



JULI 2023
ISSUE 13

IN STORE



**End-to-end
oplossingen voor
jouw instore
promotie**

**Creatief
met Artificial
Intelligence
en ChatGPT**

INSPIRATIEMAGAZINE

holbox 
next generation displays

Vang de z☀merse vibe:

verrassende winkeldisplays
voor een warme
seizoensbeleving!



holbox 
next generation displays



- 4** Onze nieuwbouw in Roermond gaat voor BREEAM EXCELLENT!
- 6** Onze weg naar maximale duurzaamheid
- 8** 2500 zonnepanelen op het dak van de Holbox nieuwbouw in Roermond
- 11** Kies voor next generation displays!
- 12** Van een klein pakketformaat tot een krachtige display - 2 Second Foldable Shop Display
- 14** TOP 12 Shopper Marketing Trends 2023
- 16** Terugblik EuroShop 2023
- 18** Ontdek de kracht en creativiteit van reboard karton
- 20** Klant aan het woord
- 21** The Next Generation bezoekt nieuwe locatie in Polen
- 22** End-to-end oplossingen voor jouw instore promotie
- 24** Kwaliteit: de essentie van Holbox
- 26** Innovatieve displays die verwonderen
- 28** Creatief met Artificial Intelligence en ChatGPT
- 32** Vouwmeesterschap in actie: de creatieve wereld van display design bij Holbox
- 34** CO₂-voetafdruk Europese kartonsector daalt met 24%
- 35** Colofon

VOORWOORD

In deze uitgave van ons Instore Magazine nemen we je mee op een opwindende reis vol ontwikkelingen! Maak kennis met de vooruitgang van onze nieuwbouw, werp een blik in de toekomst en ga met ons mee naar Polen.

De transformatie van onze nieuwbouw gaat razendsnel! Waar je in de vorig editie nog voornamelijk een zandvlakte zag, staat nu bijna een volledig gebouw! Ontdek hoe ons nieuwe pand ons in staat stelt om onze visie te verwezenlijken en ons bedrijf naar nieuwe hoogten te brengen.

We kunnen niet genoeg benadrukken hoe essentieel kunstmatige intelligentie (AI) inmiddels is geworden in ons dagelijks leven. In deze editie geven we Gen Z het woord om te praten over de nieuwste doorbraken en toepassingen van AI en hoe deze technologie ons helpt om efficiënter te werken en unieke klantervaringen te creëren.

Ik hoop dat dit magazine je zal inspireren en informeren. Samen zullen we de toekomst vormgeven, gedreven door innovatie en passie. Veel leesplezier en welkom in de wondere wereld van Holbox!

Martijn Hol





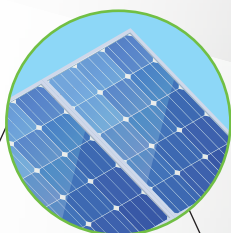
Onze nieuwbouw in Roermond gaat voor BREEAM EXCELLENT!

Volgens planning en naar verwachting zal de nieuwbouw van Holbox in Roermond in 2024 na voltooiing de duurzaamheidscertificering “BREEAM Excellent” toegekend krijgen.

“DE NIEUWBOUW VAN HOLBOX IN ROERMOND ZAL EEN INSPIREREND VOORBEELD ZIJN VAN HOE DUURZAAMHEID EN ZAKELIJK SUCCES HAND IN HAND KUNNEN GAAN”



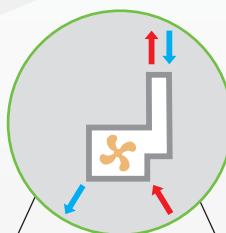
BREEAM staat voor Building Research Establishment Environmental Assessment Method, een internationaal erkende beoordelingsmethode voor duurzaamheidsprestaties van gebouwen. Het BREEAM Excellent certificaat geeft aan dat een gebouw niet alleen energie-efficiënt is, maar ook bijdraagt aan een goede gezondheid en het welzijn van de werknemers. Niet in de laatste plaats is hierbij ook de impact op het milieu van belang.



Zonnepanelen



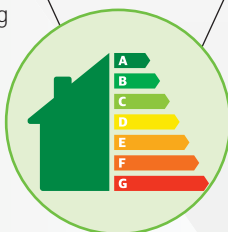
Automatische verlichting



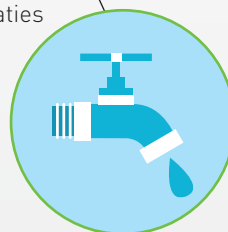
WTW-installaties



Witte dakbedekking en witte binnenwanden



Beste isolatie



Waterbesparende kranen

Om het BREEAM Excellent certificaat te behalen, moet de nieuwbouw van Holbox voldoen aan strenge duurzaamheidscriteria. Het gebouw zal daarom onder andere beschikken over:

- ✓ Eigen energievoorziening door middel van (in de eerste fase 2500) zonnepanelen op de dakconstructie.
- ✓ Een witte dakbedekking en witte binnenwanden voor optimaal licht en klimatisatie.
- ✓ Automatisch verlichting tot 500 lux, waarbij zonegewijs gedimd wordt op basis van omgevingslicht. Hierbij worden ook bewegingen gedetecteerd en het licht gedimd in bijvoorbeeld fabrieksruimtes waar weinig beweging is.
- ✓ Isolatie met de hoogste isolatie waarden.
- ✓ WTW-installaties met afzuiging en warmteterugwinning door recirculatie.
- ✓ High tech waterbesparende kranen.

Na de realisatie van de nieuwbouw zal een BREEAM inspectie plaatsvinden, worden er nog eventuele verbeteringen op basis van aanbevelingen gedaan, om dan spoorlags het begeerde BREEAM Excellent certificaat te verdienen.

Het behalen van het BREEAM Excellent certificaat biedt tal van voordelen voor Holbox en haar medewerkers. Het creëert een duurzaam imago voor het bedrijf met een positieve impact op branding en klantperceptie. Het gebouw zal energie-efficiënt zijn, wat resulteert in lagere energiekosten. Bovendien wordt een gezonde werkomgeving aangeboden met voldoende ventilatie, daglicht en thermisch comfort. Dit zal het welzijn en de activiteiten van de medewerkers bevorderen. Het gebouw zal ook rekening houden met milieueffecten en ecologie, zoals het minimaliseren van afval, uitsluitend gebruik van duurzame materialen en het bevorderen van lokale biodiversiteit.

“DOOR GROEN TE INVESTEREN BEKRACHTIGT HOLBOX HAAR BETROKKENHEID BIJ HET MILIEU EN HET WELZIJN VAN HAAR MEDEWERKERS”

Met de nieuwbouw in Roermond streeft Holbox ernaar om een kantoor- en productiegebouw te realiseren, dat voldoet aan de hoogste duurzaamheidsnormen van BREEAM. Nog milieubewuster en toekomstgericht! Door groen te investeren bekrachtigt Holbox haar betrokkenheid bij het milieu en het welzijn van haar medewerkers. Tegelijkertijd worden er kostenbesparingen en een voorsprong op de concurrentie gerealiseerd. De nieuwbouw van Holbox in Roermond zal een inspirerend voorbeeld zijn van hoe duurzaamheid en zakelijk succes hand in hand kunnen gaan. [\[\]](#)

Onze weg naar maximale duurzaamheid

Met veel plezier brengen we jullie op de hoogte van de laatste ontwikkelingen omtrent ons bouwproject op de nieuwe locatie in Roermond.

Bouw van de mezzanine

Gelijktijdig met de staalconstructie is ook de bouw van de mezzanine begonnen. Deze tussenverdieping, die niet de gehele oppervlakte beslaat, zal verschillende functies vervullen, waaronder de productie van onze webshop Holbox Shop Direct. De voortgang verloopt razendsnel en spoedig zullen we de volgende fase inluiden: de bouw van het dak. Het eindresultaat komt steeds dichterbij!



Storten van de betonvloer en montage stalen constructie

In maart is het project van start gegaan met de storting van de betonvloer voor de laaddocks, waarmee het fundament werd gelegd. Sindsdien is de montage van de stalen constructie in volle gang en begint langzaam maar zeker de vorm van het pand zichtbaar te worden. Dit proces is uitermate fascinerend om te aanschouwen!



