

inspireren + creëren = groeien



Harald van Engelen nam de drukkerij over van zijn ouders en transformeerde het tot communicatiebureau.

Van Engelen biedt totaalpakket

Drukkerij wordt *communicatiebureau*

In 2007 zette Harald van Engelen een belangrijke stap: hij deed de eerste aanzet tot verbreding van de activiteiten van zijn drukkerij, om uit te groeien tot een multimediaal communicatiebureau. Drukwerk wordt er nog steeds geproduceerd in Waalwijk, maar de focus ligt nu op een totaalpakket. Van communicatie-advies tot en met uitvoering.

✦ We spreken Harald van Engelen op de ochtend voor een belangrijke sessie met een klant, waarin hij samen met zijn collega's de uitkomsten van eerder verzorgde workshops zal presenteren. 'Deze klant is bezig met een herpositionering en wij begeleiden ze daarbij. Een goede start is belangrijk, we werken altijd vanuit een plan. Maar dat leidt vervolgens wel tot iets concreets.'

Hij vertelt het verhaal met de grootste vanzelfsprekendheid, maar tot enkele jaren geleden was Van Engelen een drukkerij, die 'slechts' reproduceerde wat anderen aanleverden. De bestanden komen nu grotendeels uit de eigen studio, want Van Engelen is sinds 2007 getransformeerd tot een breed en multimediaal communicatiebureau. Klanten komen voornamelijk uit de regio Midden-

Brabant en zijn actief in het mkb. Vier pijlers heeft het bedrijf: communicatie, reclamebureau, internet én drukwerk. Oude liefde roest niet? 'Ja, ik vind het mooi dat we met druk nog steeds een tastbaar product leveren. En we kunnen er nog steeds geld mee verdienen. Met onze roots in drukwerk geven we klanten aan dat we met beide benen op de grond staan en dat we echte

Serie over
verandering**Wordt u App-maker of printfabriek?**

De redactie van *Graficus* vatte het idee op om een serie te maken over grafische bedrijven in verandering. Transformeert uw onderneming van drukkerij naar printfabriek of wordt u van drukker naar App-fabrikant? Of maakt uw bedrijf een compleet andere transitie door? Laat het ons weten via redactie@graficus.nl.

doeners zijn. De combinatie denken en doen past bij me.' Geen sprake van dus, dat Van Engelen zijn drukwerkactiviteiten beëindigt.

Ondernemer

Even wat achtergrond. Harald van Engelen (44) groeide op als zoon van een ondernemerspaar, dat altijd hard werkte in de drukkerij die vader Chris in 1962 startte. Besmet met het 'drukinkt-virus' raakte hij echter niet, ambitie om de zaak over te nemen had Harald dan ook beslist niet. Dat hij ondernemer wilde worden, wist hij al wel. Iets in de muziek? Of iets met sport? Hij studeerde HEAO Bedrijfs-economie en ging vervolgens aan de slag in het bedrijfsleven. Twee jaar later, op nieuwjaarsdag 1995, legden zijn ouders hem en zijn broer Koen de vraag voor of ze interesse hadden om hen op te volgen in het bedrijf. Koen

bedankte, maar Harald maakte nog dezelfde avond plannen. In de loop van 1995 trad hij in dienst, in 1999 nam hij het bedrijf over. 'Internet was een hype in die tijd en uiteraard heb ik me afgevraagd of we er iets mee moesten doen. Maar de tijd was er niet rijp voor, ik had nog genoeg uitdagingen.'

Anders positioneren

Omstreeks 2007 deed zich dezelfde vraag opnieuw voor en toen paste het wel. Harald: 'Steeds meer kreeg ik het gevoel te willen verbreden, vooral vanuit mijn persoonlijke ontwikkeling. Ik denk graag mee met klanten op strategisch niveau, wil niet alleen over papier praten. We deden al een stuk creatie in eigen huis, maar wilden vanaf stap één bij de klant aan tafel zitten. Ik had eerlijk gezegd de verwachting dat de term "drukkerij" zou gaan

evolueren in de *mindset* van de klant. Maar dat was niet zo en we besloten om "drukkerij" uit onze bedrijfsnaam te halen.' Een grote stap, zo beaamt Harald. 'Als klanten je zien als drukkerij is het een uitdaging je anders

'Klanten bleken bereid om voor strategisch advies te betalen'

te gaan positioneren. Maar we hebben nooit overwogen de familienaam te laten vervallen. En het is een bewuste keuze om alles onder één bedrijfsnaam te doen en geen apart bureau te starten.'

Het jaar 2007 markeert dus een belangrijke



Van Engelen helpt mkb-ondernemers met kennis en inspiratie.



Drukwerk blijft een van de vier pijlers van Van Engelen.

Transitieproces

Anno 2014 is Van Engelen min of meer daar waar Harald wilde komen. 'Ons dna is wezenlijk veranderd. We zijn getransformeerd van kapitaalintensief productiebedrijf naar een kennisintensief adviesbureau. Dat klanten bereid bleken om voor ons advies te betalen, zie ik wel als een hoogtepunt.'

Makkelijk was het overigens zeker niet altijd. Terugkijkend op het transitieproces stelt Harald: 'Het is zeker moeilijk om je bedrijf van binnenuit te veranderen. Welke route je ook kiest, het is lastig. Voor ons bedrijf is het goed geweest, maar naast zaaien en oogsten hebben we ook moeten snoeien en dat ging zeker gepaard met pijn. Onze drukkerij is kleiner dan voorheen. Met ons huidige team van specialisten hebben we echter alles in huis om waar te maken wat we roepen, waar nodig maken we gebruik van onze flexibele schil van freelancers. Samen bouwen we verder aan wat ik - nog steeds sportminded - onze 'Olympische droom' noem: we willen het meest inspirerende communicatiebedrijf van de regio zijn.'

stap richting verbreding van activiteiten. Toch neemt Van Engelen in 2008 een andere drukkerij over. 'Voor ons een logische stap, noodzakelijk om ons volume op peil te houden. Bovendien was het een unieke kans: we konden een bedrijf overnemen dat in veel opzichten op ons leek. De mensen en de portefeuille lijfden we in, geen machines.'

Kennis en inspiratie

Vanaf 2009 kwamen social media snel op. 'Ondernemers wreven in hun handen', lacht Harald. 'Social media zijn gratis, we kun-

ik de opleiding 'Next Marketeer' afgerond en dat gaf me het zetje om ons bedrijf opnieuw tegen het licht te houden. Welk verschil willen wij maken voor onze klanten? We hebben het samengevat in het motto 'inspireren + creëren = groeien'. We hebben het kennisplatform 360 Van Engelen opgezet, waar we wekelijks op publiceren. Ook verzorgen we veel workshops, dat doen we al sinds 2007. Daarmee willen we mensen in beweging brengen. Het dwingt onszelf ook om ons te verdiepen in de materie en een mening te formuleren.'

'Het is moeilijk om je bedrijf van binnenuit te veranderen'

nen alles voortaan zelf doen, zo bedachten sommigen. Niets bleek minder waar, vooral de mkb'er ziet tegenwoordig door de bomen het bos niet meer. Wij helpen ondernemers met kennis en inspiratie.'

Kennis en inspiratie, het loopt als een rode draad door het bedrijf. 'Afgelopen jaar heb

In enkele jaren tijd transformeerde Van Engelen zich van drukkerij naar multimediaal bureau, met focus op communicatieadvies.

