



ZEEUWSE THUISMARKT TE KLEIN VOOR COMMUNICATIESECTOR

Het aanbod in creatieve en professionele communicatiebedrijven binnen Zeeland is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Een stijgend aantal freelancers vult de sector met specialistische disciplines aan. Onder het genot van een croissantje, hard gekookt ei en jus d'orange in Hotel Terminus in Goes, spraken onze gasten uit de communicatiesector ongedwongen over grote en kleine opdrachtgevers, Zeeuwse bescheidenheid en het gebruiken of omzeilen van het typisch Zeeuwse imago.

Wie zijn jullie klanten en hoe werf je nieuwe klanten?

Rob: "Wij richten ons vooral op de grote organisaties, dat is ook inherent aan onze specialiteit. En ja, hoe doe je dat? Contact zoeken en er op afgaan. Het opbouwen van een portfolio kost tijd, dus met veel overredingskracht moet je dan zien binnen te komen. Mijn doel is altijd geweest om te zorgen dat ik een paar grote vissen binnenhaal. We hebben dan ook een promotiefilm voor Congresbureau Nederland gemaakt, daarna volgde 'Stad Amsterdam-Congresstad'. Je rekent er dan op dat het werk blijft binnenkomen. Overigens zijn mijn Zeeuwse klanten trouw, dus een stabiele factor."

Jasper: "Nilsson bestaat al 20 jaar, maar we hebben ons 18 jaar niet geprofileerd. Nu doen we dat wel en richten onze communicatie op grote bedrijven. De bestaande klanten vormen een solide basis, maar de omgeving ziet ons nog vaak als DTP studio. Door een persoonlijke benadering kom je aan tafel."

Jos: "Als zelfstandig fotograaf laat ik via de website mijn foto's zien. Dat is mijn visitekaartje en dat levert klanten op. Daarnaast zijn vaste opdrachtgevers (zoals Zeeland Business) voor mij belangrijk."

Floor: "Wij zijn een familiebedrijf, opgericht door mijn vader. Vanaf die

tijd zijn wij steeds meegegroeid met de markt. Mijn indruk is dat het persoonlijk contact weer belangrijk is in vergelijking met de jaren '90. Ook in het productieproces en de kwaliteit van je product kun je investeren en daarmee veel goodwill kweken."

In de PZC van 16 augustus jl. is het nieuwe ontwerp van de Provincie voor promotie voor Zeeland toegelicht. Er komt subsidie beschikbaar voor promotionele evenementen. Na die evenementen moet er beeldmateriaal beschikbaar gesteld worden aan een beeldbank die voor iedereen toegankelijk is. De kop: "De promotie is nu aan de Zeeuwen



Rob Delfgaauw uit Zierikzee, Nuformer Digital Media, specialist op het gebied van 3D animatie en promotie films. www.nuformer.nl



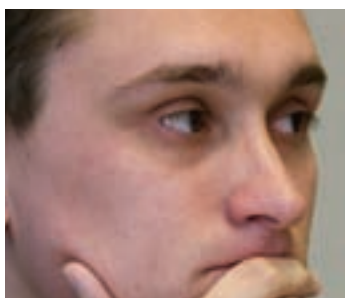
Floor Pieters uit Groede, Pieters Grafisch bedrijf BV, fullservice drukkerij, uitgeverij en producent van ansicht-kaarten en kalenders. www.pietersgroede.nl



Jos de Bat uit Nieuw- en St. Joosland, Via Frama, fotografie voor onder andere het Zeeuwse bedrijfsleven. www.via-frama.nl



Jasper van der Hulst uit Goes, communicatieadviseur Nilsson, creatief reclamebureau met traditie. www.nilsson.nl



Tim van den Berg uit Middelburg, media-adviseur bij Yabeau Studio. www.yabeau.nl



Jéan van Oorschot uit Vlissingen, Mission PR, evenementenorganisatie van A tot Z. www.keyn.nl/mission



Tekst: **Annet van de Ree**, redacteur Zeeland Business Magazine



Gespreksleider: **Bert van Leerdam**, hoofdredacteur Zeeland Business Media. www.zeelandbusiness.nl

zelf! heeft toch wel iets van een wanhoopskreet?