Beplating zijwanden en dak

De nieuwbouw heeft een belangrijke mijlpaal bereikt, het team is onlangs gestart met de beplating van de zijwanden en het dak. Een cruciale fase in het bouwproces, omdat het gebouw na deze fase helemaal dicht is en we over kunnen gaan naar de volgende fase; de binnenkant!

Bouwboard

En als teken van onze aanwezigheid op deze nieuwe locatie hebben we het bouwboard geplaatst. Nu kan iedereen zien dat wij ons hier gaan vestigen.

Blijf op de hoogte van de ontwikkelingen en volg de realisatie van onze nieuwbouw op onze website:

HOLBOX VERHUIST VAN
ECHT NAAR ROERMOND.





2500 zonnepanelen op het dak van de Holbox nieuwbouw in Roermond

We spraken met Yvo Hoppers, Operationeel Directeur van New Energy Systems, verantwoordelijk voor de installatie van zonnepanelen bovenop de snel vorderende nieuwbouw van Holbox in Roermond.

“MET DEZE
HOOGWAARDIGE
ZONNEPANELEN
KUNNEN JULLIE
STRAKS JE
EIGEN ENERGIE
OPWEKKEN
EN ZELFS EEN
OVERSCHOT
BEHALEN”

Yvo begint zijn verhaal met een introductie over het bedrijf waar hij werkzaam is. “New Energy Systems is een bedrijf dat zich al 15 jaar bezighoudt met duurzame energie van klanten. Met een team van inmiddels 100 personen installeren we zonnestroomsystemen voor zowel particuliere als zakelijke klanten,

waaronder MKB, grootschalige bedrijven en de Agro-sector. Naast zonnestroomsystemen bieden we ook warmtepomp- en EMS-systemen (Energy Management System) aan. Op de zakelijke markt worden zo innovatieve oplossingen aangeboden vanaf circa 50 panelen, zoals recent bij een klant met een systeem van 4,7 megawatt bestaand uit duizenden panelen.”



Directie New Energy Systems v.l.n.r.:
Peter Debije (commercieel directeur),
Yvo Hoppers (operationeel directeur) en
Nico Eurelings (technisch directeur)

Voor Holbox wordt fase 1 van het zonnepanelenproject gestart met ongeveer 2500 zonnepanelen op het dak. Er is overleg geweest tussen Holbox en New Energy Systems om de technische specificaties en de beste oplossingen te bepalen. New Energy Systems staat garant voor de engineering en kiest voor hoogwaardige zonnepanelen, zoals JA Solar*, om de klanttevredenheid te garanderen en problemen te minimaliseren.

Yvo legt uit, dat het doel is om met de zonnepanelen de nieuwe bedrijfslocatie van Holbox volledig zelfvoorzienend te maken, zowel het kantoor- als het fabrieksgedeelte. "Dit betekent dat Holbox straks eigen energie kan opwekken en het overschot kan terugleveren door het teruglevercontract. De installatie van zonnepanelen past binnen de bredere groene visie van Holbox met de focus op maximale duurzaamheid en een kleinere CO₂-voetafdruk."

De zonnepanelen vormen letterlijk de bron van de energievoorziening van Holbox. Voor alles wat daarop volgt, heeft Yvo aan tafel gezeten met het technische engineering team en projectleider, waarbij aspecten als hoofd- en onderverdeeldkasten, installatie van batterijcontainers voor overtollige energie, mogelijkheden voor terug leveren aan het net en een Holbox laadplein aan de orde zijn gekomen. Yvo benoemt in deze context ook het EMS-systeem (Energy Management System), waarmee het beheer van de energieopwekking en het gebruik efficiënt kan worden gemanaged. In volgende uitgaven van INSTORE magazine komen we hierop terug.

Met het doel om groene energie op te wekken en daarmee als bedrijf zelfvoorzienend te worden, zet Holbox maximaal in op duurzaamheid. "Dus eigenlijk voor de geplande situatie, zoals de nieuwbouw nu voorzien is, kunnen jullie selfsupporting worden, binnen bepaalde grenzen natuurlijk", aldus Yvo. "Maar over vijf jaar zal de wereld er weer heel anders uitzien, waarvoor mogelijk een fase 2 nodig is."

"Er zijn veel bedrijven actief met het installeren van zonnestroomsystemen," vervolgt Yvo, "wij onderscheiden ons, omdat we het hele traject van A tot Z begeleiden. Hierbij staan onze twee pijlers, veiligheid en kwaliteit, niet ter discussie."

"DAT BELOOFT EEN GROENE ÉN ZONNIGE TOEKOMST VAN HOLBOX EN HAAR STAKEHOLDERS!"

Het gesprek met Yvo Hoppers benadrukt het belang van samenwerking tussen verschillende partijen bij duurzaamheidsprojecten. Door gezamenlijk te kijken naar de beste oplossingen en efficiënte installaties te realiseren, kunnen kosten worden beheerst en investeringen worden terugverdiend. ▢

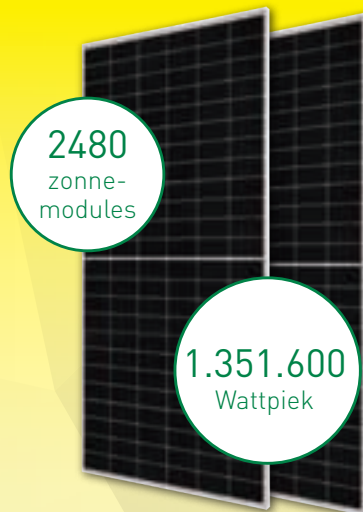
*TECHNISCHE INFO

2480 zonnemodules
fabricaat JA Solar,
type JAM72S30-545/MR

Totaal vermogen: 1.351.600 Wp
*(Wp of Wattpiek is het vermogen van
fotovoltaïsche cellen om zonne-energie
in elektriciteit om te zetten.)*



ER IS EEN
JAAROPBRENGST
VAN BIJNA
1,2 MEGAWATT UUR



Kies voor next generation displays!

Maak een duurzame keuze:



✓ **ECO-design**

Bij het ontwerpen van displays houden we er rekening mee dat we het materiaal zo optimaal mogelijk benutten en kijken we naar hoe we minder displayonderdelen kunnen ontwikkelen voor een net zo sterke display.



✓ **Plasticvrij design**

Onze displays worden altijd ontworpen vanuit een plasticvrij standpunt. We voegen waarde toe aan onze producten door het optimaal benutten van onze creativiteit en uitgebreide technische kennis. Door gebruik te maken van duurzame materialen creëren we het beste duurzame eindresultaat.



✓ **Bio-inkten**

Tijdens ons productieproces maken we gebruik van oplosmiddelvrije drukinkten, oftewel bio-inkten. Deze inkten voldoen aan strenge duurzaamheidscriteria omdat de grondstoffen, zoals plantaardige oliën, onbeperkt herplantbaar zijn.



✓ **Migratievrije lak**

Kies voor een milieuvriendelijke lak op waterbasis die biologisch afbreekbaar is. Deze lak zorgt ervoor dat er geen schadelijke stoffen vrijkomen.



✓ **Dubbele dispersielak**

Dispersielak is een uitstekend alternatief voor laminaat. Het geeft drukwerk een prachtige uitstraling en is tevens milieuvriendelijker en biologisch afbreekbaar waardoor het in de papiercontainer kan worden weggegooid.



✓ **FSC® en PEFC gecertificeerd**

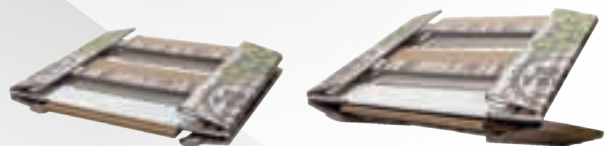
Duurzaam bosbeheer is van cruciaal belang, zowel in het heden als voor de toekomst. Om grootschalige ontbossing tegen te gaan, is het essentieel om te kiezen voor duurzaam bosbeheer. Daarom zijn al onze materialen gecertificeerd met de twee belangrijkste keurmerken, namelijk FSC en PEFC. Deze keurmerken tonen aan dat onze producten afkomstig zijn uit duurzaam beheerde bossen. Op deze manier dragen we bij aan het behoud van onze waardevolle bossen. □



Van een klein pakketformaat tot een krachtige display



Scan de
QR-code





Met de 2 Second FOLDABLE SHOP Display heb je een krachtige presentatieoplossing in handen. Deze display kan gemakkelijk worden meegenomen als een compact pakket en laat zich in één soepele beweging ontvouwen tot een volwaardige display op winkelvloer.

