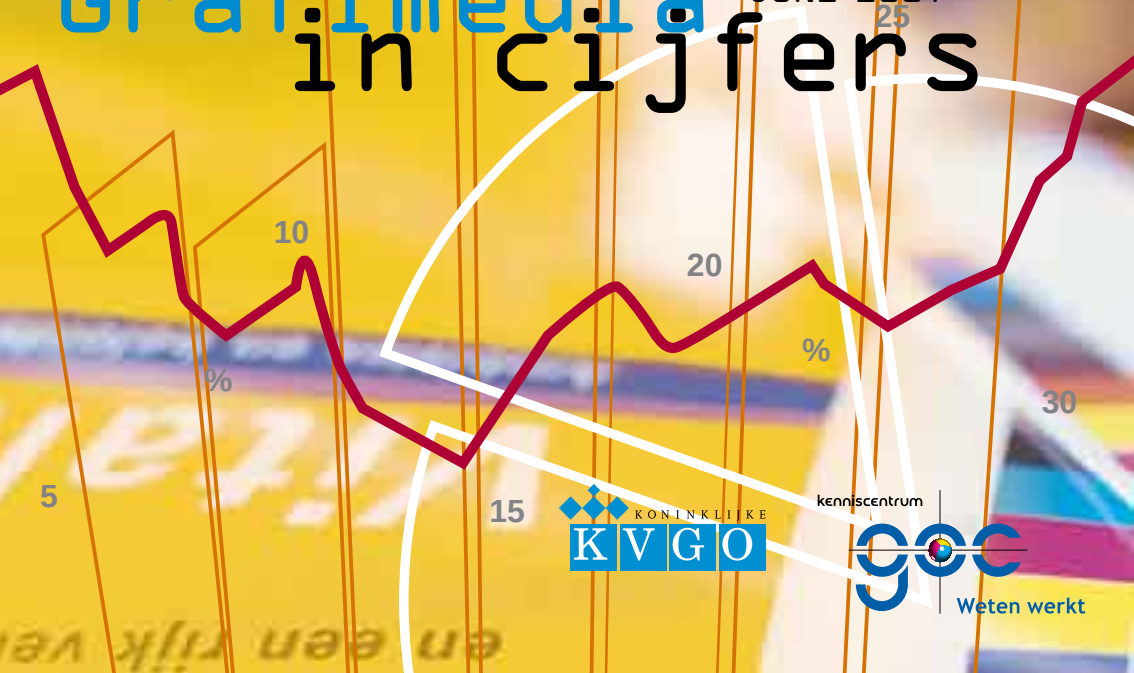


Grafimedia in cijfers

JUNI 2007



15



kenniscentrum



Weten werkt

Inhoud

Branche in cijfers

- 8 • Aantal bedrijven en werkzame personen in de branche
- 9 • Bedrijven en werkzame personen naar hoofdactiviteit bedrijf
- 10 • Ontwikkeling van de reële omzet in de grafmediabranche
- 11 • Verdeling van de omzet naar hoofdactiviteit bedrijf
- 12 • Verdeling van de omzet in drukkerijen naar soort product
- 13 • Verdeling van de omzet in de grafische afwerkingsbedrijven naar soort product
- 14 • De opbouw van de omzet bij verschillende soorten bedrijven
- 15 • Verdeling van de grafische omzet naar opdrachtgevers
- 16 • Im- en export van grafische producten 1996-2006
- 17 • Innovaties in nieuwe diensten bij grafmediabedrijven

Kerngegevens KVGO-leden

- 19 • Ontwikkeling aantal KVGO-ledenbedrijven en werkzame personen
- 20 • Aantal KVGO-ledenbedrijven en werkzame personen per provincie

Arbeidsmarkt in cijfers

- 22 • Werkgelegenheid naar beroepsgroep
- 23 • Regionale verschillen in vraag naar personeel
- 24 • Totaal aantal openstaande vacatures
- 25 • Moeilijk vervulbare vacatures en het benutten van wervingskanalen
- 26 • Werkzame beroepsbevolking Nederland en grafmediabranche
- 27 • Gemiddelde leeftijd en werkgelegenheid
- 28 • Leeftijdsopbouw werknemers grafmediabranche in 1995 en 2006
- 29 • Bedrijven met dag- en ploegendienst roosters
- 30 • Doorstroom gediplomeerden grafisch beroepsonderwijs
- 31 • Inkrimping in formatieplaatsen en aantal vacatures per beroepsgroep

Opleiding in cijfers

- 33 • Leerlingen in beroepsopleiding en geaccrediteerde leerbedrijven
- 34 • Grafmediaberoepsopleiding 2006-2007
- 35 • Aantal leerbedrijven naar hoofdactiviteit
- 36 • Samenhang instroom jonge werknemers en beroepsopleiding in bedrijven
- 37 • Overzicht cursisten open inschrijving en in-companyprojecten over acht jaar
- 38 • Aantal cursisten in 2006 bij het trainingscentrum van Kenniscentrum GOC
- 39 • Cursusdeelnemers Kenniscentrum GOC naar leeftijd



Voorwoord

Alweer voor de vierde keer verschijnt 'Grafimedia in cijfers' in zijn huidige vorm. Deze uitgave, gemaakt door de Koninklijke KVGO en Kenniscentrum GOC, is inmiddels uitgegroeid tot een onmisbaar naslagwerk. Op een overzichtelijke wijze worden actuele cijfers op het gebied van de omvang van de branche, ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en gevolgde opleidingen gepresenteerd.

Up-to-date cijfermateriaal van een veranderende grafimediabranche is wenselijk. Het blijkt dat dergelijke informatie een belangrijke en nuttige functie vervult bij de besluitvorming van menig grafimedia-ondernemer.

Het KVGO en Kenniscentrum GOC zijn ervan overtuigd dat de in deze uitgave gepresenteerde cijfers een goed beeld geven van de omvang en ontwikkelingen in de grafimedia-branche.

Koninklijke KVGO

Het KVGO is de werkgeversorganisatie in de grafimediabranche. De grenzen van de bedrijfstak vervagen en de rol van het KVGO wordt breder. Het beleid is gericht op groei in de sectoren binnen de communicatiemedia.

De kerntaken zijn: CAO en sociale zekerheid, Arbo en milieu, Sociaal Platform, Kennis en Informatie, Imago.

De belangenbehartiging moet voor de leden direct of indirect een herkenbare toegevoegde waarde opleveren.

Kenniscentrum GOC

Kenniscentrum GOC is er voor Onderwijs, Arbeidsmarkt en Training & Advies in de grafimediabranche. Het kenniscentrum voert een groot deel van de activiteiten uit in opdracht van de sociale partners in de branche: Koninklijke KVGO, NDP, VRN, FNV-KIEM en CNV-Media.

Kenniscentrum GOC houdt zich bezig met het verbeteren van de aansluiting van het grafimediaberoepsonderwijs op de praktijk en is verantwoordelijk voor voldoende goede leer- en stageplaatsen. Zij onderzoekt de arbeidsmarkt en ontwikkelt met die kennis instrumenten waarmee werkgevers en werknemers hun arbeidsmarktpositie kunnen versterken. Kenniscentrum GOC biedt een breed scala aan trainingen, in het trainingscentrum in Veenendaal, in-company als maatwerkproject of via internet als e-learning.

