

## Bijlage transcripties en codering interviews



Sport1:	Pagina 2
KPMG:	Pagina 10
Boenk van der Linde:	Pagina 16
TennisDirect:	Pagina 21
Kalkhoven:	Pagina 29

ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM  
Faculty of Economics of Business  
Marketing

Supervisor: Nel Hofstra  
Naam: Yannick Ebbinghaus  
Studentnummer: 313648  
E-mailadres: yannick.ebbinghaus@gmail.com  
Studie: Economie en Bedrijfseconomie  
Thesis: Bachelor

Rood: Interviewer  
Zwart: Respondent

## Sport1

Ter inleiding, dit is een interview voor mijn bachelor scriptie en het gaan over de Sport1 Open. Ik ben hier bij het bedrijf Sport1, zou u misschien uzelf kort kunnen voorstellen en het bedrijf nader kunnen introduceren?

Ja, uuh, Sport1 is samen met Film1 onderdeel van Liberty Global Group. Liberty Global is zo niet de grootste kabelmaatschappij in Amerika. En ja je hebt zeg maar de News corporate Murdock en je hebt John Mallone. Die zijn allebei even groot en wij vallen onder Liberty. Liberty is ook eigenaar van UPC en hebben nu een overnamebod gedaan op Ziggo zoals je misschien wel hebt gehoord.

Ja dat heb ik inderdaad gehoord, dat speelde nog heel recent.

Klopt, ja wij zijn dus eigenlijk een heel groot bedrijf en Liberty gelooft eigenlijk heel erg in content. Dus vandaar dat wij uhh ook bijvoorbeeld veel sportrechten kopen, veel filmrechten kopen. En uuh voor de rest is het eigenlijk gewoon een kabelboer, even oneerbiedig gezegd, die het signaal van A naar B brengen en daar heel erg veel geld mee verdienen. Dat is een beetje hoe het bedrijf in elkaar zit en wij vallen daar eigenlijk onder als contenttak.

Opmerking [X1]: Inleiding bedrijf

En wat is uw functie binnen het bedrijf?

Ja ik doe dan een stukje communicatie, sponsoring, maar ook tv-producties. En dat komt allemaal beetje samen. We werken hier met twintig man voor sport en twintig man voor film, dus in het totaal hebben we veertig man. En dan heb je nog een groepje van 5/6 man die de marketingactiviteiten doen.

Oke, en dat is allemaal hier in dit gebouw?

Ja dat is allemaal hier in dit gebouw in Amsterdam en uuh we hebben ook onze studie hier en naja goed, Infostrada is onze grootste producent waarmee we werken. Die maken de meeste uitzendingen voor ons en voor de rest doen we het zelf met freelancers en je hebt natuurlijk heel erg veel commentatoren in dienst, en analisten en dat soort types. Nou ja dat is eigenlijk in het kort hoe het bedrijf in elkaar steekt.

Opmerking [X2]: Functie respondent

Oke mooi, dat is allemaal heel duidelijk. Maakt het bedrijf veel gebruik van sponsoring?

Nou nee, niet zo zeer eigenlijk, alleen je kijkt natuurlijk waar de mogelijkheden zijn. En uhh voor sport is het wat makkelijker dan voor film. Je kan natuurlijk een filmfestival gaan sponsoren, uhh dat kan. Dat hebben we in het verleden weleens gedaan, maar uiteindelijk was dat niet zo succesvol. Sindsdien hebben we gekeken naar de mogelijkheden uuh binnen de sport. En ja dan ga je kijken welke sporten je hebt binnen je portefeuille. En ja dan kom je tot een aantal conclusies. Dan kun je heel stoer gaan roepen ik ga iets met voetbal doen, maar wij zijn natuurlijk gewoon de zender van het buitenlandse voetbal. Dus het sponsoren van een eredivisieclub of wat borden ophangen, ja uuh..

Opmerking [X3]: Film-sponsoring en Sport-sponsoring

Ja dat schiet inderdaad niet echt op lijkt me..

Nee precies, daarom. Dan ga je kijken naar de Formule 1. Nou uhh, dat is een beetje te duur om daar iets in te gaan doen. Uhh ja dan hou je nog andere sporten over, tennis en ook basketbal, daar zijn we toen ingestapt. Basketbal omdat het Nederlands basketbalteam op omvallen stond, ze konden niet meer spelen voor het EK en WK kwalificatieduels. En wij dachten van ja, wij zenden NBA-Basketbal uit al jaren lang en het is goed als het Nederlands basketbalteam wat meer zichtbaar wordt en het is ook goed voor ons als wij bekend staan als bedrijf dat ook liefde heeft voor basketbal. Dus ja dat heeft ook weer een positieve werking.. Een soort feelgood gevoel. Wij zijn natuurlijk wel abonnee-tv en we vragen geld van de mensen, dus uuh het kan geen kwaad om af en toe wat sympathie te kweken. En dat hebben we dus gedaan met basketbal en dat heeft een hele positieve respons gekregen en vervolgens zijn we ook gaan kijken naar tennis. En uuh ja toen we kwamen al vrij snel met Robin Haase in aanraking en met Kiki Bertens. Nou ja, daar waren we eigenlijk al vrij snel uit. En eehm, toen hebben we gekeken, zijn er nog meer mogelijkheden? Dus nouja sinds dit jaar werken we ook samen met de KNLTB als mediapartner. Ja sinds december is dat. En het Sport1 Open kwam ook op ons pad.