Het slimme ontwerp zorgt voor een stevige constructie met een indrukwekkend draagvermogen van maar liefst 25 kg. per tray.

Of je nu kiest voor plaatsing op winkelvloer of op een pallet, deze display staat z'n mannetje.

Patentnummer: EP 3 586 684



TOP 12 Shopper Marketing Trends 2023

Hoewel ik geen kristallen bol heb die ons precies vertelt wat 2023 voor ons, als shopper marketeers, in petto heeft, kijk ik toch graag vooruit naar de belangrijkste trends en ontwikkelingen om een glimp om te vangen van wat ons te wachten staat en als shopper marketeers bezig houdt/zal houden. De 'digitale geest' is in ieder geval uit de fles en helpt de retail wellicht terug te keren naar het nieuwe 'normaal'.

Edward Nieuwland | ISMI

01

Fysieke winkels worden “ervaringswinkels” in plaats van de traditionele rol van winkels

Het bieden van unieke memorabele winkelervaringen die elementen van zowel de digitale als fysieke wereld combineren zijn de uitdaging in deze 'store design shift'. 'Experiential' retail is in een aantal branches de oplossing.

02

Millennials en Gen Z zijn geneigd te winkelen volgens hun persoonlijke waarden

Voorals Gen Z'ers zullen merken en retailers onder druk blijven zetten om actie te ondernemen voor zaken waarin ze geloven. Met name merken en retailers die een sterk standpunt innemen op het gebied van klimaatverandering, rassen- en geslachtsgelijkheid én betaalbaar onderwijs worden geprezen.

03

Personalisatie schittert in alle onderdelen van de shopper journey

On-demand personalisatie breidt zich steeds verder uit naar alle facetten van ons b2s domein. Dit wordt verder verfijnd naarmate nieuwe technologieën shoppers meer controle geven wordt. Succesvolle merkfabrikanten en retailers zetten technologie alleen in als middel en nooit als doel op zich.

04

Investerings in Shopper Experience Management Platforms (SEMP) stijgen

Op dit moment is het niet (!) de uitdaging om in te breken in het e-commercekanaal maar gaat het erom ervoor te zorgen dat shoppers naadloos kunnen overstappen van fysieke naar online én persoonlijke kanalen en weer terug, met zo min mogelijk moeite.

05

Merkfabrikanten en retailers heroverwegen hun benadering van empowerment van werknemers

In de afgelopen jaren waren gesprekken over empowerment van werknemers in retail vooral gericht om werknemers te helpen klanten beter van dienst te zijn, in 2023-2025 wordt dat een benadering die het maximaliseren van het bestaande personeelsbestand in evenwicht brengt met het creëren van gezondere, positievere werkomgevingen. Succesvolle retailers helpen anders saai, handmatige taken te stroomlijnen, waardoor werknemers boeiender en creatiever werk te doen.



03 | McKinsey groepeerde deze shoppers in vier hoofdcategorieën:



ervaring die gemak en unieke voordelen biedt. Vanwege de extreme prijsstijgingen zullen shoppers ook in 2023 extra aandacht hebben voor 'uitverkoop'.

09

Ook BORIS verdient wederom je aandacht en vraagt om orderorkestratie

BORIS, BOPIS en BOPAC zijn de Kwik, Kwek en Kwak van 2023.

Een logistieke nachtmerrie ligt echter op de loer en kan afgewend worden door de voorraadbeheermogelijkheden van retailers.

10

Autonoom winkelen wordt een vaste waarde in het retaillandschap

Oorspronkelijk geïmplementeerd als veiligheidsmaatregel (als middel en niet als doel...?) is het nu meer een hygiëne-factor geworden.

11

Effectief gebruik van realtime gegevens over alle beschikbare kanalen

De democratisering van informatie zorgt ervoor dat alle delen van organisatie gelijke toegang hebben tot dezelfde gegevens. Een data-infrastructuur voor een meer uniform en holistisch beeld is de oplossing.

12

Verdere shopperfragmentatie

Shoppers gebruiken steeds meer kanalen, sterk gedreven door de koopjesjacht die voortkomt uit de bestaande inflatie. Bereiken van je shoppers wordt een verdere uitdaging. □

06

'Shoppable media' de snelst groeiende advertentiecategorie

Forbes meldt dat ongeveer tweederde van de shoppers social media gebruikt voor hun aankopen. Consumenten worden 'prosumenten' wanneer ze jouw producten gebruiken om hun eigen merken en kanalen te promoten. Ook blijven marketplaces verder groeien.

07

Third-Party cookies zijn op hun retour en ethische datasourcing in de lift

Google zegt de ondersteuning voor Third-Party cookies in haar Chrome-browser stop te zetten. Dat betekent in praktijk dat er minder mogelijkheden zijn om acties/gedrag van shoppers online te volgen en te loggen. De meeste shopper marketeers ontwikkelen eigen platformen voor klantgevens en geven prioriteit aan gegevens uit eerste hand. First-Party data is dus de toekomst. Conversational marketing is een intensieve maar goed oplossing.

08

Shoppers zoeken steeds vaker naar alternatieven voor het 'pay-in-full' model

Abonnementsmodellen blijven hun opmars doorzetten en shoppers zijn vooral geïnteresseerd in een gepersonaliseerde end-to-end





Terugblik ✖ EuroShop 2023:

's Werelds grootste detailhandelsbeurs zet in op duurzaamheid en inspireert retailers wereldwijd

Na vijf succesvolle dagen is EuroShop 2023 in Düsseldorf op 2 maart afgesloten. Ondanks de uitdagingen in de retail, waren de 1830 exposanten zeer tevreden met de intensieve persoonlijke uitwisseling op wereldniveau en de stemming onder de meer dan 81.000 vakbezoekers uit vijf continenten.



Opnieuw is EuroShop een bron van inspiratie gebleken en heeft zijn relevantie als toonaangevende internationale beurs op indrukwekkende wijze onderstreept. De beurs is van groot belang voor retailers die voor belangrijke investeringen staan met betrekking tot digitalisering, energiebeheer en duurzaamheid. De beurs bood alles wat de hedendaagse klant eist: belevingswerelden en emotionele aanspreking in de offline retail.

Duurzaamheid was de rode draad door alle onderdelen van de EuroShop van dit jaar. De exposanten toonden op indrukwekkende wijze aan dat duurzame winkelinrichtingen niet alleen bijdragen aan de bescherming van het klimaat,

maar ook veel input bieden om over te vertellen, zoals innovatieve en biologisch afbreekbare winkelinrichtingsmaterialen.

De stand van Holbox sloot perfect aan bij deze trend: een volledig in karton opgebouwde stand, die op magische wijze interessante ontmoetingen met verrassende mogelijkheden aantrok. Het was een genoegen om nieuwe contacten te leggen en vertrouwde klanten weer persoonlijk te ontmoeten. De volledig duurzame, levensgrote Formule 1 auto en ook de motorfiets waren de meest gefotografeerde producten op de beurs. De bezoekers waren enthousiast! Voor ons was EuroShop een vijfdaagse ervaring van grote klasse! 🏁

Bekijk de aftermovie van EuroShop 2023 door de QR-code te scannen



Ontdek de kracht en creativiteit van reboard karton

Reboard karton wint steeds meer aan populariteit in de retailindustrie, en dat is niet verwonderlijk. Dit materiaal is niet alleen supersterk, maar ook licht van gewicht en 100% recyclebaar. Bovendien kan het zowel enkel- als dubbelzijdig bedrukt worden, waardoor het ideaal is voor het maken van opvallende displays of POS-artikelen.