Branche in cijfers 7

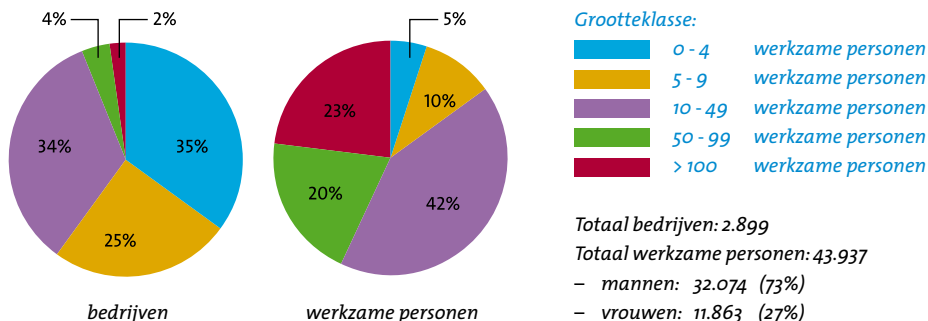


Aantal bedrijven en werkzame personen in de branche

8

De grafimediabranche bestaat voor een groot deel uit kleine en middelgrote bedrijven. Bijna tweederde van de bedrijven telt minder dan 10 werkzame personen en slechts 55 bedrijven hebben meer dan 100 medewerkers. Het gemiddelde over alle bedrijven ligt op 15 werkzame personen. Deze gemiddelde bedrijfsgrootte daalde de afgelopen 10 jaar vanwege de krimpende werkgelegenheid binnen de branche. Vooral de grote bedrijven nemen in omvang af.

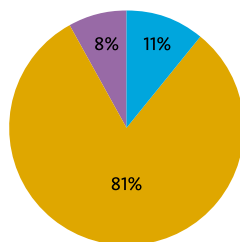
Alhoewel er weinig grote bedrijven zijn, werken daar wel veel mensen. Bij de 55 bedrijven met meer dan 100 werknemers, voornamelijk drukkerijen, werken zo'n 10.000 mensen. De meeste werkgelegenheid zit echter bij het middelgrote bedrijf dat tussen de 10 en 100 medewerkers heeft. Daar werken in totaal ongeveer 27.200 mensen.



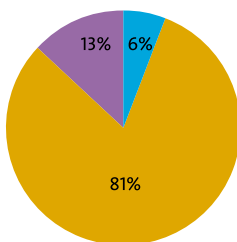
Bedrijven en werkzame personen naar hoofdactiviteit bedrijf

Een andere manier om bedrijven in te delen is naar hun grafische hoofdactiviteit. De hoofdactiviteit heeft te maken met specialisatie in een bepaalde fase in het grafische productieproces: voorbereidende werkzaamheden (prepress), drukken en grafisch afwerken.

307 Bedrijven zijn gespecialiseerd in voorbereidende werkzaamheden en hier werken 2.812 personen. 232 Bedrijven hebben zich toegelegd op de grafische afwerking en hebben in totaal 5.580 personen in dienst. Verreweg de grootste groep bedrijven (2.360) heeft als hoofdactiviteit drukken. Driekwart van hen voert ook de bijbehorende voorbereidings- en grafische afwerkingswerkzaamheden zelf uit. In totaal werken 35.545 mensen in een drukkerij.



bedrijven



werkzame personen

Hoofdactiviteit:

- voorbereiding
- drukken
- afwerking

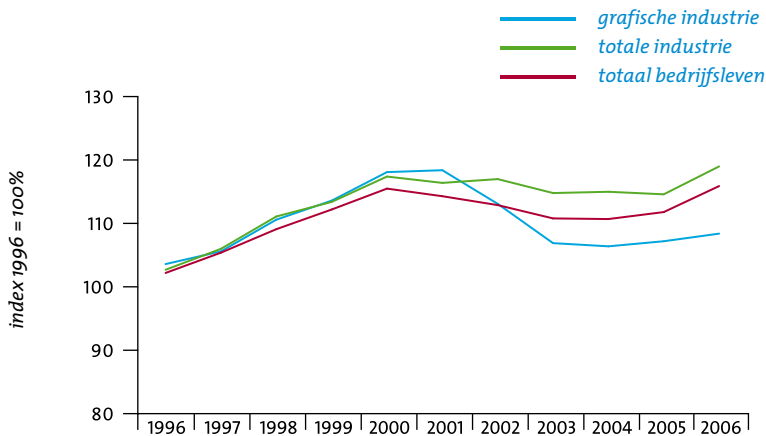
Totaal bedrijven: 2.899

Totaal werkzame personen: 43.937

Ontwikkeling van de reële omzet in de grafimediabranche

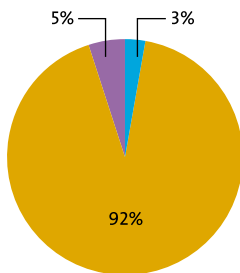
10

In de tweede helft van de jaren 90 was er een economische hoogconjunctuur. De omzetontwikkeling van de grafimediabranche hield gelijke tred met die van de totale industrie en was zelfs iets beter dan voor de gehele Nederlandse economie. Echter sinds de economische teruggang vanaf 2001 doet de grafimediabranche het een stuk slechter dan de totale industrie en het totale bedrijfsleven. Hieruit blijkt dat de grafische bedrijven sterk reageren op de ontwikkelingen in de economie (de reële omzet is gecorrigeerd voor de jaarlijkse prijsontwikkeling).



Verdeling van de omzet naar hoofdactiviteit bedrijf

De drukkerijen produceerden in 2006 een omzet van ruim 6,9 miljard euro aan drukwerk, dat is 92% van de totale omzet in de branche. Gespecialiseerde voorbereidingsbedrijven produceerden samen een omzet van 247 miljoen euro (3%) en gespecialiseerde grafische afwerkingsbedrijven 362 miljoen euro (5%). De totale omzet in de branche was in 2006 ruim 7,5 miljard euro. In drukkerijen en afwerkingsbedrijven groeide in 2006 de omzet en in voorbereidingsbedrijven daalde de omzet omdat opdrachtgevers steeds meer zelf de opmaak verzorgen.



Activiteit:

- gespecialiseerde voorbereidingsbedrijven
- drukkerijen
- gespecialiseerde afwerkingsbedrijven

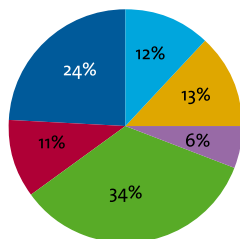
Totaal omzet grafimediabranche 2006: € 7.532.000.000

Verdeling van de omzet in drukkerijen naar soort product

12

De gespecialiseerde voorbereidingsbedrijven leveren een breed scala aan producten, waaronder ook digitale bestanden. Deze digitale bestanden dienen niet alleen als basis voor drukwerk, maar ook voor andere media. Door deze verwevenheid van technieken is het niet goed mogelijk een uitsplitsing van de omzet naar productgroepen te maken. Bij drukkerijen en afwerkingsbedrijven kan dit wel.

Reclamedrukwerk vormt 34% van de totale omzet in drukwerk. Daarom is de branche zo gevoelig voor de economische conjunctuur. In economisch slechte tijden worden reclamebudgetten ingekrompen en dit heeft direct grote gevolgen voor de omzet van grafische bedrijven. In mindere mate geldt dit ook voor de omzet van kranten en tijdschriften. De omzet in boeken en jaarverslagen is minder gevoelig voor economische schommelingen. Ook andere mediavormen als internet en DVD blijken sterk gevoelig te zijn voor de economische conjunctuur.



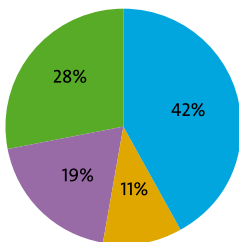
Producten:

- krant(achtig)en
- tijdschriften
- boeken/jaarverslagen
- reclamedrukwerk
- verpakingsdrukwerk
- overig drukwerk

Totaal omzet drukkerijen: € 6.913.000.000

Verdeling van de omzet in de grafische afwerkingsbedrijven naar soort product

Opdrachtgevers kiezen steeds meer voor een gespecialiseerde marktbenadering bij de communicatie met hun klanten en combineren daarbij meerdere mediavormen (crossmedia). Dit leidt tot een grotere diversiteit in opdrachten voor grafische bedrijven. Daarbij laten veel opdrachtgevers ook graag de adressering en postverzending over aan specialisten. Grafische afwerkingsbedrijven spelen hier op in door kleine orders met speciale bindtechnieken snel te kunnen verwerken. Indien nodig kunnen deze bedrijven zelfs de database van de opdrachtgever geschikt maken voor de toepassing van gepersonaliseerd drukwerk en moderne marketingtechnieken.



