

Designarmaturen: less is more

Minimalistisch modern met Dekko



Bij het zoeken naar lichtarmaturen voor zijn eigen nieuwbouwwoning stuitte Marcel Bonninga van groothandel en importeur Anticopy! op hoge prijzen. Dit moet toch anders kunnen, dacht Bonninga en zocht verder. Met de introductie op de Nederlandse markt van het merk Dekko bewijst Bonninga zijn gelijk.

• door Michel ten Hoove

“Met Dekko ben ik in staat hoogwaardige kwaliteit te leveren voor een goede prijs”, vertelt Bonninga met gepaste trots in de showroom van zijn pal aan de A7 gelegen bedrijf. Ook niet zo verbazingwekkend volgens Bonninga, omdat de concurrentie aanzienlijk meer overheadkosten maakt dan hijzelf doet. “Als kleiner bedrijf kunnen we aanzienlijk goedkoper werken. Wij hebben geen grote magazijnen en daarbij horende wagenparken. Ook staan we niet met een stand op beurzen.”

Exclusief dealernetwerk

Op beurzen staan heeft voor Anticopy! ook geen prioriteit. Daarvoor heeft het relatief kleine bedrijf het zo'n drie jaar

na de introductie van het merk Dekko simpelweg te druk. Liever breidt Bonninga vanuit een solide basis zijn merk verder uit, dan in één keer de naamsbekendheid enorm te vergroten. “Je moet het toch allemaal maar kunnen waarmaken. Alles moet wel op tijd gefabriceerd kunnen worden.” Anticopy! hecht aan een snelle levertijd. “Dit betekent dat we ernaar streven de meest gangbare artikelen die in Nederland op voorraad zijn, binnen 24 uur te leveren”, aldus Bonninga. Bij armaturen die op bestelling gefabriceerd moeten worden, hanteert hij zes weken levertijd. “Liever lukt het mij tijdig te produceren en te leveren, dan afspraken niet te kunnen nakomen.”

Om vanuit die solide basis aan naamsbekendheid te kunnen werken, heeft Bonninga ervoor gekozen te werken met een exclusief dealernetwerk. Over heel Nederland verspreid beschikt Bonninga momenteel over zo'n 65 dealers. Hierbij gaat het om lichtadviseurs, lichtarchitecten, verlichtings-groothandelaren, de meest exclusieve design verlichtings-winkels en interieurbouwers. Zowel dealers in het particuliere als in het projectbouwsegment.

Dit alles begon vijf jaar geleden, toen Bonninga toevallig kennismakte met de armaturen van een tot dan toe onbekend. Bij de zoektocht naar geschikte armaturen voor zijn eigen nieuwbouwwoning verbaasde Bonninga zich erover dat de bekende merken zo duur waren.

Grootschaliger

Dat dit anders kon, ontdekte Bonninga bij toeval door tijdens een verblijf in het buitenland te verdwalen: "Beland in een enigszins verwaarloosd steegje stond ik ineens voor de deur van een winkel waar allerlei exclusieve merken verlichting verkocht werden." Tussen dit assortiment verschooten trof Bonninga het voor hem onbekende merk Dekko aan. Puur als hobby had een ontwerper vier lichtarmaturen ontworpen.

Bonninga bedacht zich geen moment en liet een aantal armaturen thuis bezorgen. Niet veel later bestelde hij met



Na zo'n twee jaar nu en dan een Dekko armatuur voor vrienden en kennissen te hebben besteld, besloot Bonninga het groter aan te pakken. Nu, drie jaar later, resulteert dit in een groot dealernetwerk en het gestaag langer wordende lijstje van toonaangevende projecten. Bonninga: "Zo hebben we net de binnen- en buitenverlichting van een villa in Marbella gedaan, en hebben we speciale armaturen geleverd die in beton gegoten konden worden voor een huis in de Blauwe Stad, in de buurt van Groningen. Ook hebben we gewerkt aan een resort in Suriname en hangen onze lampen in het restaurant, de businesslounge en de skybox-gangen van het stadion van FC Groningen."

*Apotheek in
zorgcentrum
Finstervolde.*

Van interieurdesign naar hoogwaardig armatuur

enige regelmaat een armatuur voor een vriend of kennis. Enige tijd daarna bezocht de bankier van Bonninga zijn showroom en zag een aantal monsters liggen. Ook hij was erg onder de indruk van het design van Dekko en raadde Bonninga aan het merk grootschaliger in de markt te gaan zetten.

Toch kwam de stap om verlichting te gaan verkopen niet helemaal uit de lucht vallen. In de twaalf jaar dat Anticopy! bestaat, is het bedrijf geleidelijk aan meer en meer haar aandacht gaan verschuiven naar verlichting. Een ontwikkeling die bijna vanzelfsprekend plaatsvond, want Bonninga had altijd al een zwak voor modern, minimalistisch design. Puur vanuit persoonlijke interesse bezocht hij daarom al de beurs in Frankfurt. Lang voor hij op het idee kwam zelf lampen te gaan verkopen.

