

Focus op restyling van gebouwen en showrooms

# TIEN JAAR LBS

**LBS is een opmerkelijk bedrijf. Niet alleen vanwege het gekozen bedrijfsmodel, maar ook door het gevoerde bedrijfsbeleid. De focus van de onderneming ligt op het verfraaien van het uiterlijk van gebouwen en showrooms en de bijbehorende branding.**

Auteur: Jan van Holten

**D**anny Stam van het in Sliedrecht gevestigde LBS windt er geen doekjes om: "Ik ben weliswaar directeur-eigenaar van LBS, maar het bedrijf is van ons allemaal. Wij hebben geen rangen en standen. Wel is er een onderverdeling van taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden. Iedere medewerker heeft zijn eigen specialiteit, maar is multifunctioneel inzetbaar. Door die flexi-

biliteit functioneren wij als een hecht team."

Stam raakte al vroeg betrokken bij de signindustrie. "Ik kom uit een ondernemersfamilie (textielwinkels in Nederland en België, red.) en ging als kleine jongen al met mijn vader mee om winkels in te richten. Na mijn schooltijd kwam ik in dienst bij dd-reklame en werkte daar zestien jaar in diverse functies. Vervolgens

werkte ik ruim vijf jaar bij Blomsma Print & Sign als project- en accountmanager. LBS mocht ik vervolgens onder de vlag van een ander bedrijf opstarten. Na ruim anderhalf jaar nam ik dit signbedrijf over en werd LBS volledig zelfstandig."

## LANDELIJK OPEREREND

In de loop van de tijd groeide LBS uit tot een landelijk opererende organisatie met de focus op de restyling en branding van gebouwen en showrooms. Stam: "Dat is onze corebusiness. Onder die opdrachten bevinden zich grote projecten." Voor de uitvoering daarvan verwacht je een groot bedrijf, maar dat is niet het geval bij LBS. Stam: "Ons bedrijfsmodel bestaat uit een vaste kern van drie medewerkers (2,4 fte). Daaromheen zit een schil van een groot



► Het team van LBS, van links naar rechts: Danny Stam, Ciska van Middelkoop en Petra Ponsenkorevaar.

Foto's: Wilma Helder

aantal producenten en gespecialiseerde bedrijven waarmee wij samenwerken en waaraan we werk uitbesteden. Dat is een bewuste keuze omdat je daardoor binnen het kader van de opdracht kan kiezen voor de beste materialen en uitvoering. In onze eigen werkplaats doen we onder meer de voorbereiding en het assembleren. De projecten die wij realiseren, variëren van klein tot groot. Een voorbeeld van een groot project is de aankleding van het hoofdkantoor van T-mobile in Den Haag. Daar zijn kilometers wandvullende whiteboardfolie aangebracht op wanden en privacyfolie bij vergaderruimten. Ook werd de huisstijlkleur, een tint van magenta-roze, aangebracht op ramen, deuren en systeemwanden op de verschillende verdiepingen.”

#### KLEINE KERN

Het door Stam gekozen bedrijfsmodel om de kern van zijn bedrijf klein te houden en voor de uitvoering van opdrachten naadloos samen te werken met derden blijkt succesvol. De onderneming vertoont over de afgelopen jaren een gezonde groei en volgens Stam met een goede winstmarge. “Omdat we klein zijn, kunnen we snel

inspelen op veranderende omstandigheden. Ons succes danken wij ook aan onze medewerkers. Als we ergens aan beginnen dan moeten drie vragen worden beantwoord: vinden we het leuk, kunnen we het realiseren en is het rendabel? Zijn die vragen met ‘ja’ beantwoord dan heb je een enthousiast team dat dit enthousiasme ook naar de klant uitstraalt. Uiteraard is de toegevoegde waarde die wij leveren eveneens belangrijk. In mijn visie staat betrouwbaarheid met stip bovenaan. Als je met ons iets afsprekt dan staat dat in beton gegoten. Nooit laten we de klant in de steek. ‘Slim’ is eveneens een belangrijk kenmerk van LBS. De identiteit van een klant maken wij op een slimme manier visueel. Wij denken met de klant mee vanaf een creatief idee tot en met de volledige aankleding van een gebouw en showroom, zowel binnen als buiten. Om ons scherp te houden, vragen wij onze klanten regelmatig om feedback. Die gebruiken wij om onze producten en dienstverlening verder te optimaliseren. Klanten waarderen ons in het algemeen met een hoog rapportcijfer. Het klinkt misschien arrogant, maar omdat we ons werk zo goed doen, worden wij door onze klan-

#### JUBILEUMJAAR

Op 1 maart van dit jaar bestond LBS tien jaar. Danny Stam: “Het was de bedoeling om op die datum een knalfeest te geven maar dat kon vanwege corona niet doorgaan. In plaats daarvan gaan we de komende maanden onze relaties verrassen en bedanken voor het in ons gestelde vertrouwen. Dat moet nog wat handen en voeten krijgen, maar dat het origineel gaat worden is zeker.”

ten aanbevolen. Wij hebben dus niet een aparte verkoopafdeling.”

#### TOEKOMST

Over de toekomst is Stam positief. “Je hoeft geen geleerde te zijn om te constateren dat het komende halfjaar wegens corona lastig zal worden. Daardoor word je gedwongen na te denken, te innoveren en op verkenning te gaan naar nieuwe markten. Dit alles leidt er toe dat we nieuwe mogelijkheden creëren met als resultaat dat we een langetermijnplanning klaar hebben tot 2030 waarin sowieso geluk en vertrouwen bovenaan staan.”

[www.lbs.nl](http://www.lbs.nl)



▲ De aanpassing naar de nieuwe huisstijl van de A-vestigingen van Shurgard Self-Storage.



▲ Het kantoor van Center Parcs kreeg op een slimme manier een positieve sfeer.



▲ Een nieuw kleurrijk geheel met aansprekende visuele ruimten bij beslist.nl.



▲ De showrooms van automerk Lexus werden aangekleed volgens het retailconcept van 2020.