Producten:



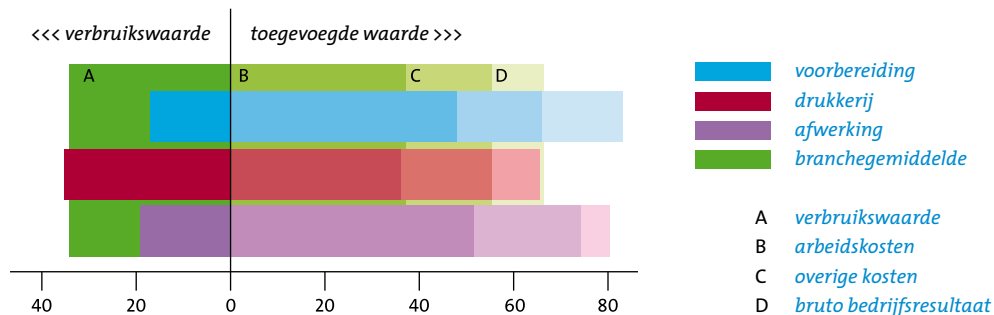
Totaal omzet afwerkingsbedrijven: €362.000.000

De opbouw van de omzet bij verschillende soorten bedrijven

14

Grafische bedrijven kopen materialen in om producten te kunnen maken. De kosten van deze ingekochte materialen worden in economische termen verbruikswaarde genoemd. Daarnaast betalen bedrijven arbeidskosten, maken zij overige kosten en zij willen er iets op verdienen (bruto bedrijfsresultaat).

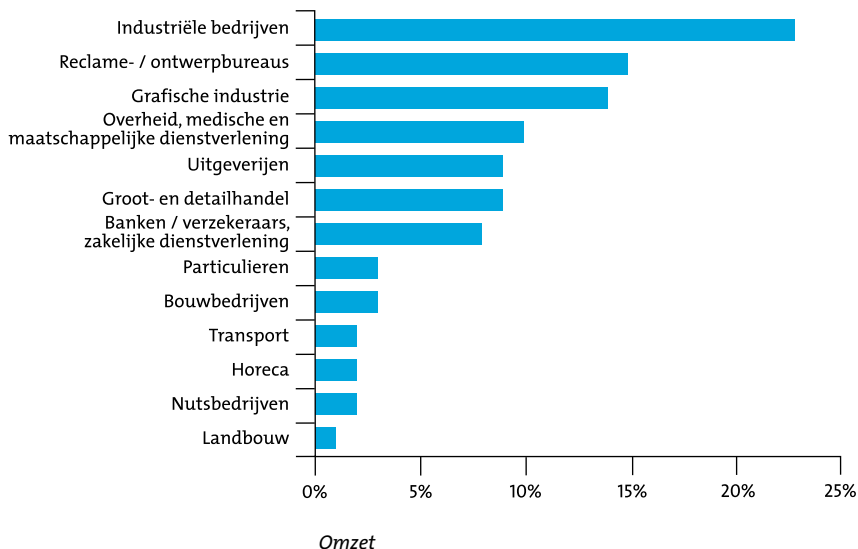
Voor de verschillende bedrijven en voor de gehele branche is de verdeling van deze kosten in kaart gebracht. Duidelijk is te zien dat drukkerijen meer verbruikswaarde in hun omzet hebben dan voorbereidings- en grafische afwerkingsbedrijven. De omzet van voorbereidings- en grafische afwerkingsbedrijven bestaat daarentegen voor een groter deel uit arbeidskosten. Het bruto bedrijfsresultaat is het laagst bij afwerkingsbedrijven en het hoogst bij voorbereidingsbedrijven.



Verdeling van de grafische omzet naar opdrachtgevers

De verdeling van de omzet over de jaren heen genomen is gelijk gebleven. Bijna een kwart van de omzet binnen de grafimediabranche komt rechtstreeks van industriële bedrijven, 15% komt via de reclamebranche. Grafische bedrijven besteden ook vaak een deel van het werk uit aan gespecialiseerde grafische bedrijven (bijv. van drukkerij naar afwerkingsbedrijf). Ze voeren ook onderling opdrachten voor elkaar uit.

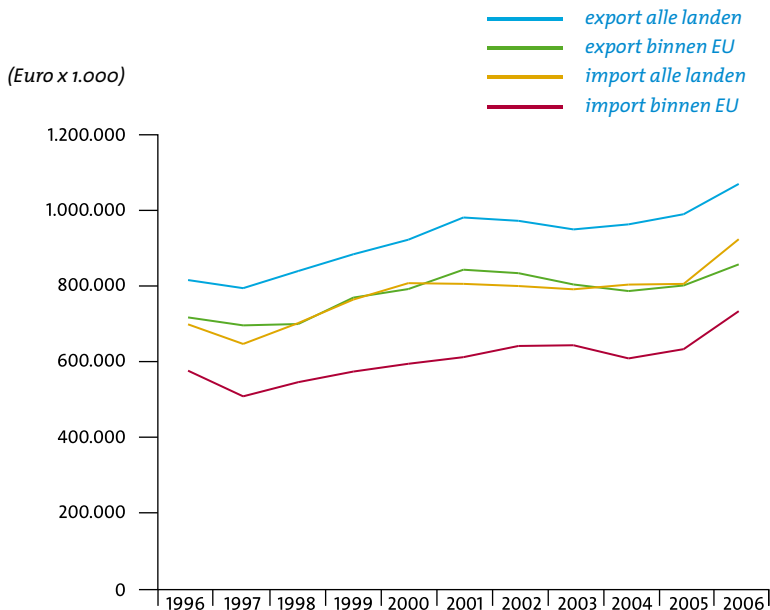
Opdrachtgevers



Im- en export van grafische producten 1996-2006

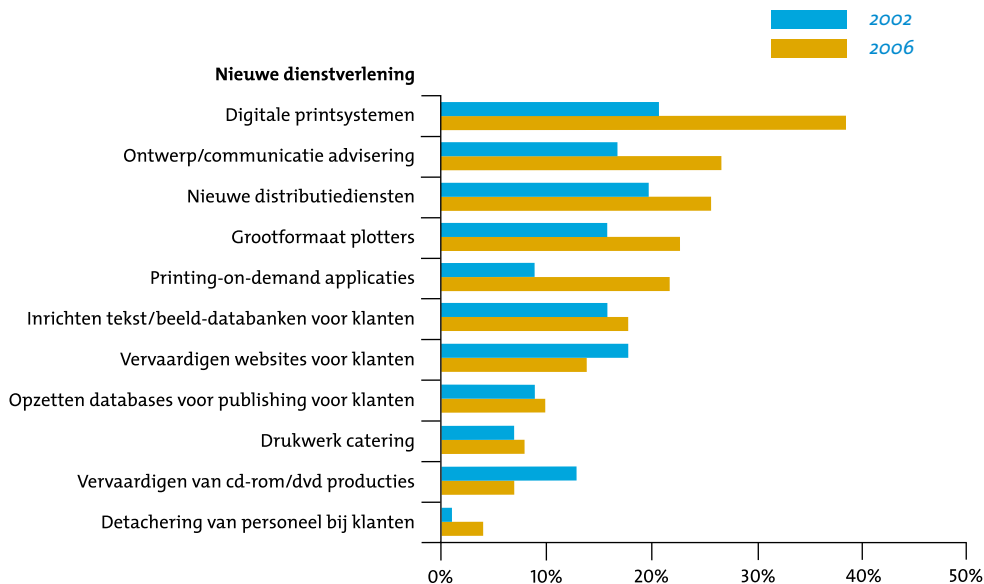
16

In de afgelopen 10 jaar is de export van in Nederland geproduceerde grafische producten naar het buitenland 20% hoger geweest dan de import van grafische producten. Wel blijkt dat steeds meer import en export van grafische producten plaatsvindt met landen buiten de Europese Unie. Dit betekent dat de grafische markt voor Nederland steeds meer buiten Europa ligt. De afgelopen jaren ontliep de groei in im- en export elkaar niet veel. In 2006 groeide de import echter tweemaal zo snel dan de export. De concurrentie vanuit het buitenland neemt dus toe.



