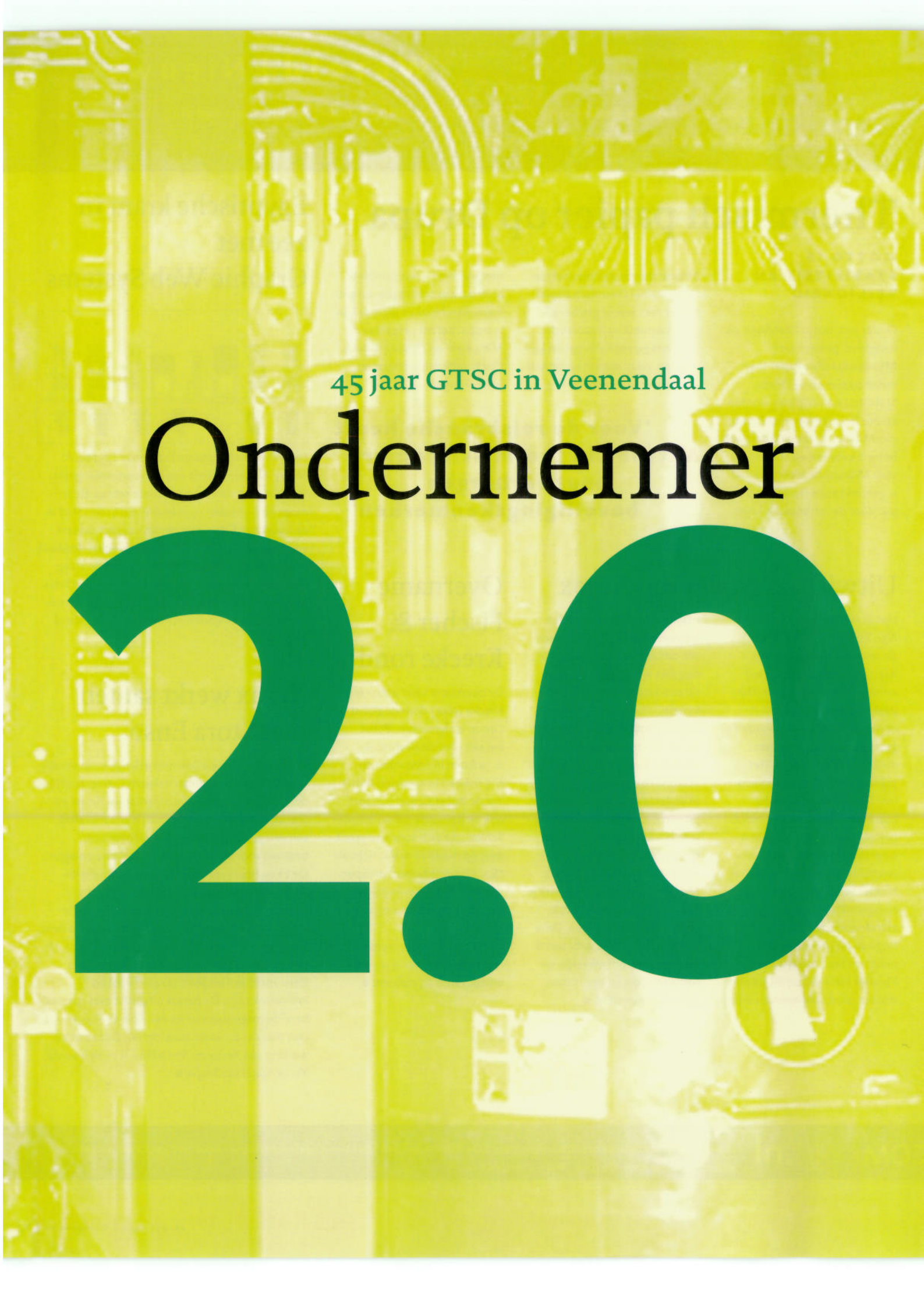


Het grafische bedrijf van de toekomst



TECHNIEK | ONDERNEMER 2.0 De Grafisch Technologische Studie Club (GTSC) had op 9 april een jubileumbijeenkomst met als thema 'Vernieuwend ondernemerschap'. Acht sprekers van formaat spraken de zaal toe. **18**

The background of the entire page is a faded, yellow-tinted photograph of an industrial facility. It shows various pipes, valves, and large cylindrical tanks. A prominent circular logo with the text 'VKMAYZ' is visible on the right side of the background.

45 jaar GTSC in Veenendaal

Ondernemer 2.0

**'VERNIEUWEND
ONDERNEMERSCHAP
IN DE GRAFISCHE
INDUSTRIE' WAS
OP 9 APRIL IN DE
GROTE GOC-ZAAL
TE VEENENDAAL
HET THEMA
WAAROVER ACHT
HOOGKARAATS
SPREKERS BIJNA
200 BEZOEKERS**

INFORMEERDEN.

