

MARC CLABBERS: 40 JAAR STILL GOING STRONG

Marc Clabbers begon van huis uit met het leveren van drukwerk en zag dit in veertig jaar uitgroeien tot communicatie-totaal dienstverlening.

In 1970 trok Marc Clabbers de stouthe schoenen aan en begon, naast zijn fulltime baan als traffic manager/export assistent bij een DSM onderdeel in Venlo, in de avonden met Typo-MC. Op de eerste werkdag van het volgende jaar registreerde hij zijn grafische een-



mansbedrijf bij de Kamer van Koophandel. Vele jaren op rij hielp hij zijn vooral plaatselijke klanten als voetbalclub RKLVV, visclub Willem Barendsz, Driessen Assurantiën en andere verenigingen, particulieren en bedrijven aan drukwerk. Dit valt terug te lezen in het tabellarisch kasboekje dat Marc bijhield en nog steeds koestert. In 1986 was zijn 'vrijtijdsbesteding', naast een druk vrijwilligersleven, dermate omvangrijk, dat hij een keuze moest maken. Aan de Lottumseweg in Grubbenvorst kwam een geschikte bedrijfsruimte vrij om als drukkerij met eigen productie een 'hernieuwde' start te maken. Een jaar later kwam het eerste personeelslid in vaste dienst. Steeds als onder hetzelfde dak ruimte vrijkwam, was Clabbers er als de kippen bij om dat te huren. Uiteindelijk werd toevlucht gezocht in zeecontainers in de tuin: Clabbers Drukkerij was toe aan nieuwe huisvesting. Die werd in 1999 betrokken aan de Orionpoort, de toegangsweg tot een kleinschalig bedrijvent centrum in Grubbenvorst. De naam van de straat waar een fraai maatwerk-pand werd gerealiseerd, kwam uit de koker van Marc zelf. De gemeente kon goed leven met het aange-reikte idee.

Dat Marc Clabbers in veertig jaar

BINNENKORT JARIG?

Viert uw drukkerij dit of volgend jaar een bijzonder jubileum? Meld het ons. Wij zijn benieuwd of u die gelegenheid samen met uw klanten viert. Als dat zo is, doen we graag verslag van uw relatie-onderhoudende en misschien extra omzet genererende activiteiten.

DOOR PETER ZWETSLOOT

tijd veel veranderingen heeft meegemaakt, is een understatement. In vogelvlucht: van drukwerkleverancier tot fullservice communicatiebedrijf. Natuurlijk ging dat niet vanzelf. Marc is er zelfs voor teruggegaan naar de schoolbanken en rondde in 1997 een post-hbo opleiding aan de Universiteit van Twente af. De grootste winst van die studie: het gedegen business plan dat nog altijd leidraad is voor het beleid. In dat plan staan de veranderingen nauwgezet omschreven. Zo werd Clabbers Drukkerij omge-



Jubilaris Marc Clabbers: 'Het gaat om veel meer dan het maken van drukwerk en print-producties alleen'

doopt naar Clabbers Grafische Communicatie, omdat de noemer 'drukkerij' de lading niet meer dekte. Maar Marc ging verder, hij nam in 1997 twee creatieve vormgevers in dienst. Een destijds revolutionaire beslissing, die in 2002 nog verder ging. Toen richtte hij het zelfstandig reclamebureau Pit Reclame op. Ook die strategische invulling stond opgetekend in het businessplan. Al snel bleek het onder één dak brengen van verschillende grafische en creatieve disciplines een lastige opgave. Dat toen Marc onder de noemer Shape-ict webdesigners in dienst nam, verder versterkte. Maar gaandeweg kwamen er nieuwe klanten, die de meerwaarde van kwaliteit in combinatie met creativiteit en het bie-

den van communicatie-totaaloplossingen meer waardeerden dan de prijs van drukwerk alleen. 'Vandaag de dag gaan we nog verder', zegt Marc Clabbers. 'We hebben zelfs marketing- en communicatiespecialisten op hbo/universitair niveau in dienst genomen om onze klanten te helpen met het opstellen en implementeren van hun marketing- en communicatiestrategie. Het gaat dus om veel meer dan het maken van drukwerk & printproducties alleen, dat is "slechts" één van onze activiteiten naast het ontwikkelen van de genoemde plannen, ontwerp & vormgeving, het maken van websites en - last but not least - klanten helpen succesvol om te gaan met social media. Alle namen voor de

verschillende disciplines zijn inmiddels geschrapt. Al onze dienstverlening gebeurt sinds vorig jaar onder één krachtige naam: Clabbers Communicatie.'

VERTROUWEN

Marc Clabbers, bepaald geen stilzitter, is in 2010 gestart met een nieuwe activiteit: Business Sociëteit Morgen. Doel is ondernemers met elkaar in gesprek te brengen, onder andere in de vorm van zogeheten 'Business Matchings' waarbij ondernemers in kleine gezelschappen in korte tijd hun verhaal kwijt kunnen. 'Het gaat om het winnen van vertrouwen', zegt Marc Clabbers. 'Dat zie je tijdens de Business Matchings ontstaan. Zeker voor ondernemers die niet



Het nieuwe gepersonaliseerde magazine van Business Sociëteit Morgen

gewend zijn om te netwerken, is dit een laagdrempelige manier om mee te doen. We streven naar minimaal honderd leden en zijn inmiddels over de helft. Om de bekendheid van Business Sociëteit Morgen te vergroten en ook als ledenbinding hebben we besloten, een eigen magazine uit te geven. Als naam hebben we bedacht "Aangenaam". Het eerste nummer is onlangs verschenen. Voor mij een uitgelezen moment om mijn veertigjarig jubileum wereldkundig te maken. Dat is behoorlijk gelukt. Natuurlijk ging "Aangenaam" over de activiteiten van "Morgen" en niet alleen over Clabbers. De coverstory was één van de artikelen, niet meer en niet minder. Wat opvallend was en veel respons opleverde, was de hoge graad van personalisering door het hele magazine. Het is een zeer persoonlijk exemplaar geworden, met zelfs een in beeldpersonalisatie uitgevoerde "prettige vakantie groet". We hebben de hele productie van het magazine in eigen huis uitgevoerd. Best een stevige klus. Het printen hebben we gedaan op onze nieuwste aanwinst, een Canon imagePress. Daarmee konden we

goed laten zien waar we allemaal toe in staat zijn en dat print nog altijd een belangrijke pijler in de communicatie is en blijft'.

OPVOLGING

In het artikel in 'Aangenaam' geeft Marc Clabbers, na veertig tropische grafische jaren, aan nog altijd ontzettend veel plezier te hebben in het leiding geven aan zijn communicatiebedrijf en alle ontwikkelingen op dat gebied alert te volgen. Wel vindt hij de leeftijd te hebben om het rustiger aan te gaan doen en samen met vrouw, dochters en hun partners en vier kleinkinderen te genieten van andere mooie dingen in het leven. Een belangrijke uitdaging die hem nog wel even bezighoudt, is de opvolging. Want Marc is terecht trots op de ontwikkeling van drukwerkleverancier tot fullservice communicatiebureau. Aan de continuïteit van Clabbers Communicatie is hem alles gelegen. Clabbers Communicatie 'still going strong', kopte het genoemde artikel. Zeer toepasselijk voor de sympathieke, gedreven Limburgse communicatieondernemer Marc Clabbers, aangenaam!



Het tabellarische kasboekje uit 1970 met de eerste klanten