Innovaties in nieuwe diensten bij grafimediabedrijven

De verspreiding van nieuwe technieken en dienstverlening is een graadmeter van de innovatie binnen een bedrijfstak. De snelst groeiende innovatie in de grafimediabranche is de toepassing van professionele printsystemen naast vertrouwde druktechnieken als offset. Grafische bedrijven bieden steeds meer een breed scala aan crossmediatechnieken aan en adviseren hun klanten over de mogelijkheden daarvan.



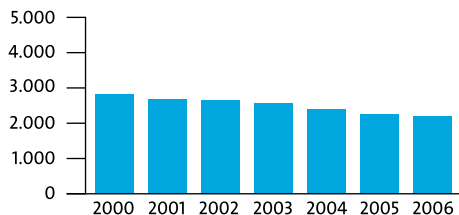
Percentage bedrijven dat nieuwe dienstverlening uitvoert

18 Kerngegevens KVGO-leden



Ontwikkeling aantal KVGO-ledenbedrijven en werkzame personen

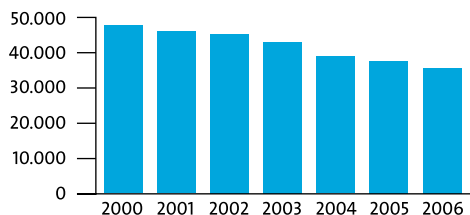
KVGO-ledenbedrijven



voorbereidingsbedrijven	214
drukkerijbedrijven	1.639
afwerkingsbedrijven	161
overige bedrijven	242

Totaal per 1 januari 2006 2.256

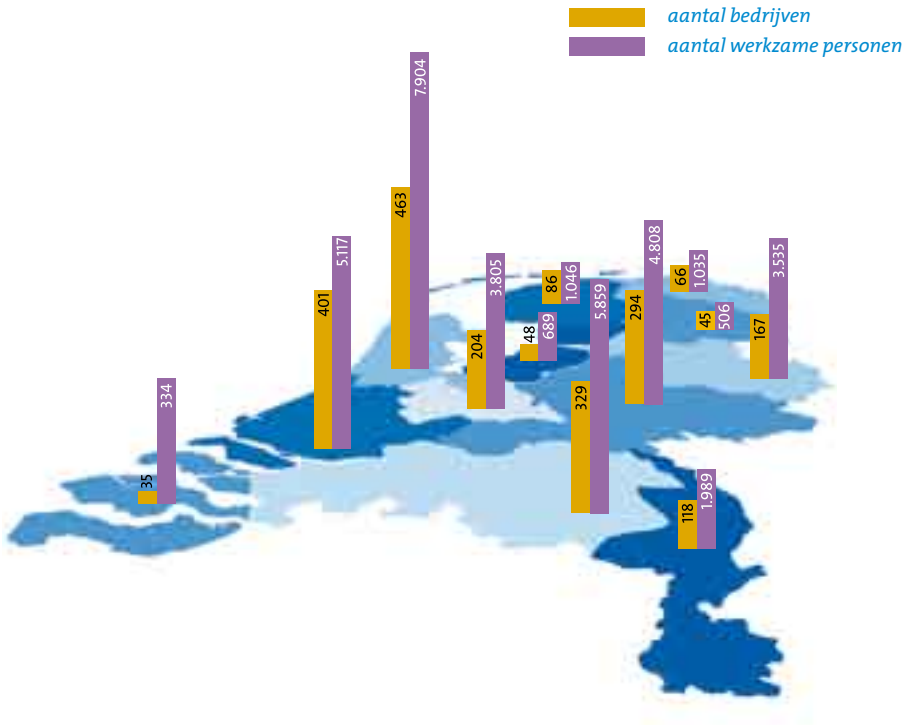
Werkzame personen



voorbereidingsbedrijven	2.061
drukkerijbedrijven	26.146
afwerkingsbedrijven	4.118
overige bedrijven	4.302

Totaal per 1 januari 2006 36.627

Aantal KVGO-ledenbedrijven en werkzame personen per provincie



bron: Koninklijke KVGO 2006

Arbeidsmarkt in cijfers

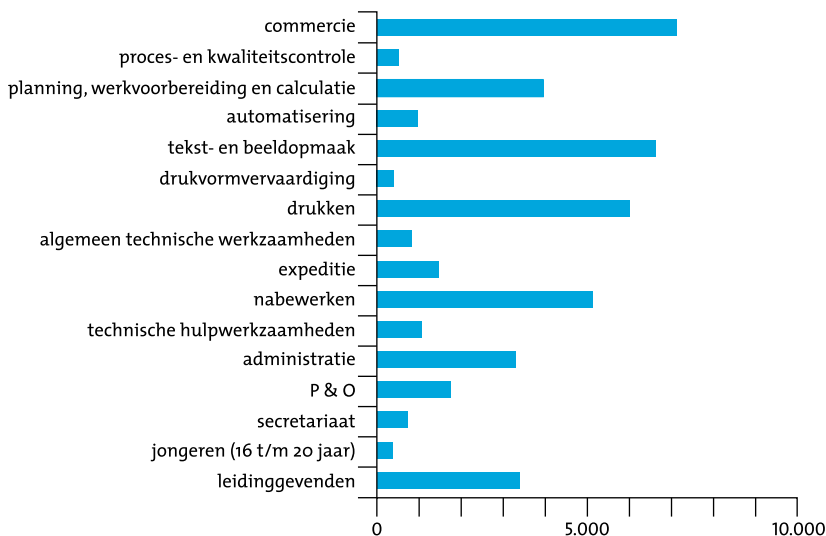
21



Werkgelegenheid naar beroepsgroep

22

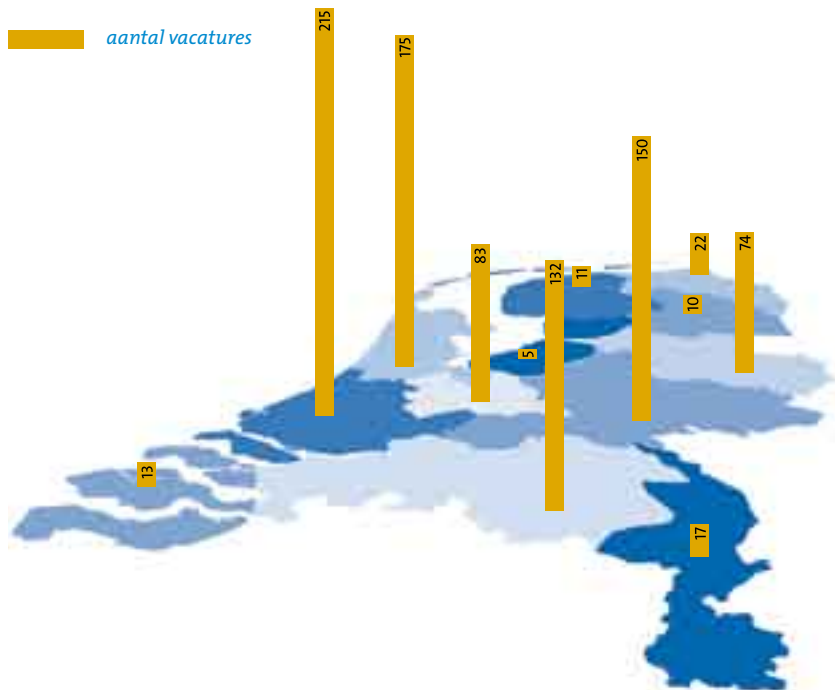
Er zijn vier grote beroepsgroepen binnen de grafimediabranche aanwezig die de basis vormen van de grafische bedrijvigheid. Commercieel personeel, tekst- en beeldopmakers (dtp'ers), drukkers en nabewerkers. Tellen we alle mensen bij elkaar die in de nabewerking werkzaam zijn, inclusief expeditie en technische hulpwerkzaamheden, dan vormen zij zelfs de grootste beroepsgroep. De meeste nabewerkers werken in een nabewerkingsafdeling van een drukkerij en niet bij een gespecialiseerd nabewerkingsbedrijf.