**Opmerking [X4]:** Reden voor sponsoring tennis

**Hoe bedoelt u het kwam op uw pad? Hoe bent u er precies mee in aanraking gekomen?**

Ja eeh, dat is een beetje gek gelopen. Ik kende het toernooi al want ik woon in Den Haag. Vlakbij de Mets-banen. Dus ik kende het toernooi. Ik heb het toernooi ook zelf voor RTL een paar jaar gesponsord, dat was in de tijd dat het nog Siemens-Open was. Marcella Mesker doet commentaar bij ons, die is ook aan de Mets-banen verbonden. Nou ja, toen bleek een aantal jaren geleden dat het gewoon heel slecht ging met het toernooi, in de zin van dat ze gewoon cash nodig hadden. En wij waren net met ons tenniskanaal begonnen. En toen dachten we van nou ja uh weet je, als wij nou zorgen dat het grootste Challenger toernooi van Nederland blijft bestaan, kunnen we onze naam daaraan linken en we gaan niet op dat toernooi actief abonnees werven, maar gewoon van nou wij ondersteunen het Nederlandse tennis en wij vinden het belangrijk dat die talenten een kans krijgen. Dat is bij Challenger toernooien natuurlijk zo. Eehm we zorgen dat Haase er speelt en proberen het met marketing een beetje op te kloten binnen de stad Den Haag. Eehm, dan kan het voor ons weleens een positieve uitwerking hebben. Dat tennisliefhebbers denken van goh dat is eigenlijk wel sympathiek dat ze dat doen. En uiteindelijk probeer je dan natuurlijk via die U-bocht, doordat je sympathie kweekt, toch mensen over te halen om eeh, abonnementen te halen, maar ja dat is indirect.

**Opmerking [X5]:** In aanraking met toernooi

**Opmerking [X6]:** Geen direct sales, wel goodwill reputatie

**Opmerking [X7]:** Indirect wel doel om winst te maken

**Maar moet ik er dan aan denken dat jullie je vooral richten op het verkrijgen van naamsbekendheid door middel van de naamssponsoring. En dan op die manier indirect nieuwe abonnees proberen te verkrijgen?**

Nou ja, het hielp natuurlijk wel dat uuhh nou om duidelijk te maken dat wij veel tennis hebben. Door gewoon dat toernooi te claimen. Je kan er natuurlijk wel als een sub-sponsor bij gaan zitten, want ja we hebben natuurlijk ook gekeken wat we kunnen doen bij ABN en bij Rosmalen...

**Opmerking [X8]:** naamsbekendheid

**Ja precies, daar was ik ook nog benieuwd naar..**

Maargoed, dan heb je het over bedragen die voor ons echt niet haalbaar zijn. En ja, het zal toch altijd het ABN-AMBRO toernooi blijven. En Rosmalen was toen Unicef Open, en ja uuh daar kan je als sub-sponsor bij gaan zitten maar het toernooi blijft voor altijd Unicef heten of uuhh Ordina of ABN en wij wilden gewoon zelf iets creëren met het beschikbare budget. Dan heb je gewoon de grootste kans dat mensen een klik maken dus het heeft niet zoveel zin om iets half te doen. Dus dan kan je het beter gewoon in z'n geheel doen. Dat is uiteindelijk ook de reden dat we zeggen uiteindelijk bij film, de afweging hebben gemaakt dat we dan wel weer sub-sponsor kunnen worden van het filmfestival, als UPC het al doen, in hoeverre val je dan als Film1 nog op? En in hoeverre heeft niet iedereen het dan gewoon over het UPC huppeldepup festival met de UPC prijs, en hoe kan je je dan nog

**Opmerking [X9]:** budgetaire afweging

onderscheiden? Ja kijk, dat is dus vaak lastig. Of je moet heel veel geld betalen, maar ja eeh, voor ons geldt natuurlijk ook dat we gewoon winst moeten maken. Dus eeh, budgetten moeten we binnenstebuiten keren.

**Opmerking [X10]:** Hoofdsponsor/subs ponsor, aanwezigheid andere sponsors

**Dus als ik het goed begrijp spelen de budgettaire afwegingen een grote rol bij jullie?**

Ja zeker, op een gegeven moment moet je gewoon kijken, wat kan wel en wat kan niet en wat is haalbaar en wat niet? Zo simpel is het.

**Opmerking [X11]:** Budgettaire afweging

**Er is dus geen specifieke keuze gemaakt door jullie om te sponsoren binnen de regio Den Haag?**

Nee helemaal niet hoor! Want kijk, voor ons, wij hebben natuurlijk een landelijke dekking. Dus het zou voor ons beter zijn als we een groter en landelijk toernooi zouden kunnen sponsoren. Maarja, die mogelijkheden zijn er dus gewoon niet en ja, A. omdat we het geld niet hebben en B. omdat die toernooien al allemaal hun sponsors hebben. Daarom kwamen we dus vrij lokaal uit, wat uiteindelijk eigenlijk helemaal niet zo verkeerd is hoor. Het toernooi is vorig jaar gegroeid en dit jaar hebben we natuurlijk veel pech gehad met veel regen... Dat is wel jammer, waardoor het allemaal wat tegen viel. Maarja, dit konden we gewoon vrij makkelijk ondersteunen.

**Opmerking [X12]:** geografische dekking

**Dat begrijp ik. Uit eerdere onderzoeken over sportsponsoring is gebleken dat sponsoren van evenementen de sponsoring vaak gebruiken als mogelijkheid tot hospitality, het uitnodigen van...**

Ja zeker, zeker, je probeert natuurlijk je relaties daarheen te halen. Je merkt echter wel dat Nederland wel een beetje hospitality-moe aan het raken is.