Displays en beursmaterialen van reboard karton

Reboard karton is zeer veelzijdig en kan voor vele toepassingen worden gebruikt. Het materiaal is niet alleen sterk, maar ook licht en dus gemakkelijk te transporteren. Het kan worden gebruikt voor stevige displays of beursmaterialen die gemakkelijk op te bouwen en te verplaatsen zijn. Maar dankzij de stevigheid van het materiaal kunnen ze ook dienen als semi-permanente winkelaankleding.

Winkelinrichting met reboard karton: creatief en uniek

Naast displays en beursmaterialen is honingraatkarton ook zeer geschikt voor winkelinrichting. Ons team van creatieve vouwmeesters kan het materiaal op vele manieren gebruiken om de mooiste creaties te maken en zo jouw winkel in te richten. Van presentatiemeubels en productuitstallingen tot zelfs kledingrekken in een unieke vorm, niets is te gek voor reboard karton!



holbox
shop
direct

De webshop voor creatieve en op maat gemaakte displays

- ✓ Vanaf 1 stuk
- ✓ 100% op maat gemaakt
- ✓ Snelle levertijden
- ✓ Klanten beoordelen ons met een 9,6

Klanten vertellen



LAAT JE
INSPIREREN



“De samenwerking met Shop Direct verliep uitstekend. Alles is probleemloos verlopen.”



Klant aan het woord

“Gilde Opleidingen viert dit jaar haar 25-jarig bestaan. Bureau Tint werd gevraagd om te ondersteunen in de ontwikkeling van een concept om hier op een positieve manier aandacht aan te geven. Vanuit het merkverhaal van Gilde Opleidingen zijn wij samen met Gilde Opleidingen aan de slag gegaan hiermee.

Gilde Opleidingen gelooft in #hetechtewerk. Wat een student bij Gilde Opleidingen leert kan direct worden toegepast in de praktijk. #hetechtewerk is ook de basis voor de relaties die Gilde Opleidingen aangaat met haar studenten, relaties én medewerkers. Daarmee is de basis gelegd voor het jubileumconcept ‘25jaar hart voor jou’.

Een van de onderdelen in de jubileumviering is een actie voor studenten. Daarin is als uitgangspunt gekozen om studenten een vertaling te laten geven van de liefde voor het vak waarvoor ze studeren naar de liefde voor een ander. Voor wie heb jij hart? Wie wil jij verrassen en waarom? En hoe kun je dit zelf realiseren? Er volgde een mooie actie waarbij we de studenten gingen uitdagen iemand te verrassen en wensen in vervulling te laten gaan, waarbij we in een complete campagne studenten zijn gaan verleiden na te denken over hun hartenwens voor een ander. Compleet met video, online landings- en aanmeldpagina.

Gilde Opleidingen plaatste een groot kartonnen hart in al haar locaties. Samen met Shop Direct hebben we het concept uitgewerkt in dit kartonnen hart, gemaakt van verschillende lagen stevig reboard karton. De samenwerking met Shop Direct verliep uitstekend, met korte communicatielijnen waardoor we snel konden schakelen en goed afspraken konden maken, ook wat betreft de verzending die enige uitdagingen met zich meebracht. Uiteindelijk is alles probleemloos verlopen.

Resultaat: een succesvolle actie voor studenten, waarbij uiteindelijk bijna 50 hartenwensen van studenten voor een ander zijn gerealiseerd. Van een bloemetje voor de buurman tot een fotoshoot met een zieke medestudente of een gezellige lunch voor de bewoners van een zorghuis. De beelden spreken voor zich, gemaakt door BonteWas, deze kun je bekijken via de QR-code.

Resultaat: overweldigende reacties en prachtige wensen! Een bijzondere uitwerking van een bijzonder concept, en een tevreden opdrachtgever. Ik kan met trots zeggen dat het een zeer succesvolle actie is die we samen met Shop Direct hebben kunnen realiseren!”

Linde in 't Zandt

Officemanager bij Bureau Tint



Scan de QR-code om de promotiefilm te bekijken





The Next Generation bezoekt nieuwe locatie in Polen

Met de nieuwe fabriek in Polen, die inmiddels een jaar operationeel is, besloot de familie Hol om gezamenlijk een bezoek te brengen aan Gliwice. De productielocatie aldaar heeft inmiddels een solide reputatie opgebouwd, met succesvolle activiteiten gedurende vele jaren. De nieuwe locatie is een strategische zet om de groei van Holbox verder te stimuleren.

Tijdens de rondleiding door de fabriek, kregen de familieleden de kans om persoonlijk in gesprek te gaan met de toegewijde medewerkers, die het kloppende hart vormen van de nieuwe productielocatie. De professionaliteit, toewijding en enthousiasme van de medewerkers maakten grote indruk op de familie.

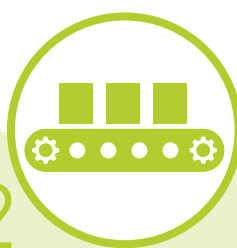
Het was werkelijk prachtig om te zien hoe Holbox gegroeid is en zich blijft ontwikkelen. Het bezoek aan de nieuwe fabriek in Polen markeert een belangrijk hoofdstuk in de geschiedenis van Holbox. Met trots kijken we uit naar kleurrijke toekomst, vol nieuwe mogelijkheden! 



01

ECO-design

In nauwe samenwerking met de klant worden ideeën en doelstellingen besproken om een duidelijk beeld te krijgen van de gewenste uitstraling en functionaliteit van de display. Ons ervaren team van creatieve vouwmeesters zet vervolgens deze ideeën om in de allereerste schetsen, waarbij zowel rekening wordt gehouden met de merkidentiteit van de klant als het streven naar een zo duurzaam mogelijke display.



02

Productie

We beschikken over de nieuwste productiefaciliteiten en meest duurzame inkt en lakken waarmee we hoogwaardige displays kunnen produceren. Of het nu gaat om toonbankdisplays, vloerdisplays of de meest creatieve displays, we zorgen voor een zorgvuldige productie die voldoet aan de hoogste kwaliteitsnormen.



03

Opzetten

De onderdelen van de display zijn zorgvuldig gemonteerd, klaar om opgezet te worden. Onze ervaren medewerkers beschikken over de nodige expertise om elke display foutloos op te zetten. Ze zijn bekend met de specifieke montagevereisten en zorgen voor een vlotte en professionele opstelling van elke display.

E-box

Met onze innovatieve tool kun je moeiteloos de real-time status van je displayorders volgen en tegelijkertijd je voorraad efficiënt beheren. Of je nu wilt weten welke displays onderweg zijn, welke producten op voorraad zijn of de historie van je displayorders wilt bekijken met behulp van foto's, onze tool biedt het allemaal! Je krijgt een duidelijk overzicht van al je bestellingen en kunt gemakkelijk navigeren door de informatie die je nodig hebt.

**“VERTROUW OP
EEN NAADLOZE
EN SUCCESVOLLE
UITVOERING
VAN AL UW
DISPLAYPROJECTEN”**

End-to-end oplossingen voor jouw instore promotie:

Holbox ontzorgt het complete traject

We bieden alle disciplines onder één dak voor alle point of sale materialen.

We nemen hierbij de regie van het complete traject van A tot Z in handen:



Warehousing

Wij bieden de mogelijkheid om jouw producten gedurende een periode van drie maanden op voorraad te houden in ons magazijn. Dit stelt je in staat om de campagne effectief te implementeren op meerdere verkooppunten. Bovendien kunnen we ook leveren op afroep, zelfs als de campagne langer duurt dan aanvankelijk gepland.

Afvullen

Het is van groot belang dat jouw producten op een optimale manier worden gepresenteerd in de winkel. Daarom garanderen wij dat jouw displays op een aantrekkelijk en effectieve wijze worden afgevuld met jullie producten. Hierbij houden we rekening met de richtlijnen voor merchandise en de wensen van de klant.

Leveren op DC of locatie

Wij zorgen ervoor dat de displays naar het distributiecentrum of op locatie worden geleverd. Wij begrijpen dat tijdige levering van essentieel belang is en zorgen voor een efficiënt logistiek proces om ervoor te zorgen dat de displays op tijd, veilig en onbeschadigd hun bestemming arriveren.