Vaas wordt lamp

Oorspronkelijk leverde Anticopy! in Oost-Europa geproduceerde, glazen designartikelen aan verscheidene grootwinkelbedrijven. Toen sommige van deze bedrijven zelf de stap naar Oost-Europa durfden te zetten en schaamteloos de nieuwe collectie gingen kopiëren, werd het tijd de bakens te verzetten. "Wij probeerden twee keer per jaar een nieuwe collectie te maken, maar zagen pal na onze uitmontering bij zo'n groot winkelbedrijf onze vaas in hun folder staan", verduidelijkt Bonninga.

Op dat moment ontstond het idee dat er van een vaas vrij makkelijk een designlamp te maken viel. "We draaiden de vaas om, boorden een gat in de bodem en zochten een fabrikant die mooie aluminium armaturen voor ons kon produceren. De lamp verkochten we vervolgens voor een fractie van de prijs die Italianen voor hun designlampen vroegen."

Exclusief dealernetwerk

Bonninga steekt veel tijd in het bezoeken van dealers om hen constant van informatie te voorzien met betrekking tot nieuwe armaturen. Een ander onderscheidend punt van Dekko is namelijk de hoeveelheid energie die in productontwikkeling wordt gestoken. "Behalve dat we uit onszelf armaturen ontwikkelen, springen we ook snel in op verzoeken uit het dealernetwerk. Als vijf dealers met een soortge-

*Armaturen in de
showroom.*





lijk verzoek komen, ga ik daarmee aan de slag. Zo ontstaat er een collectie die steeds meer een eigen Dekko-uitstraling krijgt.”

De dealers zijn ook extra belangrijk in de strategie van Bonninga. Hoewel steeds meer architecten en installateurs rechtstreeks de weg naar Anticopy! weten te vinden, blijft Bonninga vasthouden aan het bedrijfsbeleid uitsluitend via het exclusieve dealernetwerk te verkopen. “Wij geven geen lichtadvies en stellen geen lichtplannen op. Hiervoor ontbreekt ons simpelweg de tijd. Wij richten ons puur op de produktontwikkeling en productieplanning. Voor advies moet de klant echt bij onze dealer zijn”, verklaart Bonninga de keuze om klanten altijd naar de dealer door te verwijzen.

Bovendien is het veel dealers een doorn in het oog als er rechtstreeks geleverd wordt. Iets wat de bekende merken niet schuwen. “Een dealer steekt veel tijd en energie in een klant en ziet vervolgens de opdracht aan zijn neus voorbijgaan”, vertelt Bonninga. “Daarbij komt dat je al snel merkt dat bij een kwalitatief hoog-

waardig product dat zo scherp geprijsd is, iedereen een graantje wil meepikken.” Liever dan op korte termijn veel omzet te behalen door rechtstreeks aan iedereen te leveren, kiest Bonninga voor de weg van de lange adem. “Als een dealer weet dat ik potentiële klanten altijd naar hem doorstuur, zal hij ook bereid zijn zich in te spannen om mijn product onder de aandacht te brengen. Hij krijgt immers bescherming van ons.”

Kwaliteit

Het prijsvoordeel is meestal van doorslaggevend belang als het budget van een project overschreden dreigt te worden bij de keuze voor een ander merk. Bonninga: “Een dealer zal een architect dan al gauw op het merk Dekko attenderen.” Bovendien merkt Bonninga regelmatig dat mede door het aanzienlijke prijsverschil architecten uiteindelijk vaak weer uitkomen bij Dekko, en verwijst hij ze naar de dealer.

Behalve door de scherpe prijsstelling onderscheidt Dekko zich ook met de hoogwaardige kwaliteit die geleverd wordt. Bonninga: “Bij ons wordt niets



gestanst. Voor het snijden en zagen gebruiken wij de modernste lasertechnieken. Dat zorgt ervoor dat je echt messcherpe hoeken krijgt.” Ter illustratie wijst Bonninga naar het achter hem hangende armatuur. ‘Kijk, dat is het armatuur waar het allemaal mee begon. Vooral het minimalistische design spreekt mij enorm aan.’

In drie jaar tijd is Dekko een bekende merknaam geworden binnen het marktsegment van designarmaturen. Om deze positie de komende tijd verder te versterken wil Bonninga het komende jaar zijn dealernetwerk naar zo’n honderd dealers uitbreiden. Een uitbreiding die in nauw overleg met de bestaande dealers plaatsvindt. Ook wordt eind dit jaar het eerste fraai vormgegeven Dekko boek gepresenteerd. “Met het huidige boek is niets mis, maar handig opzoeken doe je er niet echt in”, aldus een ambitieuze Bonninga. Over het merk Dekko lijkt het laatste woord voorlopig nog niet gesproken te zijn.

*Euroborg
FC Groningen.*

*Architectenbureau
Softbuild in Sofia,
Bulgarije.*

www.anticopy.nl