**Haha, ja is dat zo?**

Ja we hebben gewoon heel veel evenementen. We hadden dit jaar natuurlijk het WK-hockey, daarbij kwam nog eens het WK-voetbal. Ja.. Het wordt eigenlijk wel steeds lastiger om je business op zo'n evenement te doen. Je ziet ook zeg maar als je kijkt naar de bedrijven dat daar actief met een tentje staat om dingen te verkopen of iets zichtbaar te maken, dat neemt gewoon af.

**En dat hebben jullie dus ook niet gedaan?**

Nee hebben we niet gedaan. En ja relaties uitnodigen is leuk, maar ja weet je, als je als relatie al zo veel uitnodigingen krijgt, word je heel selectief waar je uiteindelijk heengaat. Uuh aan de ene kant, ja het helpt wel, hospitality, maar het is nou ook weer niet zo dat je denkt nu we dat toernooi hebben trekken we opeens andere klanten binnen.

**Oke, het is dus voor Sport1 geen motief geweest om het evenement te gaan sponsoren?**

Nee absoluut niet, ik moet wel zeggen, het is wel leuk met je relaties in een andere omgeving te praten over bijvoorbeeld Sport1 of over andere dingen. Daar helpt het wel bij, want je kan gewoon een keer met een glaasje wijn op het terras, in het zonnetje en je gaat lekker tennis zitten kijken. Het is allemaal wat informeler, dat merk je af en toe wel dat het soms werkt, maar het is echt niet zo dat we opeens hele grote mega-deals binnenhalen.

**En bent u er zelf veel geweest?**

Ja ik ben er zelf de hele week geweest.

**Opmerking [X13]:** hospitality

Oke, eeh, ik doe daarnaast ook nog onderzoek naar verschillende criteria waar een sponsorobject aan moet voldoen om gesponsord te worden. Ben daarom ook erg benieuwd naar de verschillen tussen de sponsoring van Haase en Bertens, sponsoring van de KNLTB en eeh van de Sport1 Open?

Nou ja kijk, als je kijkt naar de deal met de KNLTB die we hebben, is heel waardevol voor ons omdat we via de KNLTB toegang hebben tot 600.000 huishoudens, wat natuurlijk voor ons allemaal potentiële klanten zijn. Wat dat betreft is die deal erg goed. Daarnaast kunnen we de Davis Cup uitzenden en eeh hebben we gewoon goed contact. Wanneer we kijken naar de overeenkomst die we met Robin en Kiki hebben, is dat weer heel waardevol omdat ze met ons logo spelen. Als je hun foto's in de krant ziet dat mensen direct die link hebben van hé, Sport1. Toen Kiki op Roland Garros goed speelde, stonden de kranten tien dagen vol met foto's van Kiki en dus ook met ons logo. Dat is dus gewoon indirect adverteren.

**Opmerking [X14]:** vergelijking objecten

En zit er tussen die vormen van sponsoring nog veel verschil qua investering, is het één nog aanmerkelijk duurder dan het andere?

Nee, nouja weet je, als je kijkt naar de deals van Robin en Kiki, die zijn vergelijkbaar. Eeh, met het Sport1 Open, dat is gewoon iets meer. Als je zo'n heel toernooi moet trekken is daar iets meer budget voor nodig. En met de KNLTB hebben we ook gewoon een prima deal, maar daar zit ook een heel groot partner-gedeelte in, die kunnen ook zeg maar gebruik maken van ons mediaplatform wat ten gunste komt van de KNLTB. Dus we kunnen adverteren voor ze en dat kunnen ze dan gratis bij ons doen. Dus dat ruilen we dan een beetje uit waardoor de cash component een stuk minder wordt.

**Opmerking [X15]:** investering

Oké, helder. En is dat bij de Sport1 Open ook gebeurd of was die sponsoring enkel in de vorm van cash?

Nee uhh we hebben bij de Sport1 Open voor een groot gedeelte cash uitgegeven, maar naja denk aan een abri campagne of aan een tv campagne in samenwerking met radio- en TV-West. Eeh, dus we hadden een combinatie, maar de grootste component was toch wel de cashcomponent.

**Opmerking [X16]:** type sponsoring

Precies. Dan vraag ik me nog af waarom u denkt dat het imago van Sport1 aan zou kunnen sluiten op de Sport1 Open?

Nouja niet zozeer op de Sport1 Open, maar we hebben natuurlijk een 24-uurs tenniskanaal. Dus tennis neemt gewoon een hele belangrijke plek binnen onze programmering in. En eeh, het kan nooit kwaad om zeg maar daar zichtbaar in te zijn. En als je dan met die vier samenwerkingen die we hebben zichtbaarheid creëert, dan vind ik het heel legitiem dat wij die uuh vier losstaande zaken ondersteunen.

**Opmerking [X17]:** imago fit

Juist ja, dus jullie proberen echt de toeschouwers en geïnteresseerden van de tennissport te bereiken door middel van het sponsoren?

Jaa eeh nou weet je, zoals ik al zei, we hebben niet actief abonnees geworven op het Sport1 Open, maar het is meer zeg maar dat de naam Sport1 automatisch gelinkt wordt door de tennisliefhebber aan tennis. En ook dat de toeschouwers dan op een later moment denkt van: wie zendt er ook alweer tennis uit? Oja dat zijn die gasten. Die zie ik nu al op het shirt van Haase staan, hé ik krijg een nieuwsbrief van de KNLTB en daar staan ze ook weer bij, en hé zie ik Bertens spelen, zie ik ook een logo. En dan ook nog eens op het toegangskaartje van... Ja kijk, al dat soort dingen die moeten een tennisliefhebber wel doen beseffen dat wij iets met tennis doen.

