

Entertainment Distributie Nederland (EDN) startte zeven jaar geleden met de onlineverkoop van zijn producten, toen anderen internet nog vooral als bedreiging zagen. “Wie daar nu nog mee moet beginnen, is rijkelijk laat omdat de posities al zijn ingenomen”, meent directeur Rob van Amelsfoort.

DOOR: WERNER SCHLOSSER



EDN ziet overal kansen

De basis voor EDN werd ruim vijftien jaar geleden gelegd, toen Van Amelsfoort en zijn toenmalige compagnon een ECI-achtig bedrijf wilden opzetten. Erotiek bleek een uitermate winstgevend terrein. “De uitstraling van die producten was toen echter niet heel chique, aanstootgevend zelfs”, herinnert Van Amelsfoort zich. “Daarom maakten wij een catalogus die je bij wijze van spreken op de koffietafel kon laten liggen.”

Postorderbedrijf Knights was geboren. Vervolgens werd filmdistributiebedrijf Primetime overgenomen en een rechten-catalogus opgebouwd die dusdanig interessant werd, dat ook andere partijen die wilden gaan verkopen. Zo ontstond het eigen adultlabel Quest. De logistieke activiteiten werden gaandeweg steeds groter, doordat steeds meer labels hun distributie neerlegden bij EDN, zoals het bedrijf nu heet.

Marktplaats

EDN heeft naar eigen zeggen ‘een behoorlijke positie’ in de mainstream retailmarkt opgebouwd, “omdat we weten wat consumenten willen”. Dat gevoel bouwde Van Amelsfoort op in zijn eigen Movie MAX-videotheek, die hij in 2009 na 25 jaar verkocht. Dat hij dat via Marktplaats deed,

zegt veel over hem. “Ik run mijn bedrijf niet als manager, maar als ondernemer”, zegt hij. “Ik zoek dus altijd naar creatieve oplossingen.” Zo kijkt hij ook naar de markt. “Waar bedreigingen zijn, zijn ook kansen. Een ondernemer moet zich richten op die kansen.” Hij vervolgt: “De entertainmentbranche is afhankelijk van hardware, consumenten en economische ontwikkelingen. Als je daar niet snel op kunt reageren, heb je een probleem.”

Geen poeha

EDN hanteert de strategie om zijn product te leveren aan partners die al connecties met de consument hebben. Dit zijn vooral internet service providers. “Die factureren al aan eindgebruikers, bieden een netwerk en diensten die erg aansluiten bij ons product, zoals telefonie, televisie en internet. Overigens kunnen we ook namens andere leveranciers met die partijen onderhandelen.”

Zo aan het eind van het jaar bezinnen veel bedrijven zich volgens Van Amelsfoort weer op het uitbesteden van activiteiten. EDN kan die partijen een breed scala aan diensten bieden, waaronder logistiek (desgewenst wereldwijd) en webshop- of e-commerce-afwikkeling (denk aan voorraadbeheer, versturen en factureren). De

directeur noemt ‘een marktconforme prijsstelling’ daarbij als pluspunt van EDN. “Je betaalt niet voor allerlei poeha, maar voor de activiteit.”

Eigen schuld

Hoewel Van Amelsfoort blijft geloven in fysiek product (‘al is het slechts een memorystick’), ziet hij een verschuiving naar digitale producten. Vooral in zijn segment. “Mensen halen het gratis van internet, want het is hen onvoldoende duidelijk dat ze daarmee een dief of heler zijn. Als je naar een ander wijst, wijzen er echter ook altijd drie vingers naar jou zelf. De industrie is arrogant geweest en de wetgever nalatig. Maar ik heb goede hoop dat de labels en de overheid de situatie ten gunste weten te keren.” ■

EDN

Gerolsteinbaan 7-9

5121 DN Rijen

(t) 0161 228 454

(f) 0161 228 455

(e) info@e-d-n.com

(w) www.e-d-n.com

Contactpersoon: Rob van Amelsfoort