drukkerij en printafdeling. Met machines, verbruiksgoederen en materialen waarmee we onze milieu-impact kunnen reduceren. Jonge mensen die opgegroeid zijn met het ecologisch gedachtegoed, begrijpen dat. Duurzaamheid wordt een wereldwijde beweging. In de XXL-afdeling die in 2007 werd opgestart, werken we bijna uitsluitend met media afkomstig uit Europa. Een weloverwogen keuze.”

Een bedrijf heeft een sociale verantwoordelijkheid

Ook bij Zwartopwit werden de gevolgen van de coronacrisis gevoeld. “Ik doe de meeste aanwervingen zelf. De werkzekerheid is hier steeds in grote mate gegarandeerd geweest. Nu hebben we voor het bedrijf tijdelijk een beroep moeten doen op het stelsel van de technische werkloosheid. Het voelt niet goed aan. Het is de sociale verantwoordelijkheid van een bedrijf om zich in te zetten voor zijn medewerkers maar de coronacrisis brengt onzekere tijden met zich mee. Via informatiesessies houden we onze medewerkers op de hoogte van de stand van zaken en welke maatregelen we willen nemen om de toekomst van de firma veilig te stellen. Het is onmogelijk om een plan uit te tekenen tot er een vaccin is. Het bedrijf zal in ieder geval heel wendbaar moeten blijven,

toezien op de kosten, aan schadelijke beperking doen en blijven overleggen met de medewerkers. Als iedereen zich goed in zijn vel voelen, kan je heel veel bereiken.”

Duurzaam produceren

Zwartopwit wil ook een aantal doelstellingen versneld realiseren, zoals het stevig inzetten op duurzaam druk- en printwerk waarvoor een nieuw productgamma wordt gelanceerd. “De groene trend (energie, voertuigen, landbouw, ...) zet zich door. De klanten begrijpen exact waar het over gaat. Ze hebben een hekel aan green washing. Zwartopwit is een CO2-neutraal bedrijf maar wil in de transformatie naar een duurzaam en verantwoord bedrijf nog meer stappen zetten. Door bijvoorbeeld het milieuprofiel van zijn drukwerkproducten onder de loop te nemen. We hebben besloten deze weg in te slaan. De crisis en de maatschappij dwingen ons ertoe om na denken hoe en wat we produceren. Met onze firma moeten we ook optornen tegen grote internationale bedrijven. We kunnen klanten overtuigen bij ons te bestellen omdat we met onze drukkerij en XXL-afdeling in hun markt aanwezig zijn. Die nabijheid geeft hen een comfortabel gevoel, de kwaliteit is altijd goed en wanneer er problemen zijn, worden die snel opgelost. Met de drukkerij willen we gaan focussen op de productie van drukwerk dat minstens één week standhoudt. Informatie die kwaliteitsvol wordt gepresenteerd, duurzaam geproduceerd en bij de juiste doelgroep de gepaste indruk nalaat.”

De impact van corona

Zwartopwit heeft om en bij de 100 mensen in dienst, waarvan 7 IT-specialisten. Naast de courante producten wordt een volledig gamma van anti-coronaproducten via de webshop aangeboden. Operational Manager Koen Van Ouwenhuysen is erbij gekomen. Hij vertelt dat het als gevolg van corona zware weken zijn geweest. “Er was een uitstekende samenwerking met de medewerkers. In normale tijden wordt in de drukkerij in 3 ploegen gedrukt op de twee 8-kleurenpersen. Ook in de snijafdeling wordt dan in drie ploegen gewerkt. Nu werd er in bepaalde weken minder geproduceerd waardoor we in samenwerking met de personeelsleden maatregelen hebben genomen. Een aantal werknemers bood spontaan aan recuperatieverlof te nemen. Er was van het bedrijf gedurende deze moeilijke periode aandacht voor de voorkeuren van de individuele werknemers en de invloed van hun familiale toestand. Ondanks de moeilijke omstandigheden bleef iedereen de hele tijd bereikbaar voor elkaar.”

XXL-afdeling

De XXL-afdeling zit in een aparte productiehal van 2000 m². Daar wordt geprint op borden en panelen, banners, zeildoeken en vinyl-materialen. Giovanni Van der Weken is verantwoordelijk voor de afdeling. Op de 3,2 meter brede snijtafel liggen 1,5 meter brede anti-corona vloerstickers met R10 antislipwaarde die op een rollenprinter werden geprint. Ook op andere printers worden tijdens ons bezoek anti-coronaproducten geprint. Het machinepark omvat ondermeer een Gandhi vlakbedprinter voor het beprinten van PVC schuimplaten, kanaalplaten en hout, ...; een hybride swissQprint Nyla 3; een swissQprint Karibu rol-naar-rolprinter; een hybride Efi Vutek GS-printer; een Latex-printer voor carwrap-films en one way vision folie; vlakbed- en rollensnijmachines; enz. Giovanni Van der Weken: “We werken alles zelf af. Niet alleen snijden maar ook het aan elkaar lassen van canvasdoeken en het aanbrengen van oogringen. Zwartopwit is een van de weinige online printbedrijven in België. De lokale verankering is samen met de snelheid, be-

trouwbaarheid en kwaliteit een belangrijke troef. Door de coronacrisis hebben we voor onze plannen richting duurzaamheid een versnelling hoger geschakeld. We willen gaan printen op media die milieuvriendelijker zijn. De uitdagingen voor de sign & displayafdeling zijn door de grote verscheidenheid aan media groter dan die voor de drukkerij waar op papier of karton wordt gedrukt. Voor binnentoepassingen is het gemakkelijker om perfecte alternatieven te vinden voor bestaande media, voor buitentoepassingen ligt dat toch moeilijker. We gebruiken in ieder geval zoveel mogelijk kwalitatieve en Europese producten. Wat is trouwens het nut van goedkope media wanneer de uitval ervan tijdens de productie groter is of freeswerkstukken erop stuk draaien? De rekening is dan snel gemaakt, zowel financieel als qua impact op het milieu. Hier heerst een open bedrijfscultuur. Werknemers zijn betrokken met wat de firma voor ogen heeft. Er wordt geluisterd naar hun mening wanneer wordt getest met nieuwe media. Machineoperators weten best wat werkt en niet werkt. We gaan in ieder geval door met de uitbouw van een productengamma dat rekening houdt met de aspecten van duurzame ontwikkeling. Het is een strategische keuze. De coronacrisis heeft ook nog op andere zaken ingegrepen. De consolidatie in de drukkerijsector zet zich onverminderd door. Nieuwe klanten hebben de weg naar het web gevonden. Het belang van e-commerce is toegenomen. Al bij al blijft de sign & display-markt goed overeind. In deze sector is nog heel wat productontwikkeling mogelijk.” ■



QuadriVille, de 100% herbruikbare kantoorruimte in de XXL-afdeling, gebouwd met FSC gecertificeerd hout en met spanbanden. Het vertrekpunt van het gebouw in het gebouw is een vierkant van vier op vier. De constructie van QuadriVille is een vermenigvuldiging of deling van dit vierkant.