

# FENKA IN ASSEN: WERELDSPELER IN LABELS



*Nu ik erover nadenk is het eigenlijk logisch dat ik wereldspeler ben*

*Noord-Nederland telt heel veel verborgen pareltjes, maar ook onbekende wereldspelers. Fenka in Assen (sinds 1986) is zo'n bedrijf. Doet soms ook zaken met imponerende namen als Reaal, Hugo Boss, Levi's of Tommy Hilfiger en toch kennen we Fenka niet. Jan Henk Hommes van het Asser bedrijf vertelt.*

## **Wat doet Fenka eigenlijk?**

Jan Henk Hommes: „Wat we doen is branding, merkbeleving. Wij leveren de labels, knopen, hangtags of displays om een merk goed neer te zetten. De toepassingen zijn talloos: op auto's, op textiel, op meubels, noem maar op. Eigenlijk voor alles waar merkbeleving aan de orde is. Het wordt ook steeds vaker toegepast, want het zorgt voor onderscheid. Je ziet het tegenwoordig zelfs op bijvoorbeeld een bank.

We hebben eigen kantoren en warehouses in India, Hongkong, Italië en Turkije die erop toezien dat het merk de juiste aandacht krijgt. Het is de kunst dat een label overal op de wereld dezelfde kwaliteit en uitstraling heeft. Het gebeurt wel, als een merk met een te goedkope leverancier in zee gaat, dat een label op het ene continent geel is, op een ander continent bruin-geel en dat de dikte van het label ook nog verschilt. Op die manier gooi je je merkbeleving te grabbel. ”

## **Weet u dat Fenka een wereldspeler is?**

„We weten dat we over de hele wereld bezig zijn en hebben daar verder nooit bij stilgestaan. Maar nu kom ik dus op een lijst naar boven. En nu ik erover nadenk, is het eigenlijk logisch dat we een wereldspeler zijn.”

## **Hoe ziet jullie markt er eigenlijk uit? Altijd in beweging?**

„Ja, en het blijft in beweging. Er zijn onwaarschijnlijk veel toepassingen.

Kijk maar eens op de site. Er komen steeds meer nieuwe materialen en ook worden de printmogelijkheden steeds groter.

Via de labels kunnen we tegenwoordig ook de echtheid van het merk controleren. Met een app en QR-code is die vast te stellen. Dit is belangrijk voor onze klanten. Als van een bekend merk 1 miljoen broeken gekopieerd worden, dan kost dat dat merk gauw 80 miljoen euro.

We zitten in een niche van de markt. Dat merk je wel aan het soort klanten dat we hebben. We staan open voor innovaties.”

## **Er moet iets zijn waar jullie goed in zijn. Wat is dat?**

„We hebben een band met onze klanten, we luisteren naar hun wensen. We zijn ook goed in styling en logistiek. We zeuren bovendien niet snel en pakken door. En we hebben oog voor kwaliteit en duurzaamheid.”

## **Hoe ziet de toekomst van Fenka eruit?**

„Dat is altijd lastig te voorspellen. We zijn een servicebedrijf, dus ook afhankelijk van onze opdrachtgevers. Tijdens de crisis zijn veel concurrenten omgevallen. Het perspectief is momenteel goed, absoluut.”

*Een wereldspeler is een bedrijf dat in eigen regio redelijk onbekend is, maar een internationale markt bedient.*

*Dit bedrijf is opgespoord door Innovatiespotter, de big data-analist voor innovatief Nederland*