



Brookz

Sectormonitor

Cijfers en trends in de overnamemarkt
voor MKB-bedrijven

Self Storage

Ontwikkeld in samenwerking met Inter Actus

 **inter actus**

Voorwoord

Dit is de Brookz Sectormonitor voor de sector Self Storage. De basis voor dit rapport wordt gevormd door meerdere datasets verzameld vanuit Brookz, het grootste overnameplatform van Nederland.

Met deze Sectormonitor willen wij (potentiële) kopers en verkopers feiten en cijfers presenteren die inzicht geven in het aantal transacties en de waarde-ontwikkeling van bedrijven in de sector self storage.

Wij denken met deze Sectormonitor een bijdrage te leveren aan meer inzicht en transparantie in de MKB-overnamemarkt, hetgeen naar onze overtuiging leidt tot meer en betere deals.



Drs. P.J.M. (Peter) Rikhof
Oprichter Brookz

Inhoudsopgave

1. Sectorinformatie	4
2. Sectorvisie door Inter Actus	5
3. Fusies & Overnames	8
4. Bedrijfswaardering	9
5. Case: StockWise Self Storage	10
6. Valuedrivers	12
7. Verantwoording	13
8. Over Brookz	14
9. Over Inter Actus	15

© 2025 Brookz Research.

Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige andere wijze, hetzij elektronisch, door fotokopieën, opnamen of op andere wijze, zonder bronvermelding en referentie naar www.brookz.nl.

1. Sectorinformatie

Self storage (een afkorting voor 'self-service storage') is een branche die opslagruimte zoals kamers, kluisjes, zeecontainers en/of buitenruimte, ook wel opslagunits genoemd, verhuurt aan huurders, meestal voor korte termijn. Huurders van self storage zijn onder meer bedrijven en particulieren.

De Nederlandse self storage-markt heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een volwassen sector. Door de combinatie van verstedelijking, kleinere woningen en toenemende mobiliteit neemt de vraag naar flexibele opslagruimte gestaag toe. Particulieren gebruiken self storage vooral tijdens verhuizingen, verbouwingen of bij gebrek aan bergruimte, terwijl een groeiend aantal MKB-bedrijven de units inzet voor voorraadbeheer, archiefopslag en last-mile logistiek.

De markt kenmerkt zich door een mix van grote ketens en een groot aantal kleinere regionale aanbieders. In totaal opereren er

in Nederland bijna driehonderd aanbieders, samen goed voor ruim zes- tot zevenhonderd locaties. Grote spelers zoals Shurgard, ALLSAFE en MijnSafestore blijven hun netwerk uitbreiden, vaak door nieuwe vestigingen te openen in stedelijke gebieden waar ruimte schaars is en de betalingsbereidheid hoog.

En het aantal opslagruimtes blijft doorgroeien, blijkt uit onderzoek van vastgoedorganisatie CBRE en de Federatie van Europese Self Storage Associations (FEDESSA). Volgens deze organisaties is in twee jaar tijd het aantal vierkante meters opslagruimte gegroeid van 975.000 naar 1,2 miljoen.

2025

Totaal aantal aanbieders

291

Totaal aantal opslaglocaties

671

Totaal aantal vierkante meters

1.240.000

Gemiddelde bezettingsgraad

85,3%

Gemiddelde huurprijs

€ 243,-

2. Sectorvisie Self Storage

De Nederlandse self storage-sector, het verhuren van flexibele opslagruimtes aan particulieren en bedrijven, heeft zich ontwikkeld tot een volwaardige en snelgroeiende vastgoedcategorie. Waar het concept vroeger vooral populair was in de VS en het VK, behoort Nederland inmiddels tot de best presterende markten van Europa. De groei wordt gedragen door structurele trends: verstedelijking, kleiner wonen, flexibel werken en de opkomst van e-commerce.