Doordat wij alle stappen binnen het full-service traject zelf uitvoeren, kunnen we snel schakelen, heb je maar één aanspreekpartner nodig, kunnen we waar nodig aanpassen en verminderen we het aantal vrachtbewegingen omdat de displays niet bij een externe co-packer

geleverd dienen te worden. Hierdoor reduceren we ook de CO₂-uitstoot!

Kortom: het full-service traject van Holbox biedt een uitgebreid en geïntegreerd proces, waarbij we klanten begeleiden vanaf de eerste schets tot aan het zorgvuldige

transport van de displays. Met onze expertise, hoogwaardige productie, professionele montage en nauwgezette logistiek zorgt Holbox ervoor dat merken en retailers kunnen vertrouwen op een naadloze en succesvolle uitvoering van hun displayprojecten. □



Jan Hol

Kwaliteit: de essentie van Holbox

Displays zijn er in alle soorten en maten. Even zo zeer kan de kwaliteit verschillen per product en producent. Voor Holbox staat kwaliteit met stip op één. Jan Hol geeft toelichting op de werkwijze van Holbox en de waarde van kwaliteitsborging alsook het duurzaamheidsaspect.

Ook in de wereld van de displays is door de oorlog, leveringsproblemen en schaarste ontstaan.

Daardoor stegen de prijzen binnen de gehele productieketen. Hierbij valt te denken aan grondstoffen, vrachtkosten, energie en personeelskosten. Al deze kosten maken onderdeel uit van de kostprijs van de display. De grondstoffen spelen hierin slechts een kleine rol van circa 20%. Ook in Polen, waar de tweede productielocatie van Holbox ligt, zijn de kosten binnen de gehele keten de hoogte in gegaan, vooral op het gebied van energie en personeelskosten.

**“GOEDKOPERE
DISPLAYS MOGEN
NOOIT TEN KOSTE
GAAN VAN DE
KWALITEIT”**

De tendens van de schaarste en inflatie is meteen na de start van de oorlog ontstaan. Dit heeft zijn weerslag op de markt en hierdoor komen de prijzen nóg meer onder druk te staan. Veel bedrijven reduceren het marketingbudget in slechtere tijden waardoor de focus meer op prijs komt te liggen, lager budget maar met een gelijk aantal displayplaatsingen. Dit is een groot risico, want tot hoever kun je schaven aan de kwaliteit van een display?

Kwaliteit versus prijs

Juist door deze ontwikkelingen kunnen displayproducenten denken: hoe maak ik de display zo goedkoop mogelijk naar de wens van de klant? Jan Hol: “Dat is op zich een begrijpelijke gedachte, maar het mag nooit ten koste gaan van de kwaliteit.” De display is een belangrijk verlengstuk van productpresentatie in winkels en is voor productintroductie, of het heeft

een actiematige of communicerende functie voor de consument.

Als het winkelpersoneel moeite heeft met de opbouw van een display, reflecteert dat op het gebruiksgemak. Als een display scheef staat in de winkel, reflecteert dat op de kwaliteit. Dit kan leiden tot imagoschade, iets wat Holbox zowel voor de klant, de winkel als zichzelf wil voorkomen.

Kwaliteit is dus essentieel. Holbox borgt die kwaliteit in meerdere stappen in het ontwerp- en productieproces door de display aan diverse beproevingen te onderwerpen. Jan Hol: “Wij doen meerdere kwaliteitstesten om er zeker van te zijn dat in het logistieke traject de display niet in elkaar stort, wij zijn tenslotte verantwoordelijk.”

Hij gaat verder: “Holbox onderzoekt natuurlijk of er iets aan de prijs gedaan kan worden. Zijn er



DE SPEERPUNTEN VAN HOLBOX:

- ✓ Kwaliteit
- ✓ Leverbetrouwbaarheid
- ✓ Creativiteit in ontwerp
- ✓ Prijs

“DE JARENLANGE ERVARING BINNEN HET TEAM EN DE LANGETERMIJNVISIE VAN HOLBOX VERTAALT ZICH NAAR DE BESTE SERVICE ÉN HET BESTE PRODUCT VOOR DE KLANT”

bijvoorbeeld andere materialen die we kunnen gebruiken? Maar ook ons productieproces is zodanig ingericht dat we de keuze hebben: produceren in Nederland of in Polen. Maar niet alles kan in Polen ondergebracht worden. Met andere woorden: we hebben zeker wat uitwijkmogelijkheden om iets aan het prijsniveau te doen, maar we gaan niet tot de bodem, omdat dit ten koste gaat van de kwaliteit.”

Complex proces

Holbox is een organisatie met de focus op het klant/orderproces, waarbij de wensen van de klant even divers zijn als de tinten in een kleuren pallet. Iedere aanvraag is uniek qua lay-out, design en materialen. De accountmanagers hebben aan de voorkant een

belangrijke rol: het adviseren van de klant in het maken van de vele keuzes.

“Als (potentiële) klanten hier komen om een kijkje achter de schermen te nemen bij het proces en uitleg te krijgen, is de standaard reactie: ‘ik heb nooit geweten dat het zo complex is’,” aldus Jan Hol, “daardoor ontstaat begrip dat we niet middenin het productieproces kunnen ingrijpen om nog iets te wijzigen.”

Kwaliteitsborging en bewaking van het proces vindt bij Holbox op alle

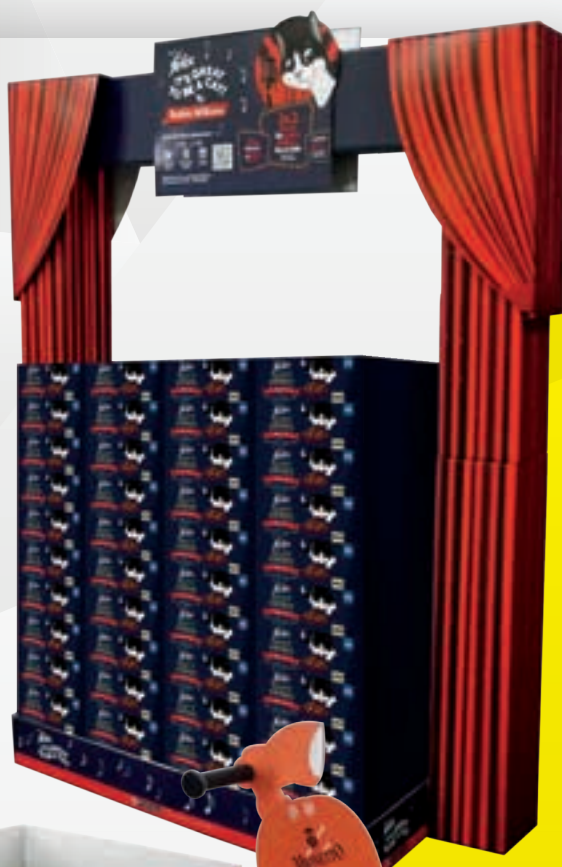
fronten plaats: in de verkoop, het ontwerp, de productie, het afvullen van de displays en de logistiek.

De jarenlange ervaring binnen het team en de langetermijnvisie van Holbox vertaalt zich naar de beste service én het beste product voor de klant.

Die langetermijnvisie is essentieel voor Holbox. Geen paniekvoetbal in uitdagende tijden, maar processen slimmer inrichten, altijd vernieuwend en creatief. Kortom: nog beter worden, zodat onze klanten daarvan voortdurend de vruchten kunnen plukken. □

Innovatieve displays die verwonderen





Creatief met Artificial Intelligence en ChatGPT

Door een bericht op LinkedIn over educatie bij het gebruik van Artificial Intelligence en ChatGPT, kwamen we in contact met twee jonge ondernemers Claus van Oranje-Nassau en Ruben Stout. Benieuwd naar hun Gen Z visie hierover, als founding partners van hun start-up aicourses.com, nodigden we hen uit voor een online interview. Er volgde al snel een inspirerende kennismaking en gesprek...