De Grafisch Technologische Studie Club (GTSC) snijdt doorgaans rake thema's aan. Met de jubileumbijeenkomst van 9 april wilde GTSC aan leden, oud-leden en gasten een stuk waardevolle bagage meegeven, iets waar ze morgen wat mee kunnen. Innovatie werd door veel sprekers, direct of indirect, aangeroerd. Het programma, dat varieerde van bloederstig tot quasiludiek, werd afgesloten met een illusionistische show. Vooral dat laatste werd door de aanwezigen op prijs gesteld.

IMPONEREN

In zijn introductiewoord schetste GTSC-voorzitter *Hans Baljet* het realistische 'Umfeld' van ondernemende drukkerijen: 'Klanten laten zich in 2008 echt niet meer imponeren door de aanwezigheid van hightech vijfkleurenpersen, laktorens en keertrommels en een gelikte MIS. Een klant raakt pas overtuigd als we in staat zijn om hem aan de hand van onze kennis op ideeën te brengen waarmee hij zijn business kan verbeteren en zijn dienstverlening winstgevender kan maken. Daar gaat u vandaag iets over horen... Verder kunt u gerust zijn. De vereniging van grafische technologen zal zich ook de komende 45 jaar bezig blijven houden met allerlei technische en technologische zaken.'



GTSC-voorzitter Hans Baljet: 'Klanten laten zich niet meer imponeren door hightech vijfkleurenpersen, laktorens, keertrommels en gelikte MIS'en.'



Renée Bergkamp, directeur-generaal van het ministerie van EZ: 'Innovatie is hard werken.'



Arie van Tilborg, directeur Rotterdam MediaCollege: 'Kijk met een 2.0-bril naar jongeren.'



Dr. Lou Lichtenberg: 'Kranten worden uitgedaagd.'

Dat de GTSC niet stilzit, was duidelijk. Baljet noemde tal van activiteiten die waren georganiseerd. Zo werkten vijftien leden als cluster samen onder de paraplu van een regeling met de naam 'innovatie-prestatie-contract'. Tien andere leden hadden weer tijd ingeruimd om de tussenresultaten van een EZ-project voor het duurzaam inkopen van drukwerk te voorzien van constructief commentaar. En oud-leden van de GTSC gaan soms na hun betaalde werkzame leven kennis en ervaring delen met collega's in ontwikkelingslanden. Tijdens die missies vormen de thuisblijvende GTSC-leden dan als het ware een zeer grote helpdesk.

ILLUSIONIST

Ondanks de grote academische inbreng werd het evenement na de aftrap geen droge, betweterige aangelegenheid. Zou iemand dat gevoel na de presentaties toch nog hebben gehad, dan werd hij met het sluitstuk van de illusionist *George Parker* (Spiderworks) toch op andere gedachten gebracht. 'Denken is maar denken, maar het heeft wel invloed op wat je waarneemt. Ons brein gaat dat soms zelf invullen, omdat het niet tegen een vacuüm kan.' Met de hulp van aanwezigen demonstreerde George vervolgens dat wat we denken te zien niet de werkelijkheid is. Hilarisch werd het toen hij € 5 'veranderde' in € 10, waardoor meer kandidaten zich aanmeldden om te helpen met het omtoveren van € 10 in € 20. Zijn boodschap was dat je methoden moet hanteren om wat jij voor ogen hebt levensecht te maken voor je klant. 'Daarvoor is extase nodig en moet je wel buiten jezelf durven treden. Vraag is: welke indruk wil je achterlaten? Remeha, bijvoorbeeld, gooide het met zijn cv-ketels ooit over

de boeg van hoogwaardige kwaliteit. Nu afficheert het zich met een gelukkig gezin dat geniet van een (letterlijk) warme atmosfeer.' Daarbij mag niet onvermeld blijven dat George er zelf geld zou hebben bijgelegd om de zaal zijn magische kunsten ten aanzien van geldopwaardering te laten geloven.

GENERATIE 2.0

'Ondernemers een hart onder de riem steken door nieuwe visies aan te reiken', was een leidraad voor alle sprekers. *Arie van Tilborg*, directeur Rotterdams MediaCollege koos er daarom voor om ondernemers het perspectief aan te geven van 'de nieuwe leerling' die zich in een 2.0-samenleving van de nieuwste communicatietopics bedient. Indirect een oproep om met 'een 2.0-bril naar jongeren te kijken' en hun motivatie trachten te bespelen. Weg van het autoritaire model naar het faciliterende model. Maar grafici weten als geen ander hoe conjunctuurgevoelig opleidingscycli zijn. Heel interessant was daarom het verhaal van eco-soof *Jan van der Linden*, waaruit bleek hoe de economische motoriek leunt op verschuivingen van maatschappelijke paradigma's. Momenteel zit Noordwest-Europa op het raakvlak van de paradigma's 'groei van de economische bedrijvigheid' en 'zelfsturing, intellectueel vrij zijn'. Adviesvoorbeelden zijn er te over: 'Denk in resultaten voor de klant, denk in relevante concepten, regisseer de hele keten.' Profileer jezelf dus niet als de afwachter drukker, maar als bedenker van oplossingen die voorzien in de communicatiebehoeften van klanten. Uiteraard met inschakeling van de 'nieuwe graficus 2.0' van Arie van Tilborg.