De Nederlandse self storage-markt realiseerde een omzetgroei van circa 15% (2024 vs 2023), de hoogste omzetgroei van een land in Europa. De gemiddelde bezettingsgraad ligt op 85,3%, ruim boven het Europese gemiddelde van 78,7%. Tegelijkertijd ligt de gemiddelde huurprijs met circa € 243 per m² per jaar nog onder het Europese gemiddelde van € 313 per m², wat duidt op verdere opwaartse potentie. De combinatie van sterke vraag, relatief lage huurprijzen en beperkte beschikbaarheid maakt deze markt aantrekkelijk voor beleggers en strategische kopers.

Markontwikkelingen en vraagpatronen

De vraag naar self storage komt uit zowel de particuliere als zakelijke hoek. Particulieren gebruiken opslagruimte als verlengstuk van hun woning: bij verhuizingen, echtscheidingen, tijdelijke huisvesting of het buitenshuis opslaan van spullen. Vooral in stedelijke gebieden met hoge woningprijzen en beperkte ruimte stijgt de behoefte snel.

Aan de zakelijke kant groeit het aantal kleine ondernemingen en webshops dat self storage gebruikt als flexibele bedrijfsruimte. E-commercebedrijven gebruiken units voor voor-

raadbeheer, retourlogistiek en seizoensopslag. De lage instapkosten en korte contractduur maken self storage aantrekkelijk als alternatief voor traditionele bedrijfsruimtes.

Aanbod, concurrentie en professionalisering

Aan de aanbodzijde is de markt sterk in ontwikkeling. Nederland telt anno 2025 naar schatting ruim 670 faciliteiten en circa 290 actieve aanbieders. Grote spelers zoals Shurgard, ALLSAFE en OneBox breiden hun netwerk verder uit, terwijl ook private-equityfondsen en vastgoedinvesteerders de markt ontdekken. De professionalisering is duidelijk zichtbaar. Moderne locaties onderscheiden zich door digitale toegangscontrole, 24/7 self-service en hoogwaardige beveiliging. Technologie speelt een sleutelrol in deze professionaliseringsslag. Volgens Janus Europe (2024) gebruikt inmiddels meer dan 70% van de nieuwe Europese locaties digitale toegangssystemen en online boekingsplatforms. Automatisering verlaagt personeelskosten en verhoogt klanttevredenheid, waardoor marges verbeteren, een aantrekkelijk kenmerk voor investeerders die streven naar schaalbare rendementen. Dit creëert ruimte voor consolidatie en vormt een duidelijke M&A-drijfveer.

Uitdagingen en risico's

De keerzijde van de sterke groei is toemende concurrentie en hogere kosten. Door de aantrekkingskracht van de sector komen er steeds meer nieuwe locaties bij, met name in de Randstad. In bepaalde deelmarkten kan dat op termijn leiden tot overaanbod en prijsdruk. Daarnaast stijgen grond- en bouwkosten aanzienlijk, wat nieuwbouwprojecten duurder maakt.

Een tweede aandachtspunt is de relatief beperkte bekendheid van de sector. Logische stappen betreffen investeringen in marketing, branding en partnerschappen met verhuisbedrijven, makelaars en e-commerce-platforms.

Ten slotte krijgt duurzaamheid steeds meer gewicht bij vergunningverlening en financiering. Herontwikkeling van bestaande panden, energiezuinige installaties en circulaire bouwmaterialen worden cruciale factoren bij toekomstige waardering en exit-strategieën.

M&A-dynamiek en investeringsperspectief

De Nederlandse self storage-markt bevindt zich in een fase waarin schaalgrootte en professionaliteit het verschil maken. Grote internationale spelers zijn actief op overnamepad om marktaandeel te consolideren, terwijl kleinere exploitanten vaak interessante targets vormen vanwege hun lokale klantenbasis en grondposities.

Voor investeerders biedt de sector aantrekkelijke kenmerken: voorspelbare kasstromen,

beperkte conjunctuurgevoeligheid en een sterk onderliggend groeimodel. De combinatie van vastgoedwaarde en operationele exploitatie maakt self storage tot een hybride beleggingscategorie die zowel vastgoed- als bedrijfswaarderingsaspecten kent. De combinatie vereist een scherpe focus op beide aspecten.