Na een korte wederzijdse introductie, waarbij ook de internationale studie van Claus en Ruben aan de ESCP Business School ter sprake komt, steken we van wal.



Claus van Oranje-Nassau (l)
en Ruben Stout (r)

“JE KUNT BIJVOORBEELD ZEGGEN: SCHRIJF EEN TEKST IN DE STIJL VAN SHAKESPEARE, GEBRUIK EEN HYPERBOOL, SPREEKWOORDEN EN DE TEKST MAG 500 WOORDEN BEVATTEN. MAAR MAAK HET NOG WEL BEGRIJPELIJK VOOR EEN KIND.”

Hoe zien jullie de opportuniteiten en bedreigingen van artificial intelligence en ChatGPT in het bijzonder?

Claus: ‘Wij denken dat het juist voor ons als studenten een voordeel kan zijn. Omdat wij nu opgroeien met Artificial Intelligence (AI). Wij bouwen meer ervaring op dan oudere mensen, want zij komen minder snel in aanraking daarmee. Op sommige scholen en universiteiten is het bijvoorbeeld al toegestaan om ChatGPT te gebruiken voor het maken van essays.’

‘Bedreigingen van AI zien wij natuurlijk ook, maar het is wel goed om te weten dat het niet helemaal zwart-wit is. Het is van belang dat je er verstandig mee omgaat. Stuur bijvoorbeeld geen privé zaken door. Daarvan zou de AI kunnen leren en die informatie kan bij iemand anders terecht komen, als het niet wordt gefilterd natuurlijk. De AI kan ook verkeerde antwoorden geven

of biased informatie. We zijn mensen en moeten ook mensen blijven. We kunnen niet alles door de AI laten overnemen.'

Denken jullie dat hierdoor ook banen gaan verdwijnen?

Ruben: 'AI lijkt ook een bedreiging te vormen voor banen. Maar er zullen ook nieuwe banen worden gecreëerd. Hierdoor blijft het uiteindelijk in evenwicht.'

Claus vult aan: 'Je hebt bijvoorbeeld het beroep prompt writer. Een prompt is een opdracht die je geeft aan ChatGPT. Als prompt writer ben jij diegene die goed afgebakend een opdracht geeft. Hierdoor zal de AI niet gaan uitweiden over dingen die eigenlijk niet ter zake doen. Je kunt bijvoorbeeld zeggen: Schrijf een tekst in de stijl van Shakespeare, gebruik een hyperbool, spreekwoorden en de tekst mag 500 woorden bevatten.' 'Maar maak het nog wel begrijpelijk voor een kind' completeert Ruben.

Zijn er nog meer misvattingen over AI?

Ruben: 'Ik heb artikelen gezien over mensen die bang zijn voor hun privacy bij gebruik van ChatGPT. In de Terms & policies kun je nalezen, dat ChatGPT wel informatie opslaat en ervan leert, maar niet leert van persoonlijke informatie. Namen van mensen onthoudt hij bijvoorbeeld niet. Ik ben in ieder geval niet bang, dat ze het tegen me gaan gebruiken.'

Er wordt gesproken over een pauze-knop, omdat de ontwikkelingen te snel gaan en er nog nauwelijks regulering of controle is met betrekking tot AI. Hoe zien jullie dat, is dat realistisch of is de hogesnelheidstrein al niet meer te stoppen? En vinden jullie dat er regulering en wetgeving moet volgen?

"IK KEN NIEMAND VAN MIJN VRIENDEN DIE GEEN CHATGPT GEBRUIKT"

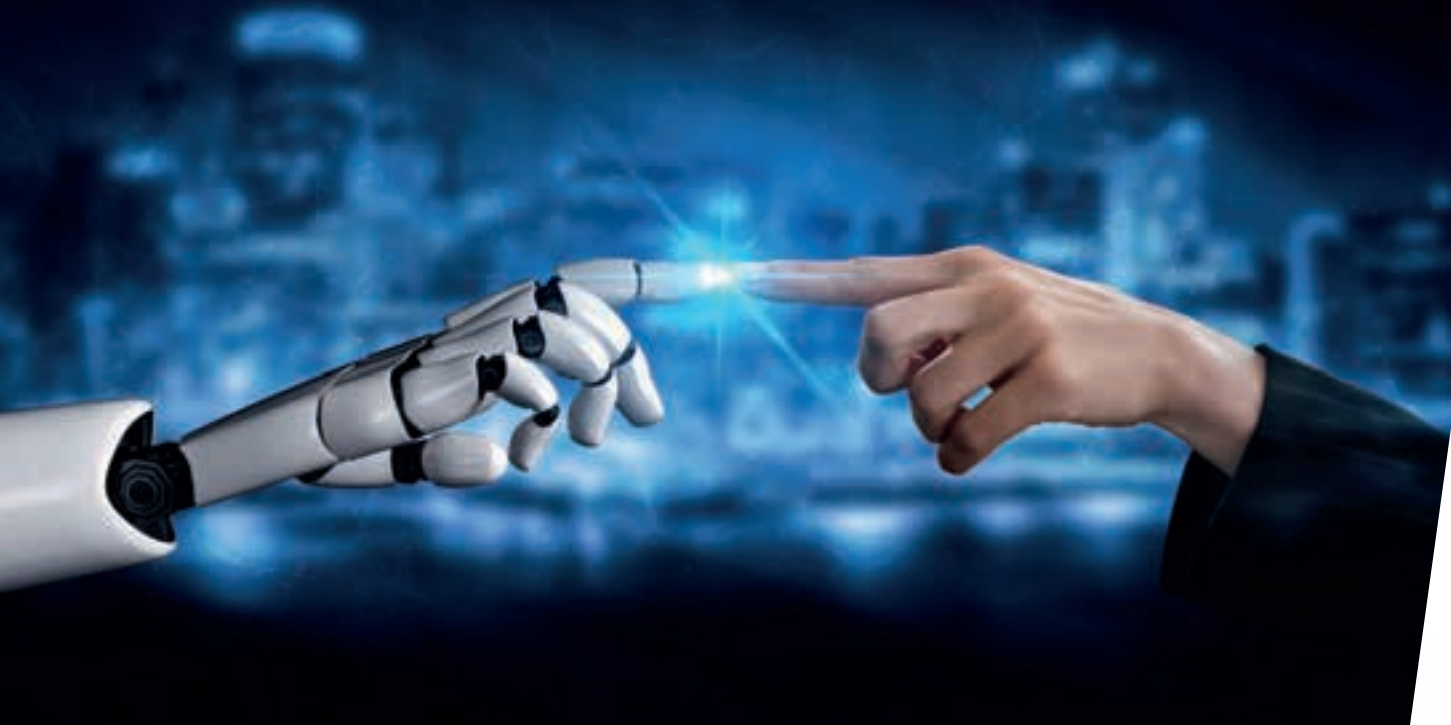
Claus: 'Wij vinden het soms ook een wel beetje eng. Je moet gewoon altijd goed opletten, maar je kunt niet zomaar opeens AI op pauze zetten. Net zoals je ook niet kunt pauzeren met andere broad topics.'

Ruben: 'Het zou zonde zijn, als je voor de ontwikkelingen een pauzeknop zou invoeren. We zitten eigenlijk nu in een soort van dot-com-bubble. Als je een maandje er tussenuit gaat, dan mis je veel. We denken dat iedereen nu in een leerproces zit rondom AI, dus iedereen is aan het leren. In Italië hebben ze wel geprobeerd om AI tijdelijk on hold te zetten, maar dat heeft ze eigenlijk een informatieachterstand opgeleverd.'

Claus: 'Wij Nederlanders zijn forward thinking. We zijn niet zo sceptisch over dit soort dingen, denk ik. Heel goed bezig dus! Ik ken niemand van mijn vrienden die geen ChatGPT gebruikt. Naast koploper in AI China, lopen we als West-Europees land echt wel voorop.'

Jullie hebben het initiatief genomen om cursussen te geven voor gebruik van AI, zoals ChatGPT. Kunnen jullie iets meer daarover vertellen? Wat kunnen we met deze cursussen leren?

