

“Cross-media gaat enorm groeien”

Gepubliceerd op 29 November 2005 - Noord Hollands Dagblad

Zaandam - Onder reclamecampagnes in de dancewereld staat zijn naam. Maar ook cafés en vastgoedbedrijven deden al een beroep op zijn grafische en technische kennis. Het bedrijf Artform Media van Ken van den Broek (21) floreert nu de internethype voorbij is. De Alkmaarder vertelt over zijn bedrijf, de branche en de verwachtingen.

Op de basisschool was ik al bezig met strips tekenen. Ik deed havo met grafische vakken en op mijn vijftiende ging ik naar het Grafisch Lyceum in Amsterdam. De opleiding leek me geweldig. Ik was veruit de jongste, de meesten waren 18 tot 21 jaar. Sommige docenten zeiden dat ik het niet zou halen, maar ik ben er doorheen gevlogen.

Van den Broek kreeg er handigheid in audiovisuele technieken, grafische vormgeving en website- en databasebeheer en liep stage bij diverse bedrijven. Bovendien rolde hij via via de dance-scene binnen, waar hij ingeschakeld werd voor het maken van flyers voor feesten en werkte voor partyscene.nl. Via een stage van een half jaar bij Qi-Ideas maakte hij kennis met het maken van grote campagnes voor grote bedrijven als Heineken en Schiphol.

Portfolio - Zo had hij dus al meteen een aardige portfolio na zijn afstuderen en had hij de mogelijkheid om een eigen bedrijfje op te zetten. Ruim twee jaar geleden ging Artform Media van start in het ouderlijk huis in Alkmaar. Nu huist hij op een ruime bovenverdieping op industrieterrein De Kleine Tocht in Zaandam, waar de verwarming en twee computers loeien en her en der posters, flyers en ander reclamewerk rondslingeren.

Voor een eenmanszaak heeft Van den Broek een breed palet aan diensten. Artform Media ontwerpt advertenties en flyers voor gedrukte media en internet, maar ook visitekaartjes en cd-roms. Verder ontwerpt de Alkmaarder websites en verzorgt huisstijlen voor bedrijven. “Mijn grote liefde ligt bij het bedenken en vormgeven van reclamecampagnes voor zowel online als offline media. Maar ook het ontwikkelen van internetapplicaties, zoals websites met database, heeft mijn grote interesse. Ik doe zelf ook veel aan vormgeving, van websites maar ook van drukwerk. Maar er ligt nu heel veel werk in database-gestuurde applicaties. Nieuwsbriefsystemen, content management systemen, het uitlezen van gegevens op internet, dat soort dingen. Dat is heel populair aan het worden. Je geeft je bijvoorbeeld op via een website en krijgt dan de informatie via de mail.” En niet alleen in het opzetten van zulke systemen zit veel werk, ook in onderhoud en up to date houden.



Verder constateert Van den Broek dat er veel vraag is naar de technische kant van het opzetten van websites. “De toekomst zit volgens mij in XML-flash-applicaties. Flash kennen we van dynamische websites, XML is een besturingssysteem daarvoor. Ik ben me daar behoorlijk in aan het verdiepen, je moet goed bijblijven. De wereld verandert snel.”

Van den Broek heeft gemerkt dat veel bedrijven de afgelopen jaren flink gekort hebben op hun reclame-budget. “Er is veel minder geïnvesteerd in reclamevoering. Dat heeft te maken met de zwakke economie, maar ook met de opkomst van internet. Ik merk nu dat veel bedrijven toch weer flink bezig zijn met offline-marketing: advertenties, nieuwsbrieven, flyers, reclamewerk. Een bedrijf moet altijd met reclame bezig zijn, dat is essentieel.”

Shake-out -Toetreden op de webdesignersmarkt is tamelijk makkelijk. Investeringsen zijn nauwelijks nodig. “Er is erg veel concurrentie in deze markt. Een jaar of zes geleden is een echte hype ontstaan. Veel jongeren zijn met een eigen bedrijf websites gaan maken, vaak op een amateuristische manier. Maar de laatste paar jaar is er een behoorlijke shake-out geweest. De goeie bedrijven zijn overgebleven.”

“Het is dus best moeilijk om aan nieuwe klanten te komen. Je moet zorgen dat je op internet makkelijk te vinden bent. Veel mensen zoeken met Google. Ik ken bedrijven die de zoekmachine beïnvloeden door overal hun naam op websites te krijgen en te zorgen dat Google die vindt. Gelukkig wordt dat nu aangepakt.”

Zelf heeft hij niet over klandizie te klagen; projecten genoeg. “Ik denk er hard over om me te gaan specialiseren. Ik denk er niet zo gauw aan om mensen in dienst te nemen. Dat is toch een zeker risico, ik hoorde onlangs iemand van wie de medewerker langdurig ziek is geworden. Dat is erg vervelend voor een klein bedrijf. Ik heb wel net een half jaar lang een stagiair gehad van het Grafisch Lyceum, dat beviel goed maar ik wil nu even wachten voor ik er weer een kan hebben. Je moet altijd maar afwachten of de stagiaire voldoende inzet heeft. Ik verwacht veel van stagiaires, het is geen 9-5 werk! Wij staan toch een beetje bekend als de luie generatie.”

Van den Broek zoekt het liever in freelancers en joint ventures. “Ik werk heel veel samen met andere kleine bedrijven uit de buurt, zoals dat van Bas van den Broeke uit Alkmaar, nee geen familie, we zijn samen afgestudeerd en doen veel projecten met zijn tweeën. En Sierra240 uit Akersloot. We hebben elk onze specialiteiten.”

Welke ontwikkelingen zijn er gaande in de branche? “Ik zie de cross-media enorm groeien. Een koppeling van internet en mobiele telefonie vooral. Nieuws en andere content op je mobiel, internetgestreamed. Daarom zullen veel bedrijven bezig gaan of zijn om hun marketing volgens één huisstijl te laten lopen, online en offline wordt hetzelfde concept toegepast. Bij grote bedrijven zie je dat nu al.”

De website van Artform Media is te vinden op www.artform.org.