

Uniforme standbouw kan veel effectiever

'Uniforme standbouw kan even succesvol zijn als individuele standbouw. Maar dan moet je wel afstappen van het idee dat je in één keer klaar bent.' Dat zegt Maarten Ouweneel, de nieuwe directeur van Holland Reclame en Standbouw.



Hij is net aangetreden als directeur van Holland Reclame en Standbouw. Maarten Ouweneel (31). Niet dat Wim de Leeuw na een kwart eeuw zijn zelf opgerichte bedrijf vaarwel zegt. Alleen de dagelijkse leiding is nu in handen is van Ouweneel. En dat gaat ook zichtbaar worden.

'Wim heeft het bedrijf groot gemaakt met zijn nuchtere, op rendement gebaseerde kijk op uniforme standbouw. Inkoop, onderhandelen en vooral een fenomenale kijk op logistiek, dat zijn de unieke eigenschappen van Wim.

Daar heeft hij Holland Reclame en Standbouw groot mee gemaakt. Die kwaliteiten kan ik niet een-twee-drie overnemen. Vanuit mijn ervaringen wil ik vooral het vastgeroeste beeld van uniforme standbouw aanpakken. Ook voor de exposant die met die afgesproken vierkante meters moet gaan werken.'

Niet saai

Ouweneel: 'Uniforme standbouw hoeft absoluut niet saai te zijn en kan zelfs even succesvol zijn als individuele standbouw. Maar dan moet er afgestapt worden van het vooroordeel dat

je met een uniforme stand klaar bent als je weet wat het kost. De praktijk is dat ondanks de vele mogelijkheden die de exposant heeft, het merendeel van de stands er hetzelfde uitziet. Dezelfde witte balie, ecru gestoffeerde wanden, de witte huurmeubeltjes en de geijkte spotjes. Voor de exposant betekent het dat hij zich nauwelijks onderscheidt. Dat wordt goedgemaakt door een actieve standbemanning en een goede voorbereiding en bezoekerswerving. Toch blijven veel kansen onbenut. Met Holland Reclame en Standbouw willen we een nieuwe episode voor uniforme standbouw inslaan. Geen revolutie,

■ **Maarten Ouweneel (rechts) en eigenaar Wim de Leeuw.**

maar een evolutie. Het belang van de exposant een centralere rol geven.'

Eigen ontwerp

'Op dit moment werken we keihard aan een compleet nieuwe invulling

Maarten Ouweneel

Ondanks zijn leeftijd is Maarten Ouweneel een oude rot in het vak. Op achttienjarige leeftijd begon hij met het (mede) organiseren van paviljoens op beurzen.

Op bestaande beurzen vierkante meters huren en die dan met een eigen concept, in dit geval gelieerd aan het magazine JuniorWorld, exposanten werven en stands regelen. Een unieke formule, waarin de exposant niet alleen zijn stand verzorgd zag worden, maar zelfs een compleet op het product georiënteerde standbemanning aangeboden kreeg. Wel de lusten, niet de lasten. Voor bedrijven die hun merk onder andere via tientallen beurzen onder de aandacht willen brengen is dat een uitkomst. Daarna werkte Ouweneel drie jaar voor Michael Stern in Haarlem, op het gebied van beurstudies, evenementen en seminars. Bij Memory Productions Events in Amsterdam organiseerde hij beurzen en congressen voor de arbeidsmarkt, zoals de Nationale Carrièrebeurs. En nu dus Holland Reclame en Standbouw in Zeewolde. 'Vanuit de verschillende functies heb ik altijd te maken gehad met uniforme standbouw', vertelt Ouweneel. 'Maar dan vanuit de organisatie van een beurs. Dan zie je welke mogelijkheden steeds maar weer onbenut blijven. Dat is een frustratie die veel meer collega's zullen hebben. Hoe goedkoper een stand, des te sneller er omgegaan wordt met de voorbereiding van een beustraject. Het kost niet veel, dus is scoren wel leuk, maar geen stok achter de deur. Bij Holland Reclame en Standbouw krijg ik de kans om dat imago van uniforme standbouw flink op te krikken. Maatwerk in contact, zo noem ik het. Een pracht van een uitdaging.'

van onze site. De exposant die een standruimte huurt, krijgt zijn stand in een standaard uitvoering te zien. In 3D. Vervolgens wordt hem de kans geboden zijn eigen ontwerp te maken. Is de standaard wandbekleding ecru? Dan krijgt hij de mogelijkheid zijn eigen kleur of stoffering te kiezen. Er loopt een teller mee die aangeeft wat de meerkosten zijn. Kiest hij het meubilair, dan verschijnt in de 3D-weergave dat meubilair op schaal en in de juiste kleur in beeld. Realistisch, dus hij kan zien of het qua kleur en formaat past. Een stap verder is dat hij bijvoorbeeld bannerteksten, of andere boodschappen kan ingeven. Die worden vervolgens in zijn 3D-stand geprojecteerd. Al die tijd blijft het voor de exposant transparant wat het gaat kosten. Bovendien wordt hij met tips gewezen op de mogelijkheden en onmogelijkheden en op de voor- en nadelen. Wel of geen kaasdoek boven de stand? Dit

heeft invloed op de temperatuur in de stand, maar geeft anderzijds een goed besloten gevoel en bescherming tegen zonlicht. We hebben op dit gebied nog veel werk te doen. Maar we concentreren ons eerst op nieuwe site, daarna komen de extraatjes en de finishing touch aan bod. Daarmee verwachten we medio november klaar te zijn.'

Facelift

Het is niet de enige vernieuwing die Ouweneel van plan is. Met de terugkeer van het vertrouwen van opdrachtgevers, na volkomen misplaatste verhalen over een faillissement, acht hij de tijd rijp om, naast het verbeteren van de interne organisatie, onder meer het pand van een facelift te voorzien. Representatief, inspirerend en gastvrij. Het is, zegt hij, een gebaar naar het personeel: de toekomst kan met vertrouwen tegemoet worden gezien. ■

Doe mee!
Nationale ExpoJaarprijs 2007
www.expojaarprijs.nl