**Opmerking [X18]:** awareness, recall (involvement)

Ja precies, ik zou het dus kunnen zien als een soort wisselwerking tussen de verschillende sponsoractiviteiten binnen de tenniswereld om elkaars effect nog meer te versterken?

Ja! Het is niet goed om het marketing te noemen, want het is natuurlijk gewoon niet plat adverteren en geld schuiven. Er zit echt wel wat meer achter, maar het is ons natuurlijk wel te doen om de bekendheid van Sport1 binnen de tenniswereld. Net dat als we de naamsbekendheid van Sport1 in de basketbalwereld wilden vergroten. En uiteindelijk hoop je natuurlijk dat mensen denken van goh, dat is leuk en ik ga er wat mee doen...

**Opmerking [X19]:** verschil sponsoring en adverteren

**U zegt net, het is geen platte marketing. Kunt u uit proberen te leggen wat u het verschil vindt tussen platte marketing en jullie vorm van sponsoring?**

Ja, ik vind, dan plak je gewoon ergens een advertentie op of je koopt een tv-commercial in met als doel om ja snel abonnees te werven. Je doet dan een aanbieding van, weet ik veel, in plaats van 15 euro nu 5 euro per maand. Dat is gewoon het snel binnenhalen van nieuwe abonnees. En dit is uuh een proces van uuh ja dat eigenlijk een jaar lang loopt. Je hebt door deze sponsoring van het een jaar lang zichtbaarheid binnen de tenniswereld. En eeh iedere keer komt bij de mensen dat besef weer van ooh Sport1 tennis.

**Mag ik hieruit opmaken dat u het verschil vindt dat deze sponsoring iets indirecter is dan hetgeen u 'platte marketing' noemt?**

Ja absoluut.

**Opmerking [X20]:** direct vs. indirect sales

**Oke. Dan heb ik nog twee vragen eigenlijk. U zei daarnet dat uzelf in de buurt van de Mets-banen woont. U had al een relatie met het toernooi voordat u het zelf ging sponsoren. Heeft dat nog enige invloed gehad op het besluit om dit evenement te ga...**

Ja weet je, daar kan ik eerlijk over zijn, het is natuurlijk altijd zo dat als je dingen kent en je een netwerk hebt en dat mensen komen met vragen, dat je sneller genegen bent om iets te doen. Dat wil niet zeggen dat dit zeg maar iets van eeh privé-project is om dit op te trekken. Dat niet want het moet natuurlijk wel verantwoord worden. En hier bij Liberty Global wordt alles verantwoord, dus er moet een hele businesscase worden overlegd. Dus het is niet zo van hé joh leuk, ik ga jou eens sponsoren. Zo werkt het niet. Alleen het helpt wel zeg maar als je. Ja je weet wat voor een toernooi het is. Je weet hoe Robin Haase in elkaar steekt, je weet hoe Kiki een beetje denkt. En sportland is niet zo groot, dus je komt elkaar altijd tegen. Je spreekt elkaar dan ook veel vaker bij een tennisbaan dan dat je in een kantoor doet. Je hebt dus al veel meer een hele andere relatie. Dus de stap om van zo'n toernooi om te zeggen van joh, zouden jullie niet eens willen nadenken. Eeh ja weet je, als je hier Marcella Mesker hebt lopen die uuh dat toernooi heeft opgericht, samen met Ivo, ja dan is het niet raar dat Marcella eens hier commentaar geeft en hier binnenloopt van joh, luister dat toernooi staat onder druk, kunnen jullie niet eens kijken ernaar? En ja als dat dan past, dan kan je kijken of je elkaar kunt helpen. Past het niet, dan is het ook goed. Ja want als wij heel veel tennisrechten zouden kwijtraken, is het ook niet meer logisch dat wij sponsordeals binnen de tennis gaan continueren. Dan zou het ook zomaar kunnen zijn dat wij onze focus verleggen op Motor GP of Golf of weet ik veel wat. Je kijkt dus gewoon naar de content, en naja, de content die bepaalt eigenlijk gewoon welke kant je uitgaat.

**Opmerking [X21]:** persoonlijke motieven

**Ja, dat begrijp ik. Twee jaar geleden is de gemeente Den Haag en Topsport Den Haag heel erg actief geworden bij het evenement zelf..**

Jaa, maar de gemeente doet wel al veel langer heel veel hoor. Ik moet zeggen dat de gemeente Den Haag wel, in tegenstelling tot het bedrijfsleven, z'n beste beentje voor zet.

Klopt inderdaad, maar heb wel gezien dat in de afgelopen jaren ze zelfs zijn uitgegroeid tot één van de grotere sponsors van het tennistoernooi.

Ja. Ja, dat klopt.

Is dat voor jullie gunstig dat de gemeente sponsort in plaats van andere commerciële bedrijven?

Ja weet je, de eerlijkheid gebiedt te zeggen dat zonder de hulp van de gemeente Den Haag dat toernooi gewoon niet gaat vliegen. Het is natuurlijk gewoon, ook zij betalen door middel van subsidie uuh een zeer aanzienlijk bedrag. Als dat zou stoppen betekent dat dit geld door het toernooi door een commerciële partij moet worden opgehoest. En dat is in deze tijd gewoon niet realistisch. Dus eehh, ja we waren ook heel blij dat de wethouder ook weer een beetje overenthousiast nu alweer dingen heeft toegezegd voor de komende jaren.

