

SPONSOR SWR VUREN

VAN DE KUIP NAAR DE VIJVERBERG

Mariska en Wilfred Sparreboom zijn druk. Heel druk. Tijdens het interview wordt Wilfred continu gebeld. Meestal over de core-business van Stokvis Winkelpuien en Rolluiken (SWR) Vuren, maar opvallend is een gesprek waarin de eigenaar van fastfoodketen Happy Italy Wilfred vraagt welk pand hij moet huren voor zijn nieuwe vestiging. “Onze relaties weten dat ik ze graag help, ook met dit soort vragen. Veel steden ken ik als mijn broekzak en anders kan ik ze doorverwijzen.” Vorig jaar verruilde Wilfred de sponsoring van ‘zijn’ Feyenoord voor De Graafschap Business Club.

Wilfred is sinds eind 2009 directeur eigenaar van SWR Vuren. Bewapend met zeventien jaar aan ervaring en relaties in deze branche, voert hij vijftientig medewerkers aan. Zijn vrouw Mariska werkt sinds twee jaar in het bedrijf. Zij regelt de boekhouding en een stuk marketing. Al moet ze bekennen dat het bedrijf nog amper marketing nodig heeft gehad. Een reguliere levertijd van twee weken voor het inmeten, produceren en monteren van een complete winkelpui is dermate onderscheidend dat dit hen voldoende mond-tot-mond reclame oplevert. “We kunnen het zelfs in één dag”, vertelt Mariska met enige trots. “Laatst was er bij een klant van ons een ramkraak geweest; dan moet er toch echt diezelfde dag nog een nieuwe pui in.”

INDRUKWEKKENDE KLANTENKRING

Die korte levertijd, hoge kwaliteit en het nakomen van afspraken, leverde het bedrijf een indrukwekkende klantenkring met veelal langdurige relaties op. Zo leveren ze alle puien en rolluiken voor onder meer Holland&Barret, Vodafone, H&M, Only for Men en ActieSport. Een prestigeproject is het nieuwe winkelcentrum Presikhaaf in Arnhem waar SWR Vuren alle winkelpuien verzorgt. Omdat het bedrijf werkt met aluminium, hout én staal, hebben zij ook klanten met high-end maatwerkopdrachten voor woningbouw en kleine kantoorpanden. Genoeg te doen dus. Toch besloot het eigenaarskoppel vorig jaar om zich aan te sluiten bij De Graafschap Business Club en de Doetinchemse voetbalclub te sponsoren.

ONGEKENDE SFEER

SWR Vuren mag dan strategisch in het midden van het land gevestigd zijn – ze hebben opdrachtgevers door heel Nederland en België – zelf wonen Wilfred en Mariska met hun kinderen in 's-Heerenberg. Wilfred zag zijn kans schoon om vlak voor de promotie van De Graafschap naar de Eredivisie, zes stoelen te kopen in stadion De Vijverberg. Ze gaven er stoelen in De Kuip voor op. “Van huis uit ben ik een Feyenoord-fan”, durft Wilfred moedig te bekennen, “en er waren altijd wel klanten die we blij maakten met zo'n wedstrijd.” Maar door de afstand kostte een wedstrijd hen vaak een hele weekenddag; kostbare tijd weg van de kinderen. Dus vlak voordat De Graafschap promoveerde, deed Wilfred een slimme investering. “Wellicht zijn de allure en de naam wat minder groot, maar De Vijverberg heeft een ongekende sfeer. Dat wordt door klanten die wij meenemen naar wedstrijden tegen ‘hun’ club echt zo ervaren.”

De keus voor de sponsoring hangt inmiddels niet meer af van de divisie waarin De Graafschap speelt. Wilfred: “De kans is natuurlijk aanwezig dat we degraderen, en dan worden de wedstrijden waarschijnlijk iets minder aantrekkelijk om naar te kijken. Maar de gezelligheid zal er niet minder om zijn. En klanten zien natuurlijk alsnog een club uit hun omgeving spelen. Want op basis van de tegenstander, nodigen wij klanten uit.” Wilfred en Mariska zeggen volgend jaar hoe dan ook financieel supporter te blijven van de Superboeren. Het is namelijk vooral de Business Club die het sponsorship waardevol maakt voor SWR Vuren.



41

MOOISTE BEDRIJVEN UIT DE REGIO EN DAAR- BUITEN

Samen zijn Mariska en Wilfred een van de meest trouwe verschijningen op de uiteenlopende netwerk-bijeenkomsten die de club organiseert. Mariska: "Het netwerk van De Graafschap is heel sterk. Je treft de mooiste bedrijven uit deze regio - en daarbuiten - in deze Business Club. Je spreekt de mensen gemakkelijk aan; ze zijn vriendelijk. Wij vinden de bijeenkomsten oprecht altijd erg gezellig. En Jelle Huntelaar, account-manager, denkt goed met je mee en introduceert je graag bij ondernemers die interessant kunnen zijn voor jouw bedrijf."

Het is volgens Wilfred te vroeg om te zeggen of de Business Club SWR deze eerste zes maanden al nieuwe klanten heeft opgeleverd. Niet veel onderne-

Wilfred en Mariska Sparreboom

SAMEN ZIJN MARISKA EN WILFRED EEN VAN DE MEEST TROUWE VERSCHIJNINGEN OP DE UITEENLOPENDE NETWERKBIJENKOMSTEN DIE DE CLUB ORGANISEERT

mers hebben immers vaak een nieuwe winkelpui nodig. Maar als dat moment voor een van de gelegde relaties binnenkort wél aanbreekt, dan twijfelen beiden er niet aan dat zij als eerste gebeld zullen worden. "Je kan niet verwachten dat zoiets over één nacht ijs gaat. Het opbouwen van een relatie en vertrouwen kost tijd. Maar inmiddels hebben wij wel zelf een auto voor de zaak gekocht bij Toyota Ten Have, mede Graafschap Business Clublid. De mensen in dit netwerk gunnen elkaar business. De waarde daarvan mag je als ondernemer niet onderschatten."

www.degraafschap.nl/zakelijk/businessclub