



Investeren en netwerken

De beurs Paper & Convenience Show heeft inmiddels een goede naam opgebouwd. Als vakbeurs voor de kantoorartikelen, wenskaarten en kleinmeubelen vormt het evenement twee keer per jaar een even gezellige als nuttige gelegenheid om kennis te nemen van nieuwe ontwikkelingen, maar ook om te netwerken. Maar ook de beurs zelf blijft zich ontwikkelen.

OfficeMagazine sprak met Bas de Bruin, Project Manager VNU Exhibitions, over de veranderingen en kansen die de komende en volgende edities nog meer standhouders en bezoekers moeten – en zeer waarschijnlijk wel zullen – trekken.

In Rosmalen werden vanaf 2009, 5 edities van de Paper & Convenience Show gehouden. Maar de beurs wilde groeien, en in het Autotron was dat niet op een praktische manier in te vullen. Dus moest er worden gekeken naar een andere locatie waar die groei wel mogelijk was. En, zeker niet onbelangrijk, dat de beurs op dezelfde dagen zou kunnen plaatsvinden. Want er mocht natuurlijk geen overlap ontstaan met bijvoorbeeld de Paperworld in Frankfurt. De Bruin: “Want daar staan veel van onze leveranciers en er gaan ook aardig wat bezoekers van ons naartoe. Ga ik daar tegelijkertijd zitten, dan mis ik een aantal merken. Aan de andere kant, wat ik persoonlijk erg leuk vind, is dat er ook een groot aantal A-merken op Paper & Convenience staat.”

Uiteindelijk werd als nieuwe locatie gekozen voor de Brabanthallen in Den Bosch. De Bruin: “Of er nog andere

locaties werden overwogen? In principe kwam elke locatie in Nederland wel in aanmerking, maar je moet wel kijken wat bij het concept past en waar je graag naartoe wilt.” De projectmanager vervolgt: “We namen de stap naar de Brabanthallen mede omdat we daar met dezelfde mensen konden werken (van Libéma, red.). Maar ook omdat de verhuizing niet ver was. En ik moet zeggen, het is positief bevallen. Als je in de Brabanthallen binnenkomt, heb je meer het idee dat je op een beurs bent. Aan de andere kant had de intieme, gemoedelijke sfeer in het Autotron ook wel wat.”

Kleinere stands

Natuurlijk waren we ook benieuwd naar de veranderingen en nieuwe zaken die de komende editie worden ingevoerd. De Bruin: “Nieuw voor de komende editie van Paper & Convenience is dat we nu ook kleinere stands aanbieden. De doelgroep hiervoor is de kleinere winkel voor gifts, speelgoed en woonaccessoires. Er blijkt ook voldoende animo voor te zijn, we hebben al 20 aanmeldingen (medio augustus, red.).”

De Bruin merkt wel dat veel mensen nu aan het nadenken zijn over hoe groot de stand moet worden, hoeveel ze willen uitgeven



Bas de Bruin

aan een beursdeelname. “Maar daarmee gaan ze ook veel beter kijken naar wat ze moeten verdienen, wat hun doelstellingen zijn, wil ik het verdienen op een beurs of is het een marketinginvestering? Ze zijn er veel gericht mee bezig, en dat vind ik echt iets van deze tijd. Het is veel meer een bewuste beslissing. Bovendien wordt het vol in de agenda, er komen steeds meer beurzen en mensen moeten dan gaan kiezen. Wat dat betreft vormen de relatiedagen van Quantore in zekere zin een concurrent, al werken we heel intensief en prettig samen met Quantore. De grotere bedrijven moeten dan toch een keuze maken waar ze gaan staan. Ze willen dan eigenlijk voor de breedte van de markt kiezen, en dan heeft Paper & Convenience toch de voorkeur. Maar de vakhandel is toch je verkooppunt, dus je moet op de Relatiedagen staan. Dat is goed voor hun relatiebeheer, maar voor nieuwe klanten is de Paper & Convenience weer interessanter.”

Meer B2B

De Bruin gaat verder: “Bedrijven als Acco, Jalema en Fellowes komen nu voor het eerst op de beurs, en vanuit de markt is ook heel duidelijk aangegeven dat ze meer de B2B bezoeker op de beurs willen ontvangen. Dat is eigenlijk de nieuwe doelgroep die ze willen aanspreken, dat hebben we ook met Office World besproken. Zij hebben aangegeven dat Paper & Convenience het concept is waar zij zouden moeten staan. Dus we gaan nu onder de noemer Office Plaza de kantoorartikelen meer in de markt zetten en ook naar de B2B bezoeker gericht communiceren wie er eigenlijk allemaal staan. Je merkt dan ook dat we de komende editie het beste aanbod qua kantoorartikelen tot nu toe hebben.” De Bruin noemt een voorbeeld van die extra aandacht: Pen & Leather. “Wat we met de kantoorartikelen doen, gaan we ook met de leveranciers van pennen en lederwaren doen. Vooral bij de leveranciers van luxe pennen was het aanbod op de beurs vrijwel volledig, vooral in het najaar. Ze kennen elkaar heel erg goed, en ze hebben aangegeven dat ze meer bij elkaar wilden gaan staan. Ze wilden breder communiceren naar de inkopers toe. We willen

daar ook een activiteit gaan doen om te laten zien dat als cadeau een luxe pen vergeleken met een geurtje te weinig aandacht krijgt qua presentatie en zaken eromheen. Daar gaan we dit najaar ook op inspelen. Los van dat we met de verschillende leveranciers gaan kijken dat we de juiste doelgroep ontvangen.”

Natuurlijk worden op de beurs ook weer de Benelux Office Products uitgereikt. “Dat zal op maandag gaan plaatsvinden. Op de beurs organiseert Office World ook zijn ledenvergadering. En natuurlijk zal Sustainable Office er ook een presentatie hebben. Voor ons is het nog belangrijker omdat het voor de beurs een extra waarde oplevert als netwerkbijeenkomst, vandaar ook dat we de samenwerking erg belangrijk vinden. Ik werk dan ook graag samen met Quantore, Spicers en Hameco. Voor de toekomst willen we de samenwerking met die partners nog verbeteren en kijken hoe we dit platform nog beter kunnen laten aansluiten op de wensen vanuit de markt.”

Cursussen

Wat nog niet alle leveranciers weten, is dat VNU ook cursussen organiseert voor standhouders. “Die standbemanningstraining wordt gegeven door Sales and Pepper. We werken al een aantal jaren met hen, en met succes. Dat was zo’n succes dat we daar VNU-breed naar zijn gaan kijken en dat heeft geleid tot de Exhibitions Academy. Die cursussen waren zo’n succes dat er een vervolg is gecreëerd: de Workshop Marathon. Je zou inderdaad kunnen zeggen dat we streven naar een professionalisering van de markt, dat is voor ons ook de toegevoegde waarde. Naast de Workshop Marathon hebben we ook de Masterclass, die is gericht op exposanten die het al goed doen, maar het nog beter zouden kunnen doen. Die helpen we dan om wat meer strategisch te kijken. Beursdeelname moet een investering zijn.”

De najaarseditie van de Paper & Convenience Show vindt plaats van 23 tot en met 25 september. Meer info: www.paperconvenienceshow.nl