Opmerking [X22]: steun gemeente

Haha ja dat klopt, in z'n eindspeech he..?

Ja in z'n speech inderdaad. Dat betekent dat we ook in het nieuwe akkoord dat de gemeenteraad gesloten heeft, ook besloten is dat sport een belangrijke plek inneemt. En dat de gemeente Den Haag zegt van ja we hebben nu Hockey gehad, we hebben volgend jaar Beachvolleybal, maar we willen eigenlijk continuïteit en we willen elk jaar een evenement organiseren. Nou, dit is er ieder jaar dus zullen ze dit niet zo snel laten vallen. Maar je weet het natuurlijk nooit. Het is altijd maar afwachten waar de compromissen worden gesloten wat dat betreft.

Ja dat begrijp ik. Maar ik zou me kunnen voorstellen dat het voor jullie wel positief is dat het op dit moment geen ander commercieel bedrijf is dat deze grote sponsoring voor z'n rekening neemt. Klopt dat?

Naja, weet je, kijk dit was ons laatste contractjaar. We hebben het nu twee jaar gedaan en we zijn nu aan het evalueren hoe we het volgend jaar gaan invullen en of we het volgend jaar nog wel gaan doen.

Opmerking [X23]: continuïteit

Haha nu beantwoordt u mijn volgende vraag eigenlijk al, dat is mooi haha!

Ja dan maak je eigenlijk allerlei afwegingen. Wat heeft het ons opgeleverd, wat zijn de voordelen, wat zijn de nadelen? Wat kost het ons? Hebben we dat budget misschien nodig om iets anders ermee te doen? Heeft het nog zin? Ja dat zijn allemaal afwegingen die we nu aan het maken zijn. We zijn ook aan het evalueren met het toernooi. Dus zo ga je kijken wat ga je volgend jaar doen. Doen we nog 1 jaar? Zeggen we we stoppen nu? Of we doen alleen het tv-gedeelte en de marketing en niet meer de cash...? De cash kunnen ze daarentegen weer het beste gebruiken, dusja.. Zo zijn we met elkaar in gesprek, waar dat heengaat weet ik nog niet. Ja dat moeten we gewoon zien, maar nee natuurlijk is het niet slecht voor ons wanneer een andere partij zegt van hier kijk hier heb je uuh... Kijk, uiteindelijk moet het toernooi groter worden en wij kunnen dit niet alleen. Het zou natuurlijk alleen gek zijn als er een ander media-bedrijf zou zijn dat zou zeggen kijk hier heb je eehh... Dat is gek, maar als Nationale Nederlanden zou zeggen van joh weet je hier heb je een ton en het zou volgend jaar Nationale Nederlanden Open heten of zo, fine by me he. Weet je, uiteindelijk is het voor het toernooi belangrijk dat er meerdere sponsors worden gevonden en op een gegeven moment gaan we er toch mee ophouden. Of we er nou nu mee stoppen of over een jaar of over een paar jaar, er komt een moment dat wij natuurlijk zeggen van oke, ons doel is naar onze mening bereikt en we gaan het geld op een andere manier invullen.

Duidelijk. U zei net dat jullie nu aan het evalueren zijn. Op basis waarvan bepalen jullie dat zo'n sponsoring van een toernooi uiteindelijk effectief is geweest?

Ja goed, ons doel vorig jaar was om eeh het te laten groeien. Zowel in toeschouwersaantallen als in budget. Dat is gelukt, dit jaar was het dan weer wat minder succesvol omdat je natuurlijk twee hele dagen kwijt bent door regen, waardoor de inkomsten van het toernooi teruglopen en je toernooi gewoon in de rode cijfers eindigt. Ja dat is gewoon door externe omstandigheden. Eeh, verder werken we in Nederland nog samen met andere partijen. Hoe lopen die contacten door. Zijn er zinvolle haakjes te bedenken tussen het toernooi in scheveningen en bijvoorbeeld het ABN Amro toernooi in Rotterdam? Misschien kunnen we daar zoeken naar linkjes.. Door misschien wildcards weg te geven, ballenjongens en ballenmeisjes uit te wisselen, weet ik het. Ja maar echt meetbaar van hoeveel harde abonnees het heeft opgeleverd, ja dat is het niet. Je gaat ten eerste, ja wij kennen onze klanten niet. Want je hebt met de klanten van de kabelaar te maken, niet van ons. Dus eeh, wij hebben geen NAW-gegevens. Dat maakt het natuurlijk erg moeilijk om te weten te komen waarom mensen bij ons abonnee zijn. Is het voor de Motor GP of voor de Formule 1 of omdat ze ons zo sympathiek vinden omdat we een tennistoernooi sponsoren. Ja we weten dus de absolute aantallen, maar hoe dat zich differentieert weet ik niet.

Opmerking [X24]: evalueren/ meting effectiviteit

En jullie zenden als ik het goed heb ook de finale live uit, klopt dat?

Ja, naja goed, dit jaar hadden we iedere dag daar een verslaggever lopen, die gewoon items maakte om ook de mensen thuis te kunnen bereiken. En de finale hebben we live uitgezonden. Natuurlijk zou je dat wel meer willen doen, maar dat is natuurlijk gewoon weer een budgettaire afweging. Want iedere dag dat je die camera's daar neerzet kost het weer een bedrag X. Op een gegeven moment moet je gewoon een afweging maken.

Weet u in hoeverre daar mensen naar kijken?

