

Arnhems Vulpenhuis richt zich puur op internet

'Meer tijd voor contact met zakelijke klant'



Meer dan 60 jaar lang was het Arnhems Vulpenhuis even onlosmakelijk verbonden met het stadshart van Arnhem als de Grote Kerk op de markt. Veel vaste klanten wisten de schrijfwarenspecialist in het fraaie Arnhemse winkelgebied te vinden. Toch besloot eigenaar Mark Rakers de deuren te sluiten om op internet verder te gaan. Zakelijke klanten kunnen nog altijd terecht in een showroom, gelegen even buiten het centrum van de stad. Een opmerkelijke stap, maar wel één met visie én passie.

DOOR LAURENS VAN AGGELEN

"De beslissing heb ik niet van de ene op de andere dag genomen", vertelt Rakers. "De markt is enorm aan het veranderen en ik vind het belangrijk dat het bedrijf met zijn tijd meegaat. Juist nu. Het Arnhems Vulpenhuis is een gezond bedrijf. Wanneer je nu die stap niet durft te maken en kansen durft te pakken, worden de veranderingen in de markt je de baas. Ik zie te veel kleine

ondernemers in binnensteden die niet meer ondernemen, die stilstaan. Beter is het kansen te creëren en in te spelen op de markt die in een rap tempo verandert."

Het aan de man brengen van schrijfwaren zit Rakers in het bloed. Na zijn grootouders en later zijn vader, is hij de derde generatie die het bedrijf voortzet. Vlak na de oorlog was het nog een klein winkeltje waar zijn grootouders ook wenskaarten en kantoorartikelen verkochten. Nadat zijn vader de

'Als je de kansen niet durft te pakken, worden de veranderingen in de markt je de baas'

zaak overnam, werd de winkel uitgebreid maar lag de focus uitsluitend op schrijfwaren en op het graveren van pennen. Rakers: "Graveren is specialistenwerk. Daar moet je gevoel voor hebben. Je moet goed weten met welke materialen je werkt, hoe je moet frezen, hoeveel druk je er op moet zetten anders kan het goed misgaan en raakt een pen beschadigd."

Verschuiving

Al vanaf zijn tiende sprong Rakers wel eens bij in de winkel van zijn vader. "Nadat ik uit militaire dienst kwam en ik op zoek moest naar werk, besloot ik in 1988 om tijdelijk bij mijn vader in loondienst te gaan. Voor even maar dus, maar ik ben uiteindelijk nooit meer weggegaan. Het is een mooi vak, schrijfwaren verkopen. Het zijn leuke producten waar vaak een speciaal moment aan is gekoppeld, bijvoorbeeld een jubileum, een verjaardag of het behalen van een diploma."

Hoewel de markt in de loop der jaren veranderde, is de klandizie volgens Rakers altijd stabiel gebleven. "Qua assortiment hebben we nooit geen onderscheid gemaakt in prijs. We hebben er altijd een breed assortiment op na gehouden. Niet alleen omdat alle klanten ons even lief zijn en het ons niet uitmaakt of we een goedkope of een duurder pen verkopen, maar een klant die meer wil spenderen, wil veel keuze hebben. Veel klanten komen gericht binnen, nadat ze zich vaak eerst al uitgebreid hebben georiënteerd op internet en dan pas de fysieke winkel binnenstappen."

Het feit dat vooral consumenten steeds

vaker op internet hun aankopen doen, is een belangrijke reden geweest om de fysieke winkel juist te sluiten en een webwinkel te openen. "De consumentenmarkt laat zich moeilijker sturen dan de zakelijke markt. De consument is de webwinkel steeds meer gaan omarmen. Gaat men er op uit dan is winkelen steeds meer funshoppen geworden, waarbij het vooral om beleving gaat. Vooral jongeren hebben geen interesse meer in het type winkel dat we hadden. Niet voor niets telt Nederland nog maar elf penspecialisten. Van een aantal weet ik dat ze op niet al te lange termijn ook de deuren zullen sluiten."

Zakelijke markt

Hoewel het Arnhems Vulpenhuis aan consumenten zal blijven leveren, verschuift de focus van het bedrijf meer naar de zakelijke markt. Rakers: "Doordat we met onze showroom aangepaste openingstijden hebben, heb ik veel meer tijd om in gesprek te gaan met zakelijke klanten en om bij hen langs te gaan. Met de oude winkel kwam je niet tot dergelijke gesprekken. Stonden we jaren geleden nog met vijf man achter de toonbank om klanten te helpen, de laatste tijd waren we met z'n tweeën en waren we te druk om uitgebreide gesprekken aan te knopen met zakelijke klanten. Het is heel prettig dat dit nu wel kan. Dat we de tijd voor ze kunnen nemen om in de showroom met ze in gesprek

te gaan over hun behoeften."

Voor de consument zijn er in de binnensteden intussen nauwelijks nog winkels te vinden met een ruime keuze aan schrijfwaren. "Ook bij de juweliers die hebben geprobeerd luxe schrijfwaren aan de man te brengen, zie je dat men daar al op terugkomt. Wie een mooie dure pen wil aanschaffen, heeft in zo'n winkel veel te weinig keuze. Met onze webwinkel blijven we de consument dat uitgebreide assortiment juist wel bieden. Wie de producten toch eerst even in handen wil hebben, kan natuurlijk altijd een afspraak met ons maken om even langs te komen. Voor zowel consumenten als zakelijke klanten blijft persoonlijke aandacht voor ons hoog in het vaandel staan."

Relatiegeschenk

Dat het Arnhems Vulpenhuis zich meer dan voorheen zal richten op de zakelijke markt, betekent niet dat daarmee de verkoop van luxere schrijfwaren, zoals van merken als Waterman, Parker en Visconti, terug zal gaan lopen de komende tijd. "Ook het bedrijfsleven is daarvoor nog altijd een goede afzetmarkt. We verkopen aan bedrijven veel pennen die als relatiegeschenk cadeau worden gedaan. Zo mochten we onlangs nog

'Vooral jongeren hebben geen interesse meer in het type winkel dat we hadden'

een aantal pennen leveren aan een ziekenhuis."

Volgens Rakers zou het goed zijn wanneer men zich bij bedrijven meer zou realiseren dat er een groot ver-

schil is tussen een pen als promotieartikel of als relatiegeschenk. "Bij een relatiegeschenk is het belangrijk dat de waardering voor degenen aan wie de pen wordt gegeven tot uitdrukking komt. Je kunt een relatie beter één keer in de vijf jaar iets goeds geven dan jaarlijks een cadeau dat weinig indruk maakt of geen enkele uitstraling heeft. Op een mooie dure pen hoeft ook niet eens een bedrijfsnaam te staan. Men zal zich jaren later nog altijd herinneren van wie men deze gekregen heeft."

Rakers zegt een goed beeld te hebben van waar hij de komende jaren met zijn bedrijf naar toe wil. "Ik denk dat ik met deze opzet invulling geef aan een behoefte waarop in deze markt nog niet voldoende wordt ingespeeld. Dat ik via internet verkoop, betekent niet dat ik daarmee de intentie heb om heel Nederland te bedienen. Door de grote lokale bekendheid die we in deze regio hebben opgebouwd, denk ik juist hier de klant goed te kunnen bedienen. Ik ga met veel positieve energie verder met een vertrouwd product."