Totaal werkzame personen 2006: 43.937

Regionale verschillen in vraag naar personeel

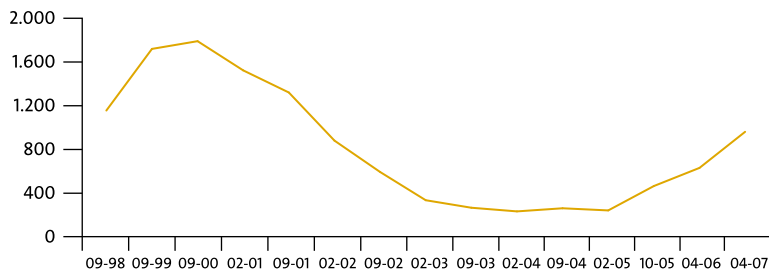
Er bestaan grote verschillen tussen de provincies in grafische werkgelegenheid en daarmee in het aantal vacatures. Vanaf 2005 neemt het aantal vacatures weer toe en deze trend zet zich in 2006 en 2007 door. Ondanks het teruglopen van de werkgelegenheid zullen er door de vergrijzing steeds meer vacatures ontstaan. Er dreigt zelfs een tekort aan geschoolde drukkers en nabewerkers.



Totaal aantal openstaande vacatures

24

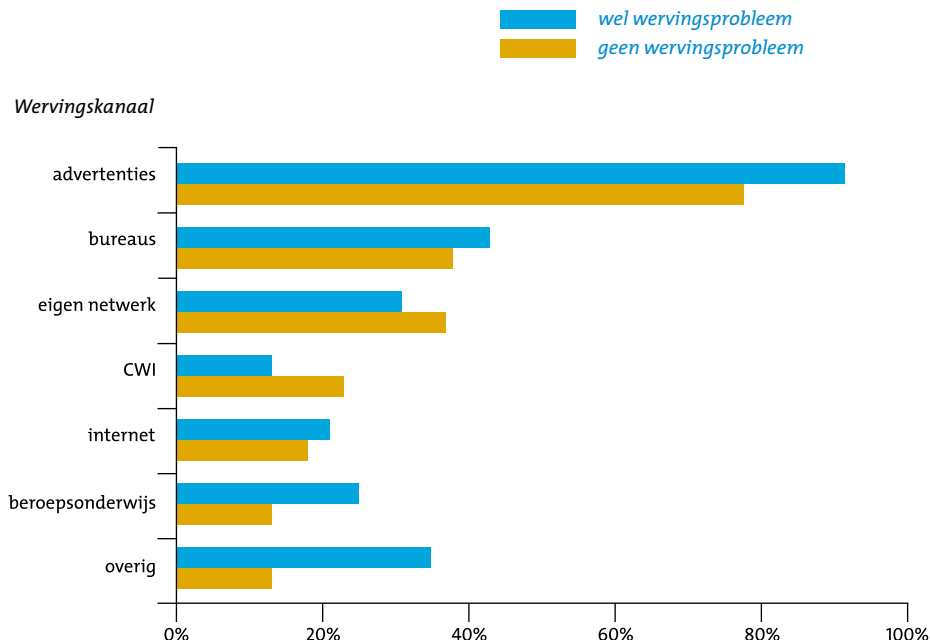
Het aantal vacatures binnen de grafimediabranche trekt in 2007 fors aan. Met ruim 950 vacatures zit de branche bijna weer op het zelfde niveau als in 1998, toen er gesproken werd over een economische hoogconjunctuur.



Totaal aantal openstaande vacatures binnen de grafimediabranche mei 2007: 958

Moeilijk vervulbare vacatures en het benutten van wervingskanalen

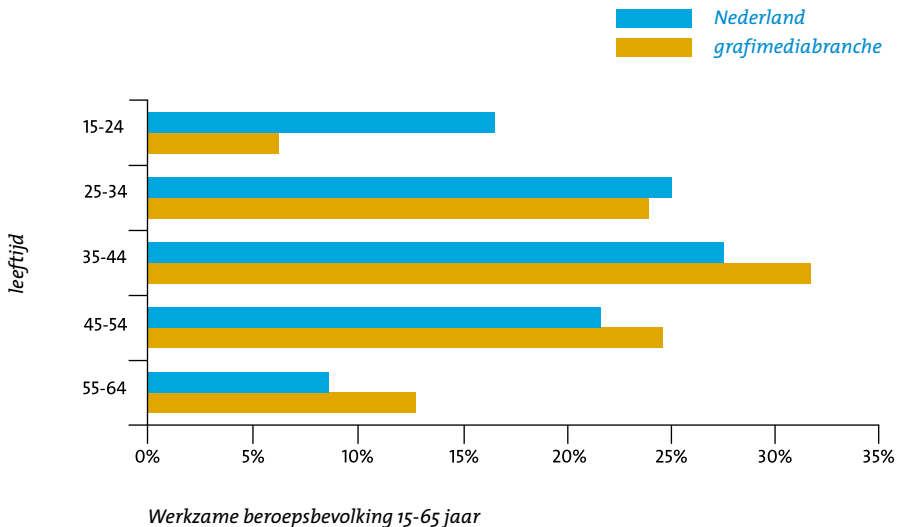
Bijna een kwart van de grafimedia-bedrijven met openstaande vacatures heeft moeite deze opgevuld te krijgen. Opmerkelijk is dat bedrijven die geen moeite hebben hun vacatures te vervullen zelfs minder verschillende wervingskanalen gebruiken. Deze succesvolle bedrijven werven hun personeel echter vaker via het CWI en benutten bovendien hun eigen netwerk beter.



Werkzame beroepsbevolking Nederland en grafimediabranche

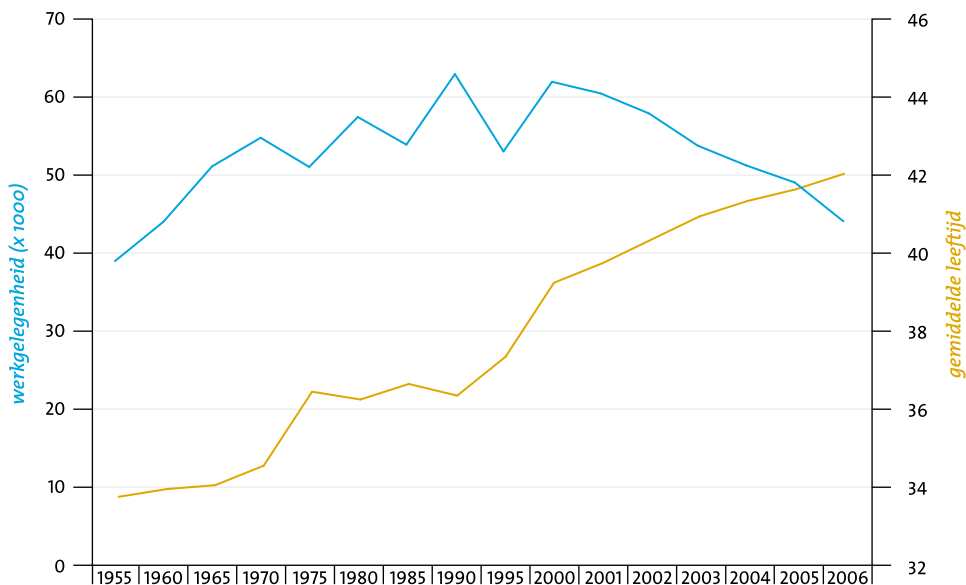
26

In de grafimediabranche werken ten opzichte van de Nederlandse bevolking minder jongeren tot 25 jaar en meer ouderen boven de 50 jaar.