Ja daar kijken wel mensen naar, want we hebben zeg maar een soort interactiviteit tussen kijkers en commentatoren gedurende de wedstrijd. Dus ja die was er weer, ook dit jaar. Dit jaar was het ook weer op TV-West, dus daar zullen ook ongetwijfeld mensen naar hebben gekeken. Maar ook dat blijft natuurlijk heel erg moeilijk meetbaar. Wij meten ook geen kijkcijfers, omdat wij natuurlijk Abonnee-TV zijn.

Opmerking [X25]: media-aandacht

Dat begrijp ik ja. Nou volgens mij ben ik rond, heb ik alles aan u kunnen vragen wat van belang is voor mijn onderzoek. Ik wil u nog even vertellen dat indien u dat op prijs stelt dit interview anoniem gebruikt zou kunnen worden..

Neejoh, je mag gewoon onze naam gebruiken natuurlijk.

Heeft u verder nog dingen aan te vullen waarvan u zegt, goh wat gek dat hij daar niet naar gevraagd heeft?

Neehoor, ik denk dat je op deze manier een compleet beeld hebt van wat er allemaal speelt bij ons.

Dan wil ik u bij deze hartelijk danken voor uw medewerking!

Heel graag gedaan hoor, geen enkel probleem

Opmerking [X26]: afsluiting





Rood: Interviewer  
Zwart: Respondent

## KPMG

Allereerst hartelijk dank dat u tijd heeft vrij kunnen maken om door mij geïnterviewd te kunnen worden. Dit interview neem ik af voor mijn bacheloronderzoek naar de redenen van bedrijven om zich als sponsor te verbinden aan de Sport1 Open in Scheveningen. Zou u zichzelf kort kunnen introduceren en daarnaast het bedrijf kort kunnen inleiden?

Opmerking [ye27]: Inleiding

Ja! Ik ben Jacco Visser, ik ben van KPMG. KPMG is in de regio waar het hier over gaat, want we spreken over de sponsoring van het Mets toernooi, van de The Hague Open. Dus ik ben verbonden aan de kantoren Den Haag en Rotterdam, tegenwoordig in Rotterdam, daarvoor altijd in Den Haag gezeten. En eeh, vanuit die regio, die wij als 1 regio zien, hebben wij een aantal sponsorevenementen en daar is de The Hague Open er al heel lang 1 van.

Opmerking [ye28]: Voorstellen respondent

Hoe lang zijn jullie al verbonden aan het toernooi en wanneer bent u voor het eerst met het toernooi in aanraking gekomen?

Dat is al echt heel lang geleden. Ik heb het overgenomen van een collega van mij, dus dat is zeg maar meer dan 5 jaar. Dat zou zomaar al 8 tot 10 jaar kunnen zijn dat we er al bij betrokken zijn.

Opmerking [ye29]: Lange verbintenis

Oke en heeft u enig idee hoe uw voorganger in aanraking is gekomen met het evenement?

Nou bij ons is het heel simpel. Wij zijn gevestigd in de stad, mijn persoonlijke visie, wij zijn gevestigd in de stad en we zijn gevestigd in 13 steden in Nederland. En als je als bedrijf als KPMG, we hebben zoveel talent.. We hebben meer dan gemiddeld talent in ons bedrijf rondlopen. Dan moet je ook wat terug doen voor de omgeving waarin je werkt. En in Den Haag hebben we ons voor enkele projecten maatschappelijk laten zien. Wat wil je nou voor zo'n stad betekenen? Wat kan de stad voor ons betekenen? Nou wij zijn blij dat we daar gevestigd zijn en we daar ons talent terug kunnen verdienen en daarmee pakken we een aantal evenementen die voor de stad zelf heel belangrijk zijn. Dat zijn er in Den Haag twee, waarvan de The Hague Open eigenlijk 1 is.

Opmerking [ye30]: Veel talent binnen het bedrijf

Opmerking [ye31]: Projecten om iets terug te doen voor de omgeving, waaronder Sport1

En wat is de andere?

Wij organiseren een diner waarin de burgemeester en de wethouders aan tafel zijn, dat doen we overigens ook op de Sport1 Open. Daar hebben we met Ivo en Marcella over gesproken en daar nodigen we alle bestuursvoorzitters van alle organisaties in de regio Haaglanden die er toe doen, tussen aanhalingstekens, en die brengen we met elkaar aan tafel. Om gewoon te praten over de stad, over de politiek en waar we met de stad naartoe moeten.

Opmerking [ye32]: Diner met bestuursvoorzitters, ook op de Mets

Oke, dus dat staat eigenlijk helemaal los van het tennistoernooi?

Ja dat staat er volledig los van, maar dat doen we wel standaard op de Sport1 Open. En waarom we dat met Ivo en Marcella ook besproken hebben, want zij helpen ons wel in de organisatie, is dat voor hun het interessant is om die Haagse organisaties naar de Sport1 Open te krijgen. Misschien dat er nog eentje bij loopt die zegt van eeh ik pak die sponsoring eens even op. Maar dus die Sport1 Open, soms hadden we een week, soms een paar dagen maar we zijn er al jarenlang aan verbonden.

Opmerking [ye33]: Samenwerking Mets, potentiële sponsoren

Opmerking [ye34]: Lange verbintenis

Op welke manier vindt de sponsoring door jullie bedrijf plaats? Is dat puur cash dat jullie sponsoren?