De komende jaren zijn meerdere trends zichtbaar die de overname-activiteit zullen stimuleren:

- Fragmentatie van de markt: veel zelfstandige aanbieders zonder opvolging vormen potentiële overnamedoelen.
- Operational leverage: grotere spelers kunnen kostenvoordelen behalen door centralisatie van administratie, marketing en technologie.
- Institutionele interesse: fondsen en family offices zoeken alternatieve vastgoedcategorieën met stabiel rendement en lage leegstand.
- Herontwikkeling van verouderde panden: conversies van logistieke of industriële gebouwen bieden kansen voor waardecreatie.

Onze ervaring in de markt

In onze praktijk zien wij een groeiende interesse van strategische kopers in de self storage-sector. Deze partijen, vaak grotere spelers met bestaande vestigingen en internationale ambities, benaderen overnames niet enkel vanuit een vastgoedperspectief, maar beschouwen self storage als een volwaardige businesscase/onderneming met operationele en commerciële waarde.

Opvallend is dat veel ondernemers met één of enkele locaties zich nog onvoldoende bewust zijn van de strategische waarde van hun onderneming. Zij baseren hun verwachtingen vaak op de taxatiewaarde van het vastgoed en beperkte goodwill, terwijl strategische kopers juist kijken naar de onderliggende cashflow en de groeipotentie van de locatie.

Bovendien beschikken strategische partijen vaak over synergievoordelen of andere strategische motieven die hen in staat stellen een hogere prijs te betalen dan op basis van de vastgoedwaarde alleen te verwachten zou zijn. Dit maakt het M&A-landschap binnen de self storage-sector bijzonder dynamisch en biedt interessante kansen voor zowel strategische self storage-ondernemingen als ondernemers die een verkoop van een self storage-locatie overwegen.

Onze ervaringen bevestigen het feit dat zowel de M&A-markt in het MKB als de self storage-branche in Nederland beiden relatief jong en onvolwassen zijn. Hier liggen zowel voor kopers als verkopers kansen.

Conclusie

De Nederlandse self storage-sector is volwassen aan het worden, maar blijft een groeimarkt. De combinatie van structurele vraaggroei, beperkte concurrentie op premiumlocaties en toenemende consolidatie maakt het een interessant speelveld voor investeerders, fondsen en strategische kopers.

De komende jaren zal de sector verder digitaliseren, professionaliseren en consolideren. Dat creëert volop mogelijkheden voor M&A-activiteiten, zowel aan de koop- als verkoopzijde. Self storage ontwikkelt zich van niche tot mainstream vastgoed- en beleggingscategorie, een markt waar rendement, schaal en strategie elkaar steeds sneller zullen vinden.



Soufian El Messaoudi
Fusies en Overnames
Inter Actus



Jordy Wijkmans
Fusies en Overnames
Inter Actus

3. Fusies & Overnames

Het kopen en verkopen van bedrijven is een levendige markt, alleen speelt deze zich grotendeels achter de schermen af.