Gemiddelde leeftijd en werkgelegenheid

De gemiddelde leeftijd binnen de branche was in 2006 precies 42 jaar: dus de helft van alle werknemers is 42 jaar of ouder. Opvallend is dat steeds als de werkgelegenheid afneemt de gemiddelde leeftijd flink toeneemt. Dat komt omdat bij een dalende werkgelegenheid veel minder jongeren de bedrijven instromen

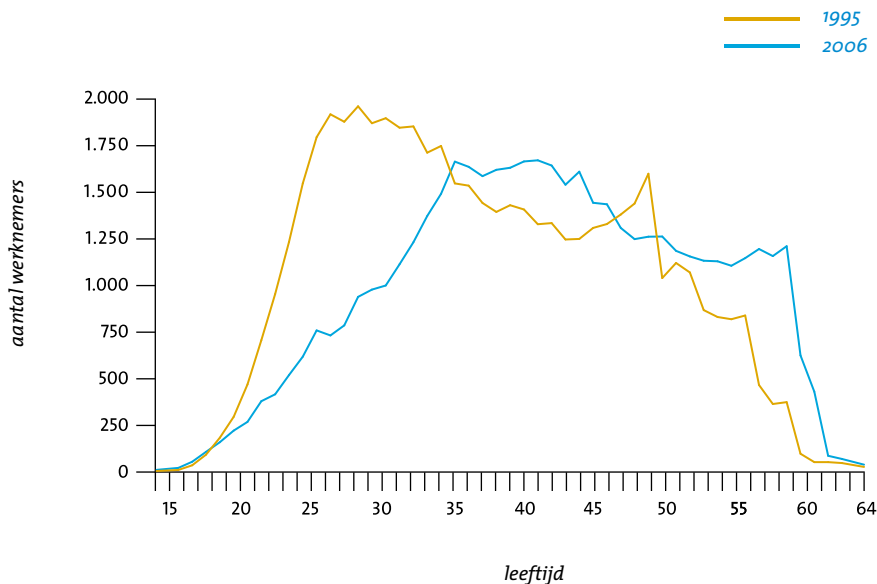


Leeftijdsofbouw werknemers grafimediabranche in 1995 en 2006

28

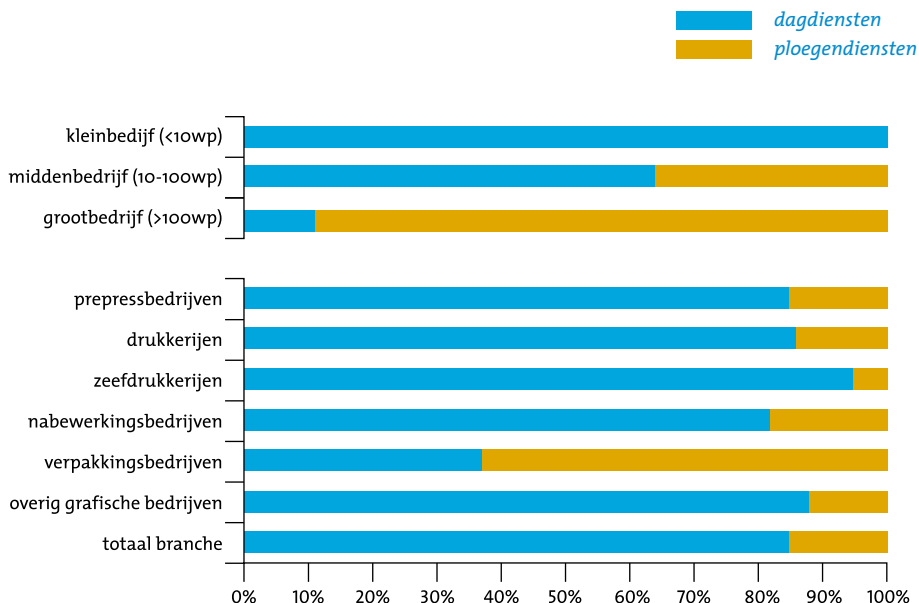
Uit de grafiek blijkt dat een grote groep werknemers over een aantal jaren met pensioen gaat. Voor een belangrijk deel moeten deze werknemers worden vervangen. Doordat langer wordt doorgewerkt, is de sterke toename van de vervangingsvraag naar een later tijdstip verschoven.

Het steeds langer moeten doorwerken betekent dat ook de gemiddelde leeftijd binnen de branche verder toeneemt.



Bedrijven met dag- en ploegdienst roosters

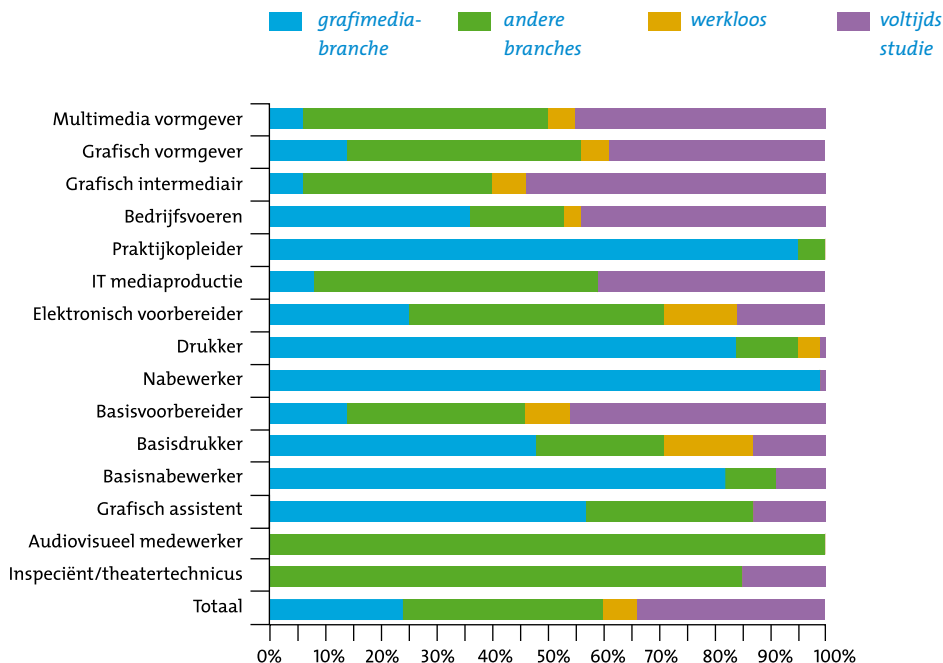
Bedrijven die gespecialiseerd zijn in verpakingsdrukwerk produceren vaak voor grote orders. De productietijd is echter kort. Daarom werken zij veel in een 24-uurs rooster. Hetzelfde geldt voor de grote drukkerijen die hoge oplages van kranten en tijdschriften drukken. Zo'n 24-uursrooster kan bestaan uit (een combinatie van) 3-, 4- en 5-ploegendiensten. Bij deze bedrijven werken vooral de werknemers in productiefuncties in ploegdiensten. Kantoorpersoneel werkt voornamelijk in de dagdienst.



Doorstroom gediplomeerden grafisch beroepsonderwijs

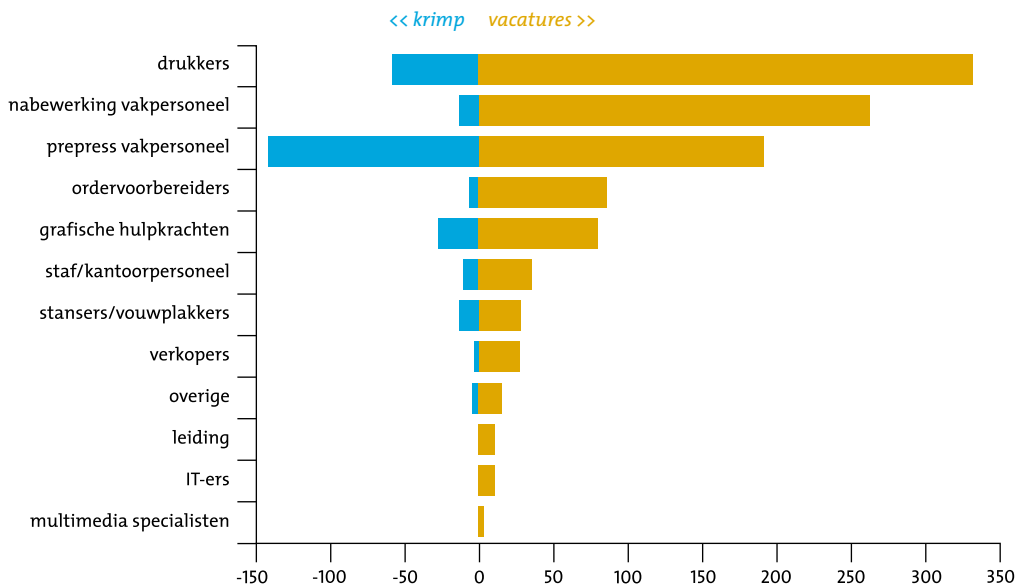
30

Mbo-leerlingen die opgeleid worden voor grafische beroepen als drukker en nabewerker komen bijna allemaal direct in de grafimediabranche terecht. Schoolverlaters in vormgeving en nieuwe mediaberoepen gaan vaker naar het hbo of naar bedrijven in andere sectoren.



Inkrimping in formatieplaatsen en aantal vacatures per beroepsgroep

Binnen de grafimediabranche is in de afgelopen jaren de inkrimping in het personeelsbestand groter geweest dan het aantal vacatures. Hierdoor concurreren ontslagen werknemers en schoolverlaters met elkaar om het gering aantal openstaande vacatures. Voor vormgevers en dtp'ers zijn er buiten de grafimediabranche nog wel redelijk wat vacatures te vinden. Voor drukkers, nabewerkers, verkopers en ordervoorbereiders is de verhouding tussen het aantal vacatures en de inkrimping in 2006 sterk verbeterd en deze trend zet zich in 2007 door.



32 Opleiding in cijfers



Leerlingen in beroepsopleiding en geaccrediteerde leerbedrijven

Alle leerlingen in het MBO-beroepsonderwijs lopen stages in bedrijven of hebben een leerplaats bij het bedrijf waar ze als werknemer in dienst zijn. Deze leerplaatsen zijn geaccrediteerd (goedgekeurd) door Kenniscentrum GOC en staan in een register van leerbedrijven. Sinds enkele jaren zijn er ook speciale leerplaatsen voor VMBO-leerlingen.

Opleiding	Niveau	Leerlingen	Leerbedrijven
Assistent	1	21	146
Artiest	4	969	76
AV-productie	4	1.079	219
AV-productie	3	702	439
AV-productie	2	103	14
DTP	3	943	1.295
DTP	2	41	733
Mediamanagement	4	725	675
Mediatechnologie	4	625	659
Mediavormgever	4	7.637	2.347
Podium- en evenemententechniek	4	101	332
Podium- en evenemententechniek	3	357	321
Podium- en evenemententechniek	2	32	42
Printmedia	3	138	893
Printmedia	2	571	937
Totaal		14.044	4.390
Leerbedrijven in het buitenland	MBO	*	38
VMBO leerwerkplaatsen	VMBO	*	122

* ontbrekende gegevens

Grafimediaberoepsopleiding 2006-2007

34

MBO-school	Leerlingen
Grafisch Lyceum Rotterdam	3.138
Mediacollege Amsterdam	1.995
Grafisch Lyceum Utrecht	1.719
De Eindhovense School	1.208
ROC Deltion College	868
ROC Midden Nederland	635
ROC Friesland College	550
ROC van Amsterdam	529
ROC Friese Poort	512
ROC Rijn IJssel	400
ROC van Twente	293
ROC Onderwijsgroep A12	270
ROC West Brabant	265
ROC Koning Willem I	223
ROC Albeda College	168
ROC Nijmegen eo	167
ROC Midden Brabant	153
ROC Landstede	149
CIBAP vakcollege	126
ROC Amarantis	124
ROC Noorderpoortcollege	122
ROC Da Vinci college	82
ROC Zeeland	81
ROC Alfa College	75
ROC AVENTUS	65
ROC Drenthe College	53
ROC Flevoland	49
ROC Eindhoven	25
Totaal	14.044

Aantal leerbedrijven naar hoofdactiviteit

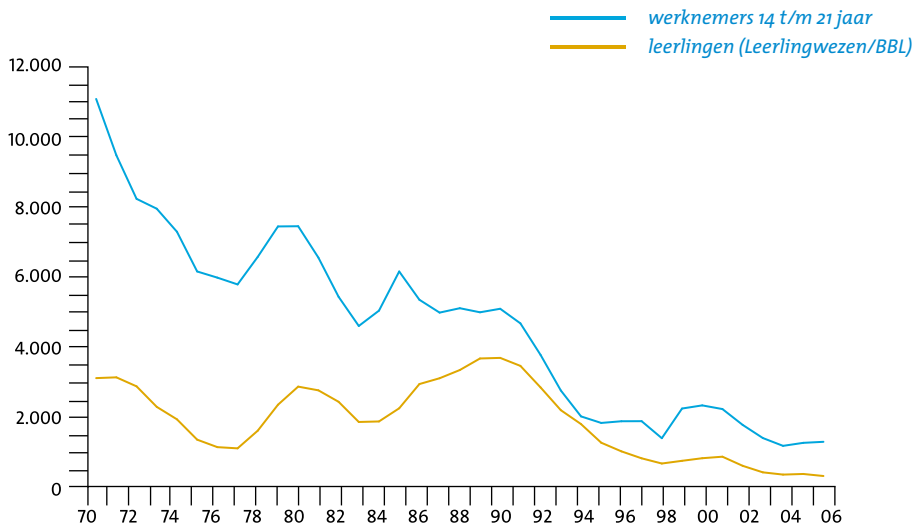
Aan een goed leerbedrijf worden voorwaarden gesteld. Wanneer bedrijven aan deze voorwaarden voldoen, dan worden ze door Kenniscentrum GOC erkend (geaccrediteerd). De leerlingen krijgen in deze bedrijven een goede beroepsopleiding. De erkende leerbedrijven zijn via de website www.goc.nl in het register leerbedrijven te vinden.

Grafmediabranche	Aantal bedrijven	Overige branches	Aantal bedrijven
Prepressbedrijf	77	Multimediabedrijf	584
Drukkerij	954	Reclamebureau	1101
Nabewerkingsbedrijf	69	Signbedrijf	106
Kartonnagebedrijf	33	Copy/printbedrijf	111
Overig	22	Uitgeverij	97
Buitenland	3	Audiovisueel	399
		Theater en podia	332
		Onderwijsinstelling	31
		Overige	474
		Buitenland	35
Totaal leerbedrijven	1158	Totaal leerbedrijven	3270
Aandeel leerbedrijven binnen branche mutatie t.o.v 2006	40% +4		+423

Samenhang instroom jonge werknemers en beroepsopleiding in bedrijven

36

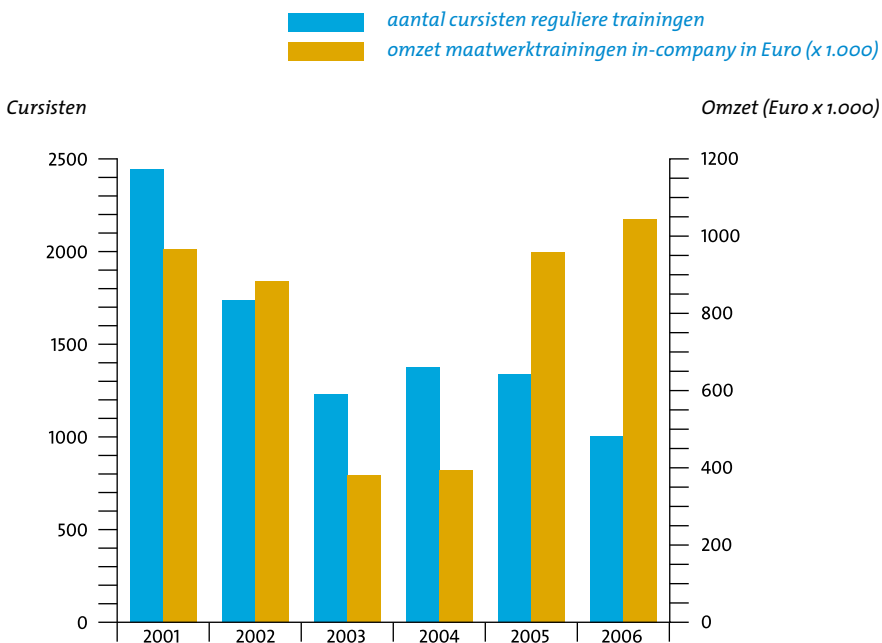
De bereidheid van grafische bedrijven om leerlingen een beroepsopleiding te geven hangt sterk samen met de werkgelegenheidsontwikkeling. Vanaf begin jaren negentig loopt de instroom van nieuwe (jonge) medewerkers sterk terug. Dat is te zien in het aandeel dat jongeren uitmaken in de totale werkgelegenheid in de branche. De opleiding binnen bedrijven (BBL: beroepsbegeleidende leerweg) vertoont een overeenkomstig beeld. Net als in de jaren tachtig het geval was wil de overheid bedrijven stimuleren meer jongeren een leerwerkplek aan te bieden.



Overzicht aantal cursisten open inschrijving en in-companyprojecten over acht jaar

Kenniscentrum GOC biedt reguliere cursussen aan waarop bedrijven hun werknemers kunnen inschrijven en maatwerktrainingen die in-company worden gegeven.

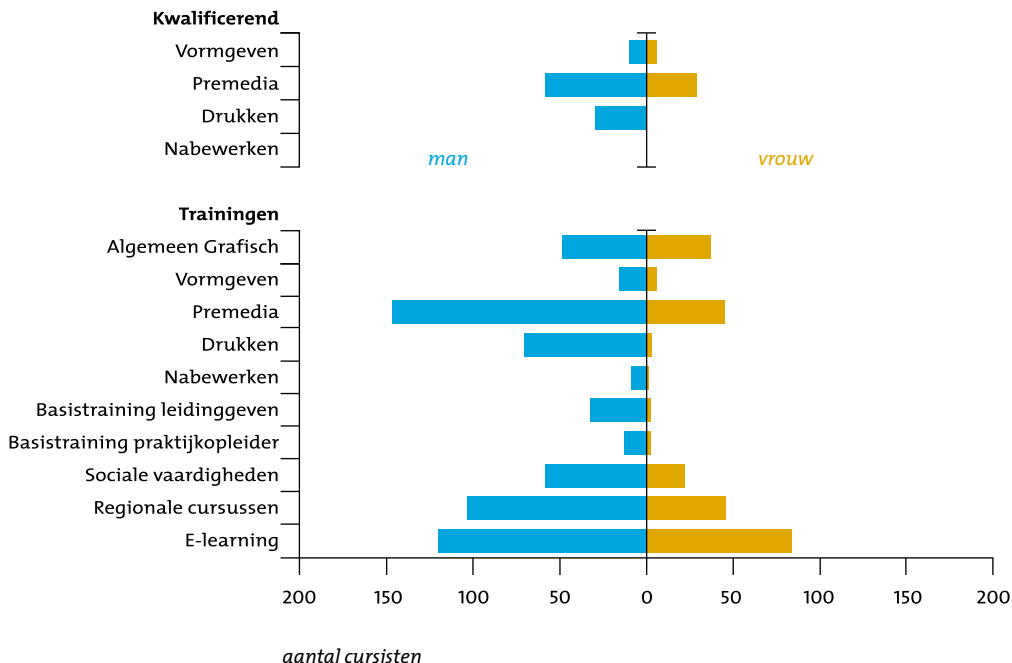
Veel bedrijven bezuinigen op opleidingen als het economisch slechter gaat. Daarnaast blijkt dat bedrijven de afgelopen jaren steeds vaker maatwerktrainingen willen die in-company worden gegeven.



Aantal cursisten in 2006 bij het trainingscentrum van Kenniscentrum GOC

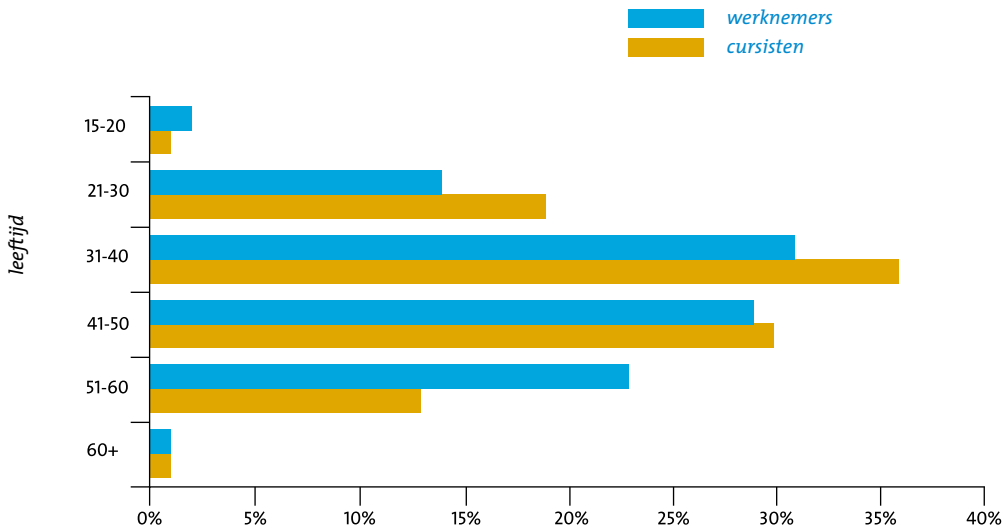
38

Van de korte cursussen trekt premedia de meeste deelnemers (24%). Van alle cursisten is 28% vrouw. Daarmee zijn vrouwen evenredig vertegenwoordigd onder de cursisten omdat van de totale werkgelegenheid 27% vrouw is.



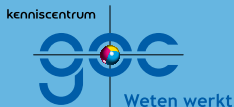
Cursusdeelnemers Kenniscentrum GOC naar leeftijd

Onder de cursisten zijn de oudere leeftijdsgroepen minder goed vertegenwoordigd. Het omslagpunt ligt rond het 50ste jaar. Ook jongeren onder de 20 jaar zijn minder vertegenwoordigd, maar deze werknemers volgen vooral nog een beroepsopleiding en dat is geen cursus.



	werknemers	cursisten
mannen	72,5%	71,8%
vrouwen	27,5%	28,2%

Uitgave:



Koninklijke KVGO
Startbaan 10, 1185 XR Amstelveen
Postbus 220, 1180 AE Amstelveen
T (020) 543 56 78
F (020) 543 54 75
E-mail: info@kvgo.nl
Internet: www.kvgo.nl

Kenniscentrum GOC
De Schutterij 2, 3905 PL Veenendaal
Postbus 347, 3900 AH Veenendaal
T (0318) 53 91 11
F (0318) 52 99 69
E-mail: info@goc.nl
Internet: www.goc.nl

Voorbehoud

De redactie is niet verantwoordelijk voor de juistheid van gegevens die door derden werden verstrekt en is niet aansprakelijk voor de gevolgen voortvloeiend uit onvolledige of foutieve informatie. Aan de redactionele inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Niets uit deze uitgave mag zonder (schriftelijke) toestemming van de uitgever worden veeleenvoudigd en/of openbaar worden gemaakt.