



Expansie AlbumPrinter

## Fabrikant fotoboeken waagt opnieuw sprong naar complexe Duitse markt

9 juli 2010 | Het Financieele Dagblad

Door: Koopman, B.C.

Bert Koopman

Amsterdam

Kleine ergernissen leiden soms tot mooie technologiebedrijven. Internetondernemer Hans Veldhuizen kocht tien jaar terug een digitale camera. Het irriteerde hem dat hij zijn foto's alleen op zijn pc kon zetten.

Dat moest anders, vond hij. Veldhuizen liet software ontwikkelen om de digitale foto's in boekvorm te kunnen afdrukken. Geen sinecure. Maar in 2003 ging AlbumPrinter dan toch van start. Het bleek een voltreffer.

De software is goed uitontwikkeld voor gebruikers die geen of weinig verstand hebben van beeldbewerken. Handig is de standaard ingebouwde mogelijkheid om de foto's automatisch te optimaliseren.

Op de zakelijke markt is AlbumPrinter (125 medewerkers, omzet euro 30 mln), na marktleider Cewe Color (AH, Kruidvat) de grootste partij. Het bedrijf heeft klanten als Wehkamp, de Bijenkorf en Tesco. Op de consumentenmarkt is AlbumPrinter met het merk Albelli na de Hema en Kruidvat de derde partij. Tot zover Nederland.

Albelli wil de Duitse consumentenmarkt veroveren, nadat eerdere pogingen daartoe de afgelopen jaren op niets waren uitgelopen. Dat kwam toen door gebrekkig marktonderzoek en het ontbreken van een lokale partner. Algemeen-directeur Kees Arends (50) - aangetreden in april vorig jaar - moet dit avontuur in goede banen leiden.

Kees Arends is de opvolger van Joris Keijzer, onder wiens bewind AlbumPrinter in 2008 door adviesbureau Deloitte werd uitgeroepen tot snelst groeiende technologieonderneming in Nederland en België. Maar winst bleef in die tijd nog achterwege. 'Groeï was de belangrijkste doelstelling.'

Vorig jaar kwam Van den Ende & Deitmers aan boord. Deze verschaffers van risicodragend kapitaal namen een belang van 30% in AlbumPrinter - ongeveer even groot als de participatie van oprichter Hans Veldhuizen. Arends behoort, met enkele anderen, tot de overige aandeelhouders.

Hij wil vooral 'focus' aanbrengen: voorheen werd de Duitse markt bewerkt vanuit Amsterdam, onder meer door een samenwerking met mediabedrijf Bild.de. Dat gaat nu anders. Grootaandeelhouder Van den Ende & Deitmers koppelde hem aan de Duitse internetondernemer Thomas Falk (31) van venturecapitalist eValue.

AlbumPrinter start 1 augustus een joint venture met Falk om de Duitse consumentenmarkt te veroveren, waar Aldi en Schlecker grote spelers zijn. Dat gebeurt vanuit Düsseldorf met een Duits team, dicht op de Duitse consument.

'Foto's en fotoboeken zijn vooral emotie' vertelt Arends. 'Je moet in de huid kruipen van de consument.' Arends wil binnen vijf jaar in Duitsland een marktaandeel hebben van 10%. Hij mikt vooral op loyale klanten.

Samenwerken met een lokale partij is volgens Arends het beste recept. Falk, die diverse internetondernemingen runt, kent de Duitse e-commercewereld goed. Arends schat de waarde van de Duitse groeiemarkt voor digitale fotoboeken op euro 200 mln. Ruim 60% van de huishoudens maakte niet eerder albums met digitale foto's.

Marktleider Cewe Color bedient vooral de zakelijke markt (Aldi, Schlecker). Albelli stuurt de fotoboeken rechtstreeks van de fabriek op Ypenburg naar de Duitse klant. Het prijskaartje varieert van euro 4,95 tot euro

149,95 per album. Arends wil met uitgekiende online marketingcampagnes misverstanden wegnemen: 'Digitale fotoboeken maken is niet ingewikkeld, niet tijdrovend, niet duur.'

De Duitse markt, die dit jaar euro 2 mln moet opleveren, is versnipperd. Er zijn ruim honderd webwinkeliers actief in digitale fotoalbums. Het gevaar is dat dit zal leiden tot een prijzenslag ten koste van aanbieders in het hogere segment zoals Albelli.

Daarnaast heeft Nederland qua internetgebruik een duidelijke voorsprong op Duitsland - de grootste markt van Europa. Nederlandse internetbedrijven die oostwaarts willen expanderen zullen daar rekening mee moeten houden door zich aan te passen.

Vóór zijn komst bij AlbumPrinter - op verzoek van Van den Ende & Deitmers - bouwde Nyenrode-man en serie-ondernemer Arends diverse bedrijven in sectoren als organisatieadvies, openbaar vervoer (Arriva), outsourcing en retail.