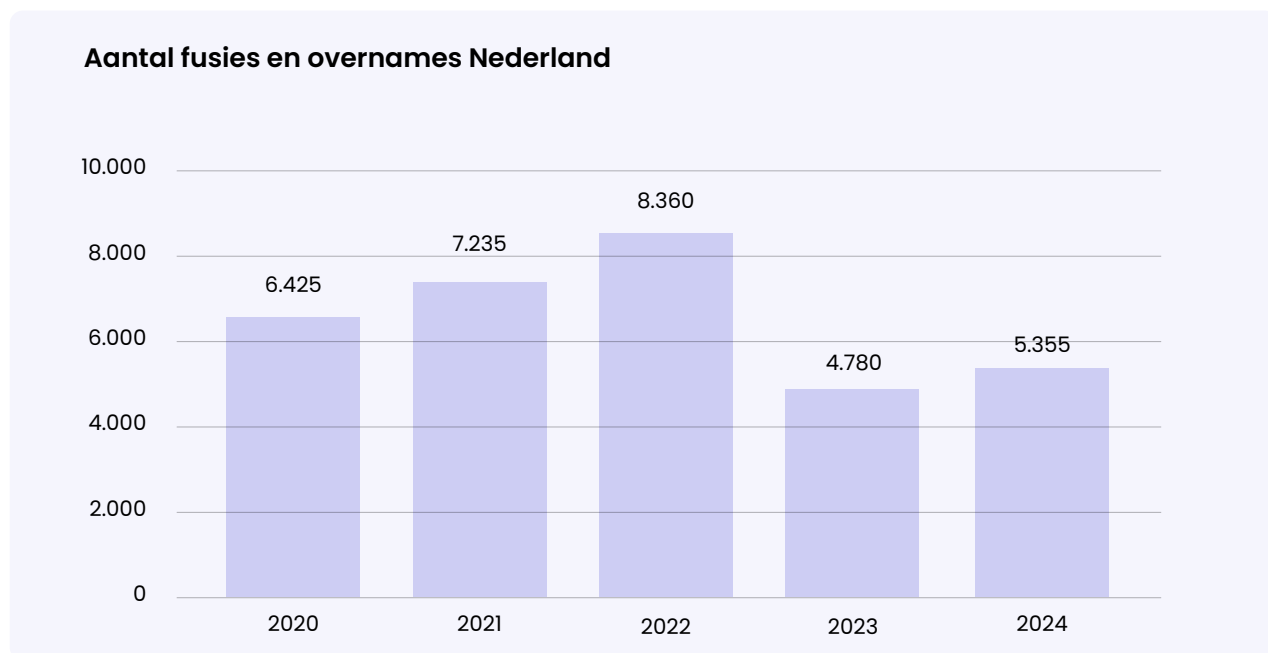
De meeste verkopers schreeuwen namelijk niet van de daken dat hun bedrijf te koop is, omdat die bekendmaking in veel gevallen leidt tot onzekerheid en onrust bij personeel, klanten en leveranciers. Een eenduidig cijfer over het aantal overdrachten in het MKB is er niet. Betrouwbare statistische gegevens ontbreken omdat de meeste overdrachten en transacties, vanwege het vertrouwelijke karakter, niet openbaar worden gemaakt.

Maar uit jarenlang onderzoek van Brookz blijkt echter dat er op elk moment in Nederland

tussen de 17.000 en 23.000 bedrijven te koop zijn van ondernemers die om wat voor reden dan ook hun bedrijf willen verkopen.

Het aantal fusies en overnames dat het Centraal Bureau voor de Statistiek jaarlijks bijhoudt, geeft aan dat niet alle bedrijven die te koop staan daadwerkelijk (datzelfde jaar) worden verkocht.

De afgelopen jaren laat een beeld zien dat er jaarlijks zo'n 4.750 tot 8.500 bedrijven van eigenaar wisselen.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek

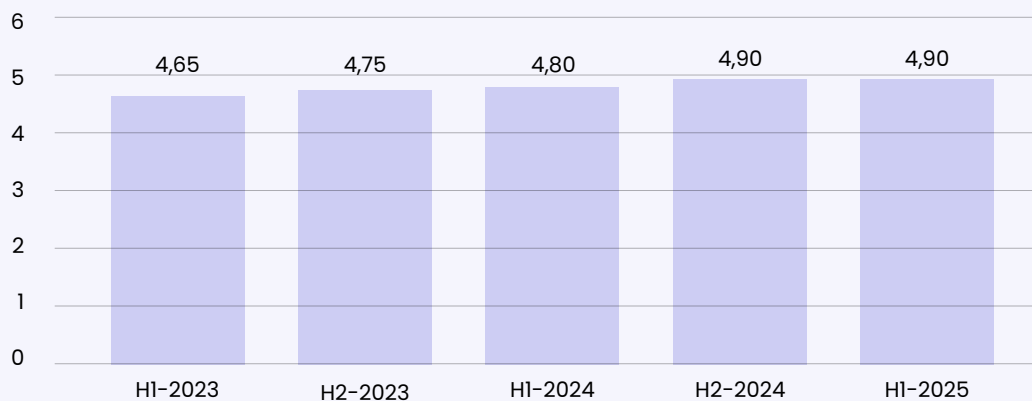
4. Bedrijfswaardering

Iedere partij die actief is op de overnamemarkt, wil weten wat de waarde van een onderneming is.