Floor: “Ik vind het idee vanuit de Provincie wel goed. Er ontstaat een spontaan beeld van Zeeland vanuit een

door kwamen er bezoekers vanuit de hele wereld en drong bij het bedrijfsleven door welk effect deze campagne kon hebben. Daarna ging het prima met de campagne. Wat betreft de promotie van Zeeland: WATER lijkt mij

Rob: “Blijft de vraag hoe ga je nu zorgen dat die mensen hier komen wonen en werken? Heus niet naar aanleiding van een poster met de slogan ‘Welkom in Zeeland’. Ik geloof meer in het stimuleren van de economie bijvoorbeeld

ZEELAND
BUSINESS®

Nieuwsgierig naar de afloop van dit artikel? Vraag dan deze uitgave aan op:
zeelandbusiness@bpzw.nl



Jasper: “We zijn actief betrokken geweest bij de campagne voor Zeeuws Vlaanderen. De stand op de emigratiebeurs genereerde veel publiciteit, maar de naam van de campagne ‘Uw nieuwe toekomst’ werd niet genoemd. In de informatie werd bijvoorbeeld een telefoonnummer genoemd. Ik heb toen gecontroleerd of dit nummer tijdens de uren op zaterdag en zondag toch wel bereikbaar was. Zou dit niet het geval zijn, dan kan de hele campagne onderuit gehaald kunnen worden. Deze details zijn enorm belangrijk!”

Hoe verloopt de communicatie tussen communicatiebedrijven zelf?

Jasper: “Voor de promotiecampagne Zeeuws Vlaanderen kregen we 8 weken de tijd. Voorwaarde was wel dat we Zeeuws Vlaamse bedrijven in de produc-

Jasper: “Als ik kijk naar de Zeeuws Vlaanderen opdracht, dan is de markt zeker interessant. Het werkt ook prettig, korte lijnen en dicht bij de klant. Voor meer van dit soort opdrachten richt de acquisitie zich op Nederland.”

Floor: “Provincie Zeeland werkt zelf met een reclamebureau in Antwerpen. Dat vind ik jammer. Professionaliteit is er in Zeeland ruimschoots aanwezig. Daarnaast heb je hier 15 hele grote bedrijven en 950 MKB bedrijven. Als Zeeuws bedrijf gaat het er dan om jezelf goed te positioneren en profileren. Vroeg of laat kunnen ze niet om je heen.”

Rob: “Een bedrijf als Delta speelt op zeker en kiest niet lokaal. Ik kan me dit wel voorstellen. Bij de ontwikkeling van een nieuwe homebranding is gekozen voor Erik Saelens, een specialist op dit gebied

Zeeuws Nazomer Festival. Daar kun je met je bedrijf je voordeel mee doen.”

Tim: “Het lijkt mij zeker een rol voor de overheid, burgers en ondernemers om samen die uitstraling te creëren.”

Jéan: “Waarschijnlijk stuit dit op die vreemde Zeeuwse bescheidenheid, terwijl we best trost mogen zijn op onszelf.”

Rob: “Ons bedrijf werkt voor grote marktspelers zoals Roche, Nike en Adidas. Ons product is vrij uniek en kan in Zeeland maar beperkt worden ingezet. Grote bedrijven zijn voor ons een bewuste keuze, omdat wij met grote budgetten mooie projecten kunnen realiseren.”

Kunnen we dan concluderen dat voor het realiseren van groei Zeeland snel te klein is?

ZEELAND BUSINESS®

Nieuwsgierig naar de afloop van dit artikel? Vraag dan deze uitgave aan op:
zeelandbusiness@bpzw.nl