Hij is het prototype van de hands-on manager. Een man met een directe en intensieve betrokkenheid bij het reilen en zeilen van de onderneming. 'Ik wil het bedrijf kunnen snappen en begeef mij regelmatig op de bedrijfsvloer.'

Arends zet graag het beeld neer van een Hollands gloriebedrijf. Geen outsourcing van softwareontwikkeling en productie, maar eigen maakindustrie. Een hypermoderne fabriek op de oude landingsbaan van Ypenburg. Het bedrijf investeert in de periode 2010-2015 ruim euro 10 mln in professionalisering van installaties. De productiecapaciteit bedraagt 2,5 mln producten per jaar.

Het hoofdkwartier van AlbumPrinter bevindt zich in de Zilveren Toren bij het station Amsterdam Centraal. Daar wordt de strategie voortdurend aangescherpt. Zo timmert een modern technologiebedrijf aan de weg met een oeroud medium: het fotoalbum.

WK-koorts

Oranje bediend

Bondscoach Van Marwijk, die het jammer vindt dat hij niets meekrijgt van de WK-koorts in Nederland, wordt op zijn wenk- en bediend. Albelli vroeg aan 300.000 klanten Oranjefoto's in te sturen. Een fotoboek van 400 pagina's wordt zaterdag in 30 exemplaren naar Johannesburg gevlogen en uitgereikt aan de Nederlandse equipe. In de KLM-business class worden aan de overige passagiers verkorte versies van dit boek uitgereikt.

Directeur Kees Arends van AlbumPrinter. Samenwerking met Duitse partij is volgens hem het beste recept voor succes.

E-commerce Handelsbelemmeringen te over

Nederland laat zich voorstaan op een gunstig fiscaal klimaat voor het internationale bedrijfsleven. Maar vreemd genoeg vallen boeken onder het lage btw-tarief (6%) en fotoboeken onder het hoge (19%), zo blijkt uit een besluit van staatssecretaris Jan Kees de Jager van 4 januari 2010.

Wat zegt de Belastingdienst? 'Of een drukwerk als 'boek' in de zin van het verlaagde tarief kan worden aangemerkt dient naar spraakgebruik te worden beoordeeld', zegt persvoorlichter Sharon Bartels. 'Daarbij spelen omvang, inhoud en verschijningsvorm een rol. 'De inhoud dient voor iedere afnemer gelijk te zijn. Maar bij fotoboeken is de inhoud uitsluitend bestemd voor de betreffende afnemer.'

In Duitsland geldt - net als in België (6%) - het lage btw-tarief (7%). Wel zijn er andere handelsbelemmeringen bij de oosterburen, zegt sectorbankier media en technologie Menno van Leeuwen van ABN Amro. 'Circa 98% van de online shoppers geeft de voorkeur aan een Duitse webshop. Slechts 16% van deze groep koopt online producten uit andere Europese landen. Samenwerken met een lokale partner is dus slim.'

Van Leeuwen zegt ook dat Duitsland dertig online betalingssystemen kent. 'Deze versnippering kan snelle groei op de Duitse markt in de weg staan.' Allemaal handelsbelemmeringen waardoor e-commerce in Europa nog altijd een bescheiden rol speelt. Een eerder deze week verschenen EU-rapport bevestigt dit nog eens.

[Copyright \(c\) 2010 Het Financieele Dagblad](#)

---

#### Gerelateerde artikelen

21-07 **Winkelketens zetten huisklevers onder druk**

---

**Gerelateerde artikelen**

21-07	<b>Met gebalde vuisten aan tafel</b>
21-07	<b>Huismerkfabrikanten slaan alarm</b>
14-07	<b>Dealer kiest voor eigen dochters en breekt met 'oudemannencultuur'</b>
09-07	<b>Albumprinter waagt opnieuw sprong naar Duitse markt</b>

**Meta-data**

Katern/Bijlage	<a href="#">Het Financieele Dagblad</a> , vrijdag 09 juli 2010
Pagina	<a href="#">Entrepreneur</a> (pag. 10)
Rubriek	Expansie AlbumPrinter
Auteur(s)	<a href="#">Koopman, B.C.</a>
Sectoren	<a href="#">detail-/groothandel</a> ; <a href="#">e-retail</a>
Personen	<a href="#">Arends, K.</a> ; <a href="#">Falk, T.</a> ; <a href="#">Keijzer, J.</a>
Trefwoorden	<a href="#">EU fiscale aspecten</a> ; <a href="#">Interview</a> ; <a href="#">belastingen</a> ; <a href="#">expansie</a> ; <a href="#">omzetbelastingen</a>

**REACTIES** 0 van 0