Claus: 'We zijn bezig met een full revamp van het bedrijf. Wij hebben hiervoor online schoenen verkocht, maar courses aanbieden was voor ons iets nieuws. Wij dachten eerst, dat iedereen dit wel kan gebruiken. We hadden dus niet meteen gefocust op een target customer. Maar nu willen we ons op één specifieke doelgroep gaan richten. Voor ons zijn dat marketeers. Zo kunnen we de kwaliteit van onze courses verbeteren en gaan we onderwerpen behandelen, die belangrijk zijn voor een marketeer. Bijvoorbeeld market research, alles over SEO, email writing, summarizing, lead generation, social media management, copywriting, content generation en meer. We leggen ook uit hoe je professioneel een marketingfoto kunt editen met AI binnen enkele seconden.'



Ruben: 'Claus heeft voor onze site 20 blogs geschreven en een deel wordt nu al geranked op Google.'

Claus: 'Ruben kwam met het concept topical authority, waarbij je als je heel veel blogs hebt over een topic, hoog in de ranking komt. We zijn nu al organisch gegroeid en zitten pas op 10%. Ik wil er 200 schrijven!'

Hebben jullie een voorkeur voor een bepaalde visuele AI?

Claus: 'Voor visuele AI's gebruiken we het liefst Midjourney, omdat deze miljoenen gebruikers heeft. Daarin zijn ook al mogelijkheden voor hele gedetailleerde prompts. Als je bijvoorbeeld zegt: Ik wil een foto van de Domtoren in Utrecht met een jongen met een rode trui. Dan schrijft ChatGPT daar een lange prompt voor naar Midjourney. Dan hoeft je dus niet helemaal naar Utrecht te gaan om daar een foto te maken.'

Ruben: 'Voor marketeers zou ik wel aanraden om ook een pakket als Canva te gebruiken. Daarin zit sinds kort ook al een AI. En je hebt ook nog Ocoya. Bij de dot-com-bubble waren er ook veel verschillende bedrijven.'

Claus: 'Op dit moment kun je het beste verschillende tools, die elk heel goed zijn in één ding, gebruiken en combineren om uiteindelijk het beste resultaat te creëren. Je kunt ook twee AI's elkaar laten voeden. Daarmee moet je wel goed opletten, want als de ene AI iets verkeerd genereert, dan wordt de andere daarmee gevoed. Dan beland je in een verkeerde spiraal.'

Ruben: 'Wij zijn benieuwd wie er als de beste kandidaat uit gaat komen. We denken niet dat ChatGPT het uiteindelijk gaat worden. Waarschijnlijk duurt het nog wel even tot er een winnaar bekend is. Die zou uit de Chinese hoek kunnen komen, maar het kan ook dat Google of Meta straks met de beste versie komen.'

Wij van Holbox werken voornamelijk B2B en dan met name in de branche ontwikkeling, design en productie van retail displays en overige POS producten. We hebben al een beetje geëxperimenteerd met ChatGPT, Bing AI en Adobe Firefly. Hoe zouden jullie deze nieuwe technologieën inzetten voor een bedrijf als Holbox?

Ruben: 'Ten eerste denk ik dan aan customer relationship management. Je kunt zo op een simpele manier correcte e-mails sturen naar de klanten. Geen standaard antwoorden, maar een concrete reactie op een bepaalde vraag.'

Claus: 'Dat is natuurlijk wel afhankelijk van hoeveel klanten jullie hebben. Bij een klein aantal grote klanten, zou ik het wel persoonlijk houden.'

Er zijn ook al tools in ontwikkeling, die jouw schrijfstijl kunnen leren. Documenten die jij hebt geschreven upload je in het programma en zo kan de AI bot in jouw schrijfstijl op e-mails antwoorden. Als het om niet generieke zaken gaat, kun je de ChatGPT ook inzetten voor een algemene rol, bijvoorbeeld de rol van consultant voor mijn bedrijf. De AI denkt dan, dat hij een consultant is in plaats van een chatbot.

Voor Holbox zou je bijvoorbeeld tegen de AI kunnen zeggen: dit is de klant, en de informatie die we over hen en hun opdracht hebben. Kom met wat voorbeelden en ideeën?'

Ruben: 'Daarbij kun je dus de AI goed gebruiken als consultant, voor zowel creatieve als professionele zaken. Ga je bijvoorbeeld een tekst opstellen en je weet nog niet welk onderwerp je wilt gebruiken? Dan kan je verschillende onderwerpen vragen om uit te kiezen. Je kunt ChatGPT zelfs inzetten als een soort mediator, wanneer een professioneel probleem zich voordoet, bijvoorbeeld tussen twee personen. Je kunt dan advies vragen aan de AI in plaats van meteen een HR professional te vragen. Een goed antwoord of advies hangt natuurlijk af van juiste en voldoende input.'

Beginnen of professionaliseren met AI binnen een bedrijf. Hoe pak je dat aan?

Claus: 'We zouden iedereen binnen een bedrijf adviseren om met AI te werken en daarnaast een of twee mensen aanstellen binnen een groot bedrijf om meer kennis te vergaren. Bij een klein bedrijf raden we aan om tenminste een medewerker een cursus, training of workshop te volgen. AI kun je beter niet binnen één silo van het bedrijf organiseren. Je kunt het beter over het hele bedrijf verspreiden voor meer efficiëntie en betere productiviteit. Zorg ervoor dat iedereen er gebruik van kan maken en dus niet op maar één afdeling.'

Zijn er ook valkuilen voor bedrijven, waar moeten we voor oppassen?

Ruben: 'Een valkuil is wel dat ChatGPT geen emoties en gevoelens kan overbrengen in berichten. Je moet dus wel altijd rekening houden met waar een bedrijf voor staat en hoe je als bedrijf wilt overkomen. Je kunt dat aan ChatGPT uitleggen, maar het is belangrijk om altijd zelf te blijven kijken naar wat eruit komt. Je kan niet blind vertrouwen op AI. Misschien later wel, maar nu nog niet.'

Claus: 'Soms zit je zoveel te praten met ChatGPT, dat je haast denkt dat het een mens is aan de andere kant van je scherm. Wat ons als mens onderscheid van robots, dieren en objecten is dat wij emoties hebben. We moeten dus vooral ook menselijk blijven en niet afhankelijk worden van AI. Als we AI leren te gebruiken, worden we ook niet onmisbaar.'

Misschien krijgen we wel meer tijd om actiever als mens te worden? We gaan in ieder geval een spannende en boeiende tijd tegemoet. Komt vast goed met mensen als Claus en Ruben! ▢

**“JE KAN NIET BLIND
VERTROUWEN OP AI.
MISSCHIEN LATER WEL,
MAAR NU NOG NIET”**

Verklarende woordenlijst, samengesteld door ChatGPT

Biased informatie: Bevooroordeelde informatie verwijst naar informatie die beïnvloed of gekleurd is door een bepaald perspectief of standpunt. Het presenteert mogelijk geen evenwichtig of objectief beeld van een onderwerp en kan opzettelijk of onopzettelijk vooringenomen zijn.

Broad topics: Brede onderwerpen verwijzen naar onderwerpen of gebieden die een breed scala aan subonderwerpen of componenten omvatten. Deze onderwerpen hebben vaak een brede reikwijdte en kunnen verschillende aspecten of aspecten van een bepaald onderwerp bestrijken.

Dot-com-bubble: De dot-com-bubble, ook bekend als de internetzeepbel, verwijst naar de speculatieve stijging van de aandelenkoersen van internet gerelateerde bedrijven in de late jaren 1990, gevolgd door een ineenstorting begin jaren 2000. Het resulteerde in aanzienlijke verliezen voor veel van deze bedrijven.

Forward thinking: Forward thinking verwijst naar een mentaliteit of benadering waarbij men zich richt op het anticiperen op en plannen voor de toekomst. Het omvat het overwegen van potentiële trends, uitdagingen en kansen en het nemen van beslissingen die in lijn zijn met langetermijndoelen of -doelstellingen.



"BIJ HOLBOX IS ALLES
MAATWERK, DAT MAAKT
HET WERK OOK ZO LEUK EN
GEVARIEERD. GEEN ENKELE
DISPLAY IS HETZELFDE!"