Nee! Nouja, we geven natuurlijk geld ja. Ze hebben geld nodig, dat begrijpen wij best. Maar onze evenementen staat altijd in het teken van relatiebeheer. Naamsbekendheid hebben wij als KPMG niet nodig. Iedereen weet wie KPMG is, nou natuurlijk zeker na het afgelopen jaar.. Maar daarvoor was het ook al zo. Weet je, wij hoeven geen evenementen te doen om naamsbekendheid te krijgen, want in de markt weet iedereen wie wij zijn. Maar wij kunnen in de relaties, we hebben heel veel relaties, we brengen onze relaties daar naartoe. Die ontvangen we daar, we hebben daar een tent, een soort van paviljoentje en daar geven we onze medewerkers eeh de mogelijk om uuh mensen uit te nodigen om naar de Mets toe te komen tijdens dat toernooi. Dat doen we dan op twee avonden, meestal op donderdag en op vrijdag en sinds vorig jaar brengen we ook onze oud medewerkers, de jongens die bij KPMG gewerkt hebben, maar die hun carrière elders hebben voortgezet, die halen we altijd 1 keer terug naar KPMG om met ze bij te praten. En dat doen we ook vaak op de Mets.

**Opmerking [ye35]:** Sponsoring van cash

**Opmerking [ye36]:** Altijd relatiebeheer

**Opmerking [ye37]:** Naamsbekendheid geen issue

**Opmerking [ye38]:** Relaties en oud-medewerkers ontvangen

Oke, als ik het goed begrijp heeft u met KPMG 1 hoofdmotief om de Sport1 Open te sponsoren en dat is het ontvangen van relaties en werknemers in het kader van relatiebeheer?

Ja dat is absoluut relatiebeheer!

**Opmerking [ye39]:** Hoofdmotief: Relatiebeheer

Dat is heel duidelijk! Is de hoeveelheid media-aandacht voor het evenement voor u van groot belang?

Nou ik vind dit een mooi evenement, dus ik gun Ivo en Marcella, Ivo is natuurlijk de directeur en Marcella werkt nog op de achtergrond, die gun ik het beste. Dus als dat toernooi goed in de aandacht is, is dat goed voor het toernooi en is het automatisch ook goed voor ons. En dan is het ook makkelijker voor ons om onze relaties ernaartoe te krijgen. Van he joh, ik ga daar naartoe, het staat overal in de krant en ik ben te gast bij KPMG. Dus in dat opzicht heb ik er absoluut baat bij als dat veel in het nieuws komt. Ik hoef persoonlijk, als ik mijn cliënten uitnodig niet zozeer in het nieuws. Wij ontvangen onze cliënten vaak graag onder de radar, we ontvangen ze wel en praten daar bij, maar onze cliënten zijn er niet van gediend als ik daar opeens mee in de media verschijn.

**Opmerking [ye40]:** Persoonlijk vlak, gunfactor

**Opmerking [ye41]:** Media goed om relaties ernaartoe te krijgen, wil niet in het nieuws

Nee dat begrijp ik. Dus bijvoorbeeld de boarding waar uw naam en logo op te zien is, is voor u niet van groot belang?

Ja nouja kijk, als er op de finaledag de burgemeester of de wethouder die beker uitreikt en de tv erbij, dan is het natuurlijk leuk dat mensen zien dat wij aanwezig zijn.

**Opmerking [ye42]:** Klein stukje awareness, associatie

Is er sprake van een specifieke dienst of product dat jullie willen promoten met deze sponsoring?

Nee, nee, puur relatiebeheer.

**Opmerking [ye43]:** Geen brand/product awareness

Relatiebeheer is jullie hoofddoel van de sponsoring van de Sport1 Open. Wat is de reden dat jullie zoveel waarde hechten aan relatiebeheer?

Ja om te winnen, klanten binnenhalen, mensen leren kennen en vertrouwen winnen bij mensen. Dat kun je in allerlei omgevingen doen, maar dit is een plezierige omgeving. Het uiteindelijke doel is natuurlijk om geld te verdienen, dat lijkt me nogal logisch.

**Opmerking [ye44]:** Uiteindelijke doel relatiebeheer: WINST maken

Haha, dat dacht ik al. Dan zijn we op dat gebied redelijk snel klaar! Uhm, nu meer gericht op de selectiecriteria aan de hand waarvan jullie voor de Sport1 Open kiezen, waarom sponsoren jullie dit evenement en niet bijvoorbeeld andere, misschien wel grotere tennisevenementen?