VRAAGGERICHT

Iedereen verwachtte natuurlijk dat Renée Bergkamp, directeur-generaal van het ministerie van EZ, wel wat hulp te bieden had. Maar zij vertelde dat nieuwe kennis onvoldoende wordt gebruikt. 'Grafische productie is erg vraaggericht georganiseerd.' Onder verwijzing naar minister Verhoeven, die ondernemers uitnodigt om op 14 mei mee te praten voor haar nieuwe Industriebrief. Grafische ondernemers die denken dat het anders moet, kunnen zich daarvoor aanmelden. Wel werd erkend dat innovatie hard

IN HET KORT

'Vernieuwend ondernemerschap' was het thema van de jubileumbijeenkomst van de GTSC op 9 april 2008. Aan bod kwamen de nieuwe klant, jongere grafici, subsidies, marktbenaderingen, het belang van innovatie, en globalisering. De 'ondernemer 2.0' moet net als web 2.0 snel zijn, en gereed voor interactiviteit en flexibiliteit.

maar veel nieuws was daarin niet te ontdekken. Sleutelbegrip was 'Operational Excellence', nieuwe stijl. 'Dat wil zeggen: minimalisering van de operationele kosten, dus geld besparen. Dat is efficiency, kwaliteit tegen de laagste kosten en de hoogst mogelijke

plaats. 'Generatie 2.0' waar Arie van Tilborg de dag mee startte, speelt de klassieke krant parten. De moderne denktrant is: 'Ik wil dat voor mezelf en ik wil dat hier en nú.' En dat vraagt van kranten een enorme snelheidsverhoging en meerdere uitingen van hun informatieproduct. Gratis kranten met een vlotte babbel en minder dure redacties zijn de norm. Adverteerders zien laatstgenoemden ook als een opening naar hun markt. Belangrijk is vooral om buiten de kaders te denken. Miguel Delcour van 'Firm in Enterprise' ging nog

'Weg van het autoritaire model naar het faciliterende model'

werken is. Meerdere sprekers bleken te hebben gegoogeld op 'grafische industrie'. Meer dan eens werd Chevalier in de voorbeeldfunctie van een innoverende onderneming aangehaald. En dat terwijl die onderneming toch niets anders doet dan in één klap zes miljoen spenderen aan vervanging van een groot deel van het machinepark. Enfin, na stimulerende woorden wees Bergkamp de ondernemers op subsidiekanaalen van EZ, waar momenteel aantrekkelijke 'kennisvouchers' beschikbaar zijn (bij Senter-Novem). Hoeveel wil er ook is om het als ondernemer anders te gaan doen, vooruitgang vraagt alsnog om gekwalificeerde impulsen. Voor slimmeriken is zo'n 'kennisvoucher' dus het overwegen waard.

DOORGEWINTERD

Marcel van Assen van bureau Berenschot leverde als doorgewinterde adviseur een bijdrage,

productiviteit.' Nou, daar keken de aanwezigen niet van op. Maar wel van de accentuering. 'Wanneer je als ondernemer vandaag de dag niet behendig opereert en te ver achterop raakt qua ICT en *supply chain management*, ben je niet klaar om je bedrijf de toekomst van morgen binnen te loodsen.' Nog hanteerbaarder was de bijdrage van Saskia Harkema van de Haagse Hogeschool. Deze lector verbond de Europese 'Lissabon Agenda' ('Nederland moet kennisland worden') met een boek dat zij heeft geschreven, 'Winst door Innovatie' (www.managementboek.nl, € 32,95).

CHINA 2.0

Gezien de stevige vertegenwoordiging van krantenuitgevers en drukkers in GTSC was de speech van Lou Lichtenberg van het Stimuleringsfonds voor de Pers 'De toekomst van media en mediagebruik' zeer op z'n

een stap verder en troonde zijn toehoorders mee naar China. Globalisering laat zich niet uitstellen, dus moet er nu over worden nagedacht. De economische wereldmotor wordt nu al door vier cilinders aangedreven; VS, Europa, China en India. Rusland en Afrika komen daar in de (nabije) toekomst nog bij. China stimuleert haar grafische industrie vanwege de mooie valuta-inkomsten, maar ook om in de eigen communicatienood te voorzien. China 2.0 zal de grafische Europese markt nog verder verrassen. Delcour is beschikbaar om bedrijven te helpen die willen anticiperen op samenwerking met China. Terugkijkend op deze bijeenkomst is het niet overdreven om te stellen dat het GTSC ook deze keer is het gelukt om als een goed bruikbare gids voor en met leden te werken. Ga zo door GTSC!

[JAN VROEGOP]

j.vroegop@uitgeverijcompres.nl



Het jubilerende GTSC bijeen op 9 april 2008 in Veenendaal.



Saskia Harkema met het praktijkgerichte boek 'Winst door Innovatie'.



Miguel Delcour: 'China 2.0 zal de grafische Europese markt nog verder verrassen.'



Marcel van Assen: 'Van ondernemers wordt gevraagd: behendigheid, ICT en een slanke supply chain management.'