Het is goed om te weten dat er vele manieren zijn om een bedrijf te waarderen. Een veel gebruikte methode om de waarde van een bedrijf uit te drukken is 'een factor x de bruto jaarwinst'. Deze factor wordt

ook wel multiple genoemd en een andere aanduiding voor bruto jaarwinst is **EBITDA** (Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortisation).

Gemiddelde EBITDA-multiple voor Nederlandse MKB



Bron: Brookz Overname Barometer

Voorbeeld

Stel, een bouwbedrijf heeft een brutowinst (EBITDA) van 500.000 euro en de actuele multiple voor bedrijven in de bouwsector is 4,5. Dan is de indicatieve waarde van dat bedrijf $4,5 \times 500.000 \text{ euro} = 2.250.000 \text{ euro}$. Dat betekent echter niet dat dit ook prijs

is. Er is een verschil tussen waarde en prijs: de berekende waarde van een bedrijf is een indicatie en vormt het vertrekpunt waarmee koper en verkoper de onderhandelingen ingaan. De prijs is het uiteindelijke resultaat van die onderhandelingen.

5. Case StockWise Self Storage



Rond zijn 65e verjaardag stond Wim Hooijen stil bij de volgende stappen voor zijn onderneming. Groei vereiste nieuwe investeringen en langdurige persoonlijke betrokkenheid. 'Het was een ideaal tijdstip voor een verkoop.'

Toen oprichter Wim Hooijen in 2005 StockWise self storage startte, was het huren van opslagruimte nog relatief onbekend. 'Voor mij was 2005 een kantelpunt in mijn leven', zegt Hooijen. 'Ik was directeur van een logistiek bedrijf dat werd verkocht. Dat was een mooi moment om de stap richting het ondernemerschap te maken, een nieuw avontuur. Ik had een duidelijke visie en de wens mijn bedrijf anders in te richten dan het bedrijf waar ik werkte. Ik wilde iets opbouwen met veel verschillende klanten en weinig personeel.' Hooijen kocht een aantal bedrijfshallen waar hij direct 128 units in plaatste voor de verhuur. Hij zette StockWise self storage in Tilburg meteen goed neer; altijd bereikbaar, goed

beveiligd en een goede unitmix voor zowel particuliere als zakelijke klanten. Het succes was niet vanzelfsprekend. Om het self storage-concept onder de aandacht te brengen, moest Hooijen in de beginperiode aanzienlijk investeren in marketing, variërend van papieren folders in de brievenbus tot reclame op de lokale televisie.

Inmiddels is het concept van self storage bij het grote publiek bekend. Hooijen: 'Steeds meer mensen ervaren hoe gemakkelijk en relatief goedkoop extra tijdelijke of permanente ruimte is te verkrijgen. Ze zien self storage gaan zien als een vaste kostenpost boven op hun woonlasten.' Door een sterke klantfocus, professionele uitstraling en inten-

sieve lokale marketing groeide StockWise uit tot een gevestigde naam in Tilburg, met 600 volledig bezette units.

Ondernemen of verkopen?