Ja kijk, A wordt dat te duur. He, als je bijvoorbeeld in Ahoy gaat zitten bij het ABN AMRO toernooi, heb je ook minder de mogelijkheid om persoonlijk te kunnen zijn met je relaties. Bij ABN AMRO sta je natuurlijk binnen, hier is het in de zomer en hebben we een open paviljoen. Dus het heeft ook met de timing in het jaar te maken. Februari is het drukste gedeelte van ons seizoen dus om dat op een toernooi te gaan staan is allemaal een beetje lastig. De prijs maakt natuurlijk heel erg veel uit. Ja de reden waarom we ons hiermee kunnen associëren is.. Kijk, ABN AMRO is natuurlijk World Tennis Toernooi, is een toptoernooi. In de ATP-lijn is dat natuurlijk een toptoernooi. Die gaan vanuit Australië langzaam naar het binnen seizoen toe. Dit is in de indoorlijn natuurlijk een absoluut toptoernooi. En eeh, waar wij als KPMG voor staan is het ontwikkelen van talent. Wij trekken hooggekwalificeerd financieel talent aan en die maken wij in 7 tot 8 jaar financieel toptalent van. Wij zijn top in het ontwikkelen van talent en het ruimte geven aan talent, het zorgen dat talent voldragen financial professionals worden, dat zien we dus ook terug op dat tennissen. Dit is natuurlijk toch een toernooi, een soort opleidingstoernooi, waar je mensen verder wil zien komen. En dat is een associatie die wij daar niet uitdragen maar die het voor ons wel plausibel maakt om daar te zijn. Wij associëren onszelf niet veel met tennis, we zijn geen tennissponsor. Eehm, maar in dit geval, hebben we gekeken wat kan je in de stad doen. He, er is een aantal evenementen en we hebben er één geïnitieerd en één geadopteerd, waar we dan niet die hoofdsponsor zijn maar daar doen we dan die bijdrage aan. Dat past goed. Dus daarom is dit een toernooi dat ons aanspreekt, er zijn meerdere evenementen die we kunnen oppakken maar waar ik me dan weer afvroeg hoe we dat konden verklaren. Nou ja, dit kon ik makkelijker verklaren. En het is ook gewoon.. Het is.. Ja zoals Ivo vroeger als zei, het is net een soort Wimbledon aan zee. In die Challenger Serie is dit een hele grote, dus het is gezellig, er gebeurt daar wat. En in de loop van de tijd zijn we ook aan elkaar gewend geraakt. Kijk, ik hoef Ivo maar te bellen, of Marcella, en dan is het geregeld. We hadden een incident afgelopen jaar, we werden lastiggevallen in ons paviljoen door een paar vervelende gasten. En ja, weet je, dat regel ik altijd met hun. Zij kennen ons, wij kennen hun en we komen daar uit en dat is prima.

**Opmerking [ye45]:** Budgetaire afweging

**Opmerking [ye46]:** Persoonlijkere omgeving van ABN

**Opmerking [ye47]:** Periode in het jaar

**Opmerking [ye48]:** Associatie met ontwikkeling talent

**Opmerking [ye49]:** Bijdrage in de stad

**Opmerking [ye50]:** Toernooi is uniek in z'n soort

Ja oke, dus in de loop van de jaren is daar ook een persoonlijke band ontstaan?

Ja absoluut, er is een vorm van eeh.. Nou ja, de bedrijven hebben vriendschap met elkaar gesloten.

**Opmerking [ye51]:** Persoonlijke band, Vriendschap tussen bedrijven

Ja, ja oke! Helder. In welke mate speelt de aanwezigheid van andere sponsoren een rol? Is het fijn voor jullie dat de gemeente zich ontpopt heeft tot een grote sponsor? En zouden jullie in de toekomst nog hoofdsponsor willen worden?

Ja hoofdsponsoring hebben wij overwogen, maar dat krijgen wij niet gedraaid. Kijk, als je hoofdsponsor wordt van dit toernooi, dan betaal je denk ik anderhalve ton, twee ton. En voor ons geldt de sponsorregel, dat als je er zelf honderdduizend insteekt moet je er zelf nog eens honderdduizend achteraan plakken om je relaties daar te krijgen. Nou, ik krijg uit de regio Den Haag en Rotterdam niet zo veel relaties daar om dat voor honderdduizend euro rendabel te maken. Je moet dan gewoon een hele busdienst opzetten vanuit Groningen, uit Enschede, uit Maastricht, uit Eindhoven, weet ik veel waar, om mensen daar te krijgen om tennis te kunnen zien. En dat is teveel moeite omdat ik twijfel of het niveau daarvoor goed genoeg is. Want ik vraag me zelf ook af of ik naar, want dit is toch het tweede niveau tennis. Het is heel hoog niveau, want ook gravel blijft natuurlijk een fantastische ondergrond om mooi tennis op te laten zien, maar het trekt daarmee een heel groot aantal Oost-Europaers aan, maar ook Zuid Amerikanen en Spanjaarden. En natuurlijk zijn alle Nederlanders er ook altijd, maar ik vraag me af of die mensen een reis willen doen naar Den Haag om naar zo'n tenniswedstrijd te kijken.

**Opmerking [ye52]:** Budgetaire afweging hoofdsponsoring

**Opmerking [ye53]:** Praktische bezwaren grotere sponsoring

**Opmerking [ye54]:** Niveau niet hoog genoeg om nationale relaties aan te trekken

Dus het feit dat er niet veel hele grote namen actief zijn op het toernooi zorgt er mede voor dat jullie geen hoofdsponsor willen zijn?

Kijk, je moet erachter komen, en dat is toch altijd wel wat we nastreven bij relatiebeheer, je moet er natuurlijk gewoon achter komen of je relaties tennis leuk vinden... En als je relaties tennis leuk vinden, dan hebben ze vaak ook kinderen die spelen. En dan moet je een beetje zeggen van kijk als die nou komen, kunnen ze een Haase zien spelen of een Jesse zien spelen. Of ze zien überhaupt jongeren spelen in de leeftijd 18 tot 24 jaar, die bezig zijn om een carrière vorm te geven. En wat daarbij komt kijken en hoe goed je op dat niveau moet zijn. En dát kunnen we natuurlijk wel laten zien. Maar daarvoor moet je met al je relaties wel heel goed weten wat ze allemaal doen.

**Opmerking [ye55]:** Eigenschappen relaties, tennisliefhebbers?

**Juist ja, en merkt u onder uw werknemers dat het tennis en de Sport1 Open leeft?**

Jaaa, ja, ja joh degenen die zelf tennissen gaan natuurlijk kijken daar. Die vinden dat mooi! En dan zie je ook wel dat