Vouwmeesterschap in actie:

de creatieve wereld van display design bij Holbox

Amy Hanssen is al acht jaar werkzaam in de creatieve studio van Holbox. Na haar opleiding aan SintLucas in Boxtel heeft ze nog twee jaar aan de Kunstacademie gestudeerd, maar daar miste ze het praktische aspect. Bij Holbox vond ze echter precies wat ze zocht; het ontwerpen van creatieve en innovatieve displays die vervolgens tot leven komen in de fabriek.

Optimaal ontwerpen

Bij het ontvangen van een aanvraag is de eerste stap om samen te kijken hoe het ontwerp zo optimaal mogelijk kan worden afgestemd op de wensen en het budget van de klant. Amy legt uit: "Bij Holbox is alles maatwerk, dat maakt het werk ook zo leuk en gevarieerd. Geen enkele display is hetzelfde!" Naast het ontwerp is het ook belangrijk dat het product zelf (denk aan gewicht en vorm), transport, een snelle opbouw en de duur van de displays in overweging worden genomen. "Hierdoor zijn we ook veel constructief bezig en kijken we naar verschillende materialen die we kunnen gebruiken. Ook het zoeken naar een optimale plaatindeling is van groot belang, zodat we zo min mogelijk restafval overhouden. Creatief vouwmeesterschap gaat verder dan het ontwerpen van een mooie display. We zijn altijd bezig om op een duurzame manier, efficiënt en creatief een display te ontwerpen."

De kunst van het vouwen

Een belangrijk deel van Amy's werkzaamheden is het vouwmeesterschap. De term 'vouwmeester' is goed gekozen omdat ze door op specifieke manieren te vouwen, verschillende creaties kan maken. Hierdoor ontstaan diverse vormen die verder gaan dan alleen vierkant en rechthoekig. Amy legt uit: "We zeggen nooit: 'dit kan niet'. We proberen voor elk gewenst ontwerp een oplossing te bieden, maar er zijn natuurlijk bepaalde beperkingen waardoor niet alles mogelijk is. Ronde vormen bijvoorbeeld, zoals je vaak ziet bij cosmetische displays, zijn een grote uitdaging omdat ze ook stevig genoeg moeten zijn om producten te dragen."

Natuurlijk is het gemakkelijk als je in zulke situaties dan eens met een collega kunt overleggen. Gelukkig zijn de communicatielijnen binnen Holbox kort en is de cultuur zo ingericht dat iedereen gemakkelijk met elkaar kan sparren. "Iedereen heeft zo zijn eigen sterke punten, dus dan zoek je de juiste collega op om te overleggen over uitdagingen waar je tegenaan loopt."

De balans tussen klantwens en creativiteit

Sommige klanten weten precies wat ze willen en stellen duidelijke kaders vanaf het begin. Andere klanten laten het juist heel vrij. Ze zeggen bijvoorbeeld: "We hebben dit product en op de display moeten er zoveel staan, de rest is aan jullie." Voor Amy voelt de middenweg het prettigst. "Hierdoor kunnen wij als creatieve vouwmeesters meedenken met de wensen van de klant en een grote mate van creativiteit toevoegen aan onze ontwerpen."

Pronkstuk van het vouwmeesterschap

Gevraagd naar welke display ze het meest trots op is, moet Amy even nadenken. Met vele displays die dagelijks worden ontworpen is de keuze enorm. Uiteindelijk noemt ze display van Snack à Jacks als één van haar favorieten. Het betreft een grote, ronde display die door de retailers zelf werd opgebouwd en ronde displays zijn altijd lastiger om op te zetten. "Toen ik de display in de winkel zag staan was ik onder de indruk! Het gevoel dat we samen weer een geweldige prestatie hebben geleverd." □

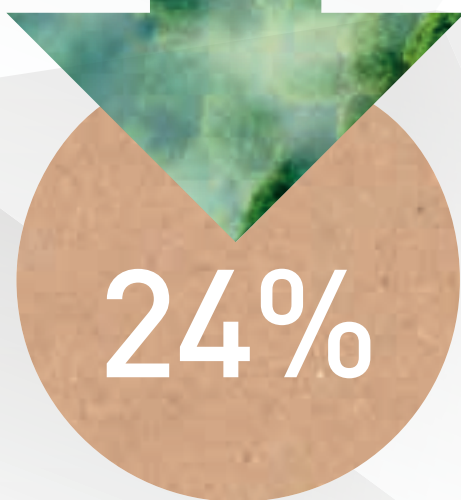
"WE ZIJN ALTIJD
BEZIG OM OP
EEN DUURZAME
MANIER, EFFICIËNT
EN CREATIEF
EEN DISPLAY TE
ONTWERPEN"



CO₂-voetafdruk Europese kartonsector daalt met 24%

Onlangs uitgevoerd onderzoek wijst uit dat de Europese kartonsector zijn CO₂-voetafdruk in 2021 met 24 procent heeft verminderd ten opzichte van 2018.

Pro Carton concludeert hieruit dat de investeringen in energie-efficiëntie en hernieuwbare energiebronnen lonen.



- **249 kg CO₂ per ton karton**
van productie tot verwerking na gebruik
- **148 kg CO₂ per ton karton**
van productie tot aan de fabrieksdeuren



Colofon

INSTORE inspiratiemagazine

is een uitgave van Holbox BV
Loperweg 8, 6101 AE Echt

T +31 (0)475 56 95 95

E info@holbox.nl

I www.holbox.nl

Redactie

Juliette Cober
Sandra Heijckers

Eindredactie

Chantal Hol

Vormgeving

Studio Done (Maureen Nikkessen)
Holbox

Fotografie

Stefan Gerads, Raoul Limpens,
Shutterstock, Freepik

Oplage

1.500 exemplaren in drie talen

Papier en druk

Omslag 250 grs Maxi-offset
Binnenwerk 150 grs Maxi-offset
Gedrukt met bio-inkt en dubbele
Dispersielak

Levenscyclus

De gemiddelde CO₂-voetafdruk van karton bedraagt momenteel 249 kg CO₂ per ton karton, van productie tot verwerking na gebruik. De CO₂-voetafdruk van de productie tot aan de fabrieksdeuren is 148 kg CO₂ per ton karton, volgens een studie die in 2022 werd uitgevoerd in opdracht van Pro Carton door RISE (Research Institutes of Sweden). Het onderzoek richtte zich op de uitstoot en absorptie van fossiele en biogene broeikasgassen en op emissies die voortkomen uit veranderingen in het grondgebruik. De daling van de CO₂-voetafdruk is te danken aan een efficiënter gebruik van middelen tijdens het

transformatieproces en aan investeringen in energie-efficiëntie en hernieuwbare energiebronnen die sinds 2018 zijn doorgevoerd.

Neutrale CO₂-voetafdruk

De resultaten helpen de sector om zijn positie te bepalen en bieden leden de mogelijkheid hun eigen gegevens te vergelijken met het gemiddelde van de sector. Met een CO₂-voetafdruk van 148 kg CO₂ per ton karton is de sector op weg naar een economie op basis van biologische grondstoffen en met een beperkte of zelfs neutrale CO₂-voetafdruk, aldus Horst Bittermann, algemeen directeur van Pro Carton. □

holbox 
next generation displays

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen en/of op enigerlei wijze worden gereproduceerd zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. Hoewel het INSTORE inspiratiemagazine met de grootst mogelijke zorg is samengesteld, is Holbox BV niet aansprakelijk voor eventuele onjuistheden in deze uitgave.

Holbox BV is niet verantwoordelijk voor handelingen van derden, welke mogelijkterwijs voortvloeien uit het lezen van deze uitgave.





Patentnr: EP3205240
Versie met twee open zijdes

holbox 
next generation displays

Holbox BV Headquarters

Morgenstraat 1, 6045 KB Roermond
The Netherlands

T +31(0)475 56 95 95 | **E** info@holbox.nl
www.holbox.nl

Offices

FR Paris
DE Köln
PL Warschau

Production

NL Roermond
PL Gliwice

Webshop

shopdirect.holbox.nl