De onderneming groeide in stappen: investeren, groeien naar volledige bezetting en daarna weer investeren. Hooijen stond weer voor die keuze; moest hij investeren om verder te groeien of het momentum pakken om te verkopen? Mede vanwege de levensfase waarin hij zat, koos hij voor de verkoop van zijn onderneming. 'Ik wil meer tijd met mijn vrouw doorbrengen', licht Hooijen toe. 'Daarnaast wil ik vrij zijn en niet voortdurend het bedrijf in mijn achterhoofd hebben. Want als ondernemer ontkom je daar nu eenmaal niet aan.' Voor zijn zoektocht naar een geschikte overnameadviseur benaderde de oprichter van StockWise drie M&A-kantoren. Uiteindelijk koos hij voor Inter Actus, een boutique advieskantoor gespecialiseerd in fusies en overnames, bedrijfswaarderingen, organisatieontwikkeling en hersteltrajecten. Voor Hooijen voelde de samenwerking meteen vertrouwd vanwege de familiale en toch professionele sfeer bij Inter Actus, een waarde die hij ook binnen zijn eigen onderneming nastreefde.

Hooijen: 'Ze staan met twee benen op de grond en hanteren een ondernemende manier van werken. Daarnaast weten ze precies hoe je een verkooptraject moet benaderen. Bij iedere stap kreeg ik een toelichting op wat ik kon verwachten. Wanneer ik keuzes moest maken, werden alle opties inzichtelijk gemaakt en de consequenties van elke keuze helder toegelicht.'

Verkoopproces

Bij het opstellen van de propositie is zorgvuldig gekeken naar de houding binnen de

branche, waarbij Inter Actus is opgevallen dat veel partijen dergelijke profielen vooral door een vastgoedbril bekijken. Hierop is geacteerd door in het informatiememorandum extra aandacht te besteden aan cashflow en groeimogelijkheden voor kopers, waarmee de onderneming optimaal tot zijn recht kwam.

Hooijen: 'Toen wij alle feiten en cijfers van mijn bedrijf boven water hadden gehaald en Inter Actus dat in een professioneel document goot, dacht ik wel: wauw, wat staat er een mooi bedrijf. Ook de waardebepaling was hoger dan ik had gedacht. Daarbij heeft Inter Actus in ieder informatiememorandum de potentie van StockWise voor iedere koper geschetst, waardoor er ook betere biedingen kwamen.'

Dat self storage een interessante markt is, blijkt ook uit de hoge mate van interesse. Vanwege deze hoge mate van interesse is ervoor gekozen om meerdere keren te filteren op financiële slagkracht en organisatorische fit. Na contact met meer dan vijftig partijen, zijn er tientallen informatiememoranda gedeeld en veel goede biedingen ontvangen. Dit bood een goed fundament voor het vervolg van het proces.

'Voor mij was het belangrijk dat StockWise goed werd ondergebracht, want ik heb twee werknemers in dienst', aldus Hooijen. 'En dat is gelukt. Voor de koper is een locatie in Tilburg een mooie geografische uitbreiding. Dat moet ook wel, want ik verwacht dat er de komende jaren een grote consolidatieslag gaat plaatsvinden. Als kleine speler kun je simpelweg niet op tegen de grote jongens, die meer financiële slagkracht hebben. Dus is het eten of gegeten worden. Achteraf gezien is mijn gevoel bevestigd, voor mij was de timing van mijn bedrijfsverkoop perfect.'

6. Valuedrivers

De waarde van een bedrijf wordt bepaald door de vrije kasstromen en het risicoprofiel. Door de vrije kasstromen te verhogen en het risicoprofiel te verlagen, kan een ondernemer de waarde van het bedrijf aanzienlijk vergroten.

Tips om de vrije kasstromen te verhogen:

#1 Optimaliseer het werkkapitaal

Voer een strikt debiteurenbeheer. Een betalingstermijn heeft namelijk grote invloed op de vrije kasstromen. Indien van toepassing: een andere manier om meer werkkapitaal vrij beschikbaar te krijgen, is door het verlagen van de voorraad. Het motto 'eerst verkopen, dan pas bestellen' verhoogt de vrije kasstromen.

#2 Beheers de kosten

De snelste manier om de vrije kasstromen te vergroten is door minder geld uit te geven: snijden in de kosten dus. Kijk kritisch naar bedrijfsonderdelen, productgroepen, de investeringsagenda en het personeel.

