

KWALITEITSIMPULS

RECLAMEBORDEN

MARK VAN RIKXOORT



Ondernemend
Voorne-Putten

Mark van Rikxoort, is eigenaar van adviesbureau RED met als specialisme Outdoor Branding. Hij adviseert gemeenten, bedrijven en

Door: evenementenorganisatoren over het opti-

Mark maal inzetten van outdoor communicatie.

van Rikxoort Gemeenten adviseert hij bij het schrijven en handhaven van (buiten) reclamebeleid. Hij werkt o.a. voor de gemeenten Rotterdam, Spijkenisse, Vlaardingen en evenementen als Wereldhavendagen Rotterdam, Breda Hippique, Bavaria City Racing. Ook is hij presentator van het ondernemersprogramma Voorne Business Café op Omroep Voorne.

Afgelopen week was ik te gast op het Sportcongres van Rotterdam Sportsupport, dit congres wordt georganiseerd voor de sportverenigingen in Rotterdam om kennis op te doen en te delen. Er waren diverse themasessies door o.a. Robin van Galen, coach van het dames waterpolo team wat goud won op de Olympische spelen, en rolstoeltennisster Esther Vergeer de meervoudig paralympisch kampioen. Ook ik mocht een sessie verzorgen, met als onderwerp 'de bezoeker en de sponsor tevreden' waarin ik de aanwezige verenigingsbesturen het belang kon laten zien van een goede bewegwijzering naar, en op, de sportvelden. Een ander onderdeel van de sessie, en daar waren de meeste besturen op af gekomen, was de kwaliteit van de reclameborden langs de velden.

Sportverenigingen zijn voor een belangrijk deel van hun inkomsten afhankelijk van sponsoring. Naast shirtsponsoring zijn dat meestal de reclameborden langs de velden. Ik ben van mening dat verenigingen hier veel meer rendement uit kunnen halen als ze bewuster om gaan met deze vorm van reclame maken. U kent ze vast ook wel, die onleesbare, beschadigde of soms nog maar half aanwezige reclameborden. Eén goeie sliding en de noppen staan vol in het bord. Veel sponsors weten niet wat de staat is van het reclamebord wat ze bij 'hun cluppie', of soms zelfs bij meerdere verenigingen, hebben hangen. Dat is jammer want een onleesbaar bord schiet zijn doel voorbij en een beschadigd bord is geen reclame voor bedrijf en vereniging. Inderdaad ook niet voor de vereniging, want een mooie strakke rij schone, goed leesbare reclameborden geeft een kwaliteitsimpuls die ook goed is voor een vereniging.

De oplossing is simpel, zeker met de huidige technologieën. Het is een kleine moeite om aan het eind van het seizoen van ieder reclamebord een digitale foto te maken en deze met advies aan de sponsor te sturen. Het advies kan variëren van schoonmaken tot vervangen. Deze actie heeft twee effecten, de sponsor heeft weer even uw vereniging op het netvlies en zal het waarderen dat u met hem meedenkt over de kwaliteit van zijn reclame-uiting. Neem sponsoring serieus, denk niet alleen aan de inkomsten die er aan verbonden zijn, maar denk mee met uw sponsor.