



DEEL ONLINE

PRINTPLATFORM MET PERSOONLIJKE SERVICE

Drukwerk heeft bijna altijd een deadline: een beurs wacht niet, de datum voor een bedrijfsevenement staat vast. Leverbetrouwbaarheid is daarom essentieel voor leveranciers van drukwerk. Print.com biedt dat. "Afspraak is afspraak."

Het onlineprintplatform Print.com richt zich vooral op de professionele markt: reclamebureaus, ontwerpers, drukkerijen en grotere organisaties, bijvoorbeeld centrale marketingteams binnen franchisebedrijven. Via het onlineplatform hebben klanten toegang tot een bijna oneindig assortiment communicatiemiddelen, van buitenreclame en POS tot verpakkingen, kleding en relatiegeschenken. Voor grote merken ontwikkelt het bedrijf ook brandportals: afgeschermdes webshops waarin medewerkers van vestigingen goedgekeurde materialen aanvragen. Daarnaast bedient Print.com een groeiend aantal brands die volautomatisch via API's bestellen, zoals Domino's Pizza, Fletcher en Transavia. Ook distributie en fulfilment behoren tot de dienstverlening.

PERSOONLIJK CONTACT

De technologie moet bestellen eenvoudig maken, maar de service is niet volledig geautomatiseerd. Professionele klanten plaatsen soms honderden orders per jaar, vaak voor beurzen, festivals of bedrijfsevenementen. "Drukwerk heeft altijd een deadline", zegt Marco Aarnink, oprichter en CEO van Print.com. "Klanten willen daarom naast een scherpe prijs een vaste contactpersoon die bereikbaar is wanneer een order afwijkt of haast heeft."

LOKALE TEAMS

Voor de leverzekerheid combineert Print.com circa 250 productiepartners met eigen capaciteit. Na verschillende overnames beschikt het bedrijf over een productielocatie van 25.000 m² in Groningen en een textieldrukker in Kampen. Niet alles hoeft daar

te worden gemaakt: lokale partners blijven nodig voor specialistische producten en kunnen transportafstanden beperken. Aarnink: "We bedienen klanten in heel Europa. Dat kan alleen met lokale teams en logistieke en productiepartners."

INTERNATIONALE GROEI

De internationale groei past in dat model. Print.com is actief in negen landen en heeft

in zes daarvan een eigen verkoopkantoor. Orders uit verschillende markten kunnen op één drukvel worden samengevoegd. Aarnink vergelijkt dat met een vliegtuig dat zo vol mogelijk vertrekt: een beter gevulde productieronde verlaagt de kosten en beperkt verspilling. Met die aanpak is het platform in enkele jaren uitgegroeid naar een omzet van rond de 100 miljoen euro in 2026. "Wij maken het bestellen van communicatiemiddelen makkelijk en toegankelijk", aldus Aarnink. "Zo houden marketeers en designer meer tijd over voor creativiteit." <



Marco Aarnink

“WIJ MAKEN HET BESTELLEN VAN COMMUNICATIEMIDDELEN MAKKELIJK EN TOEGANKELIJK