#3 Verhoog de omzet

De derde manier is simpelweg de omzet verhogen. Valt er meer omzet te halen uit bestaande klanten? Zijn er extra producten of diensten te verkopen aan huidige klanten? Kunnen inactieve klanten gereactiveerd worden?

Tips om het risicoprofiel te verlagen:

#4 Versterk management

Voor een potentiële koper is het erg onaantrekkelijk als de eigenaar alle touwtjes in handen heeft. Want wat blijft er over na de verkoop, als de eigenaar weg is? Begin daarom tijdig met het overdragen van taken en verantwoordelijkheden en maak het bedrijf zoveel mogelijk onafhankelijk van de eigenaar.

#5 Terugkerende omzet

Creëer vaste terugkerende omzet, bijvoorbeeld aan de hand van servicecontracten of abonnementen. Terugkerende en voorspelbare omzet verkleint het risico van een overname en vergroot de aantrekkelijkheid van het bedrijf voor een koper.

#6 Spreiding van klanten/leveranciers

Zorg voor een goede spreiding van klanten en leveranciers. De achterliggende gedachte is dat uw bedrijf niet van één klant of leverancier afhankelijk is voor de continuïteit. Hoe beter de spreiding van klanten en leveranciers, hoe interessanter voor de koper.

7. Verantwoording

Brookz is sinds 2007 actief in de markt voor bedrijfsovernames en heeft als één van haar doelstellingen:

‘Het verzamelen en creëren van betrouwbare informatie over bedrijfswaarderingen en -verkooprijzen in het Nederlandse MKB, die leidt tot transparantie en beter inzicht in deze onderwerpen’

Met dit doel publiceert Brookz ieder half jaar de **Brookz Overname Barometer**. Dit halfjaarlijkse onderzoek biedt, op basis van multiples, onder andere inzicht in de prijzen die betaald zijn voor bedrijven in specifieke sectoren. Om ondernemers daarnaast inzicht te bieden in de waarde van hun eigen bedrijf heeft Brookz een eigen waarderingstool ontwikkeld: **de Brookz Waarderingstool**.

Voor deze Sectormonitor zijn de volgende bronnen geraadpleegd:

- *Brookz magazine*, diverse uitgaves.
- *Brookz Overname Barometer*, uitgaves van 2016 tot en met 2025.
- *Centraal Bureau voor de Statistiek*, databank StatLine.
- *Rabobank, ING en ABN Amro*, diverse sectorrapporten.
- Mulder, W.W., Rikhof, P. en Santvoord, K. van. *Hoe koop ik een bedrijf?* Muiderberg: C365 Business Media, 2019.
- Mulder, W.W., Rikhof, P. en Santvoord, K. van. *Hoe verkoop ik mijn bedrijf?* Muiderberg: C365 Business Media, 2018.
- Plettenberg, F., Rikhof, P. en Santvoord, K. van. *Groeien door overname*. Muiderberg: C365 Business Media, 2023.

