



Danneels nv viert 50e verjaardag

Thomas,
David en Stefaan
Danneels en
Martine Serroels

Altijd de vinger aan de pols houden, vooruitkijken en tegenslagen ombuigen in opportuniteiten. Het is de rode draad in 50 jaar ondernemerschap bij Danneels nv, de Brugse groothandel in gadgets en school- en kantoorbenodigheden. "Wij zitten nooit stil en zijn nú al volop bezig met de producten en licenties die we volgend jaar willen brengen," vertelt commercieel directeur Stefaan Danneels.

Dat het familiebedrijf eigenlijk al veel langer dan een halve eeuw actief is, illustreert net de veerkracht van Danneels nv. "Mijn grootvader Louis Danneels startte na de oorlog in Sint-Michiels met de verkoop van religieuze artikelen," vertelt Stefaan Danneels, zelf derde generatie. "Kerkmissalen kocht hij bij Brepols in Turnhout. Daarnaast had hij een 40-tal thuiswerkende vrouwen die paternosters maakten met draad, parels en medaillons. Met de trein reisde hij het land rond, op weg naar kloosters, kosters en winkeliers. Door het Tweede Vaticaans Concilie zakte de omzet midden jaren '60 echter als een pudding in mekaar. Dat betekende meteen de echte start van ons bedrijf, want in 1965 trok hij naar de DDR om er via agenturen lederwaren te kopen: boekentassen, portefeuilles, nagel- en naai-etuis en reisetuis. De handel verhuisde naar de binnenstad, mijn grootvader deed de baan en via een van onze klanten konden mijn vader Daniel en mijn moeder een winkel overnemen op de hoek van de Geldmuntstraat en de Zilverstraat. Samen met 3 medewerkers runt mijn moeder - ze is 78 - die winkel vandaag trouwens nog altijd. De groothandel is sinds 1979 gevestigd in de Dirk Martensstraat in het Brugse Waggelwater."

Daniel Danneels zag in de jaren '70 al andere opportuniteiten dan enkel lederwaren en begon met het verkopen van fantasie-artikelen. Stefaan Danneels: "De eerste rages kwamen toen op, met de balpennenset van Campus en de eerste reukgommen. De val van de Berlijnse Muur en de instorting van de economie daar, zorgden voor een nieuwe kentering. Enerzijds

STEFAN DANNEELS:
"WIJ ZITEN NOOIT STIL EN ZIJN NU AL VOLOP BEZIG MET DE PRODUCTEN EN LICENTIES DIE WE VOLGENDE JAAR WILLEN BRENGEN"

breidden we ons gamma uit met papierwaren zoals cursusblokken en schriften, anderzijds richtten we ons op het aanbod uit het Verre Oosten. Eind jaren '90 werd Studio 100 opgericht en sindsdien zijn wij ook 1 van de 2 verdelers in België van alles rond Kabouter Plop, Bumba, K3, enzovoort. Daarna is er ook Disney bijgekomen, met producten rond bijvoorbeeld de Cars- en de Planesfilms, en ook de producten met foto's van Anne Geddes verdelen wij in België."

Persoonlijk contact blijft belangrijk

"Er zijn twee luiken in het fantasy-verhaal," vult Thomas Danneels aan, die samen met zijn broer David de vierde generatie vormt. "Enerzijds is er alles van terug-naar-school-producten, zoals ringmappen, elastomappen, ordners, etiketten en kaftpapier. Licentiehouders, bijvoorbeeld van Disney, maken verschillende artworks op waarmee wij in het najaar de Belgische markt afschuimen om te kijken wat zal werken. Op basis van de reacties van onze klanten maken we onze bestelling op. Eind mei, begin juni van het jaar daarop

wordt alles bij ons geleverd en kunnen wij beginnen uitvoeren." Stefaan Danneels: "Dat er een vrij lange tijd zit tussen het bestellen en de levering, heeft te maken met de eigenheden van produceren in China. Er is natuurlijk tijd nodig om stoffen te kiezen, zeker voor boekentassen en bagage-artikelen. Maar het Chinese nieuwjaar legt de productie een maand stil. En dan duurt het nog een maand voor de containers in Zeebrugge aankomen."

In het andere fantasy-segment is de tijd tussen aankoop en uitlevering veel korter. Thomas Danneels: "Daarin gaan we op zoek naar wat er op de Europese markt te vinden is, en proberen we dat te verkopen. Dan kunnen wij daar diverse stuks van bestellen, om ze het hele jaar door te verkopen. De Sinterklaas- en de communieperiode zijn natuurlijk piekmomenten. In dat segment is het heel belangrijk een goed product op het goeie moment en aan de juiste prijs te hebben. Maar de markt verandert snel en de prijzen ook. Bovendien heeft de deflatie van de euro en de koersverschillen een impact op onze inkoopstrategie."

"België is klein, maar is wel een stabiele markt. Terwijl bijvoorbeeld in Nederland enkel de prijs telt, voel je hier bij klanten nog de drang naar kwaliteit. Bovendien hebben we niet enkel grote ketens als Carrefour, Delhaize, Dreamland en Fun als klant, maar ook kleinere ketens en veel kleine winkeliers om de hoek. Persoonlijk contact blijft trouwens belangrijk, ook tussen groothandelaar en winkelier. Wij zien onze aankopers minstens 2 keer per jaar. Mocht alles via het internet gebeuren, zouden wij nooit zoveel succes hebben," besluit Stefaan Danneels. (SD - Foto MVN)