8. Over Brookz

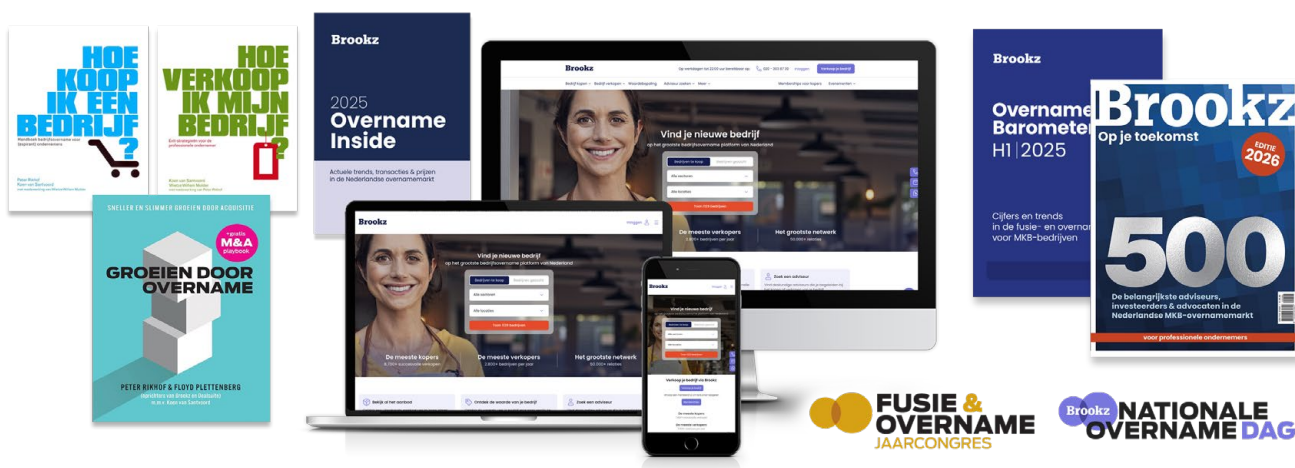
Brookz is met ruim 55.000 ondernemers, investeerders en adviseurs het grootste overnameplatform van Nederland.

Wij brengen sinds 2007 kopers, verkopers en adviseurs direct met elkaar in contact. Brookz richt zich met name op bedrijven met een jaaromzet tussen de 0,5 – 30 miljoen euro en 5 – 200 medewerkers.

Brookz is cross-mediaal vertegenwoordigd: naast het online overnameplatform organiseert Brookz jaarlijks meerdere landelijke events (samen ruim 1.000 deelnemers), waaronder de Nationale Overname Dag en het Fusie & Overname Jaarcongres.

Daarnaast verschijnt ieder jaar in november de Brookz 500, de jaargids met de belangrijkste adviseurs, investeerders en advocaten in de Nederlandse overnamemarkt.

Deze Sectormonitor werd samengesteld door Peter Rikhof en Wietze Willem Mulder. Mocht u vragen hebben over dit rapport, dan kunt u daarover contact opnemen met Wietze Willem Mulder, wietze@brookz.nl of 020 – 303 87 30.



9. Over Inter Actus

Organisaties staan vandaag voor complexe uitdagingen. Veranderende marktomstandigheden en verwachtingen van klanten, medewerkers en aandeelhouders vragen om scherpe keuzes en wendbaarheid.

Inter Actus is gespecialiseerd in fusies en overnames en ondersteunt bedrijven bij elke stap van het traject – van strategische voorbereiding tot afronding.

Daarbij combineren wij diepgaand bedrijfs-economisch inzicht met expertise in financiering en organisatieontwikkeling. Deze unieke combinatie stelt ons in staat niet alleen transacties te begeleiden, maar ook duurzame waarde te creëren voor de betrokken organisaties.

Onze kernexpertise omvat:

- Fusies en overnames: advies bij koop, verkoop en integratie van ondernemingen
- Financieringsoplossingen: begeleiding bij (overname)financiering en kapitaalstructuur
- Waardebepaling van ondernemingen: objectieve en marktgerichte analyses
- Organiseontwikkeling: ondersteuning bij cultuur, structuur en leiderschap tijdens transitie

Of het nu gaat om het verkopen of kopen van een onderneming, het veiligstellen van financiering of het vormgeven van een integratieproces, wij kijken altijd vanuit meerdere perspectieven. Daarbij beginnen we altijd bij de vraag achter de vraag. Want pas wanneer de kernvraag helder is, kunnen we écht waarde toevoegen.

Onze manier van werken is geworteld in zes kernwaarden:

1. Betrouwbaarheid
2. Betrokkenheid
3. Resultaatgerichtheid
4. Ondernemerschap
5. Nuchterheid
6. Transparantie

Deze waarden vormen de basis van duurzame samenwerking en het vertrouwen dat klanten al bijna 35 jaar in ons stellen.



Inter Actus

Hambakenwetering 8B
5231 DC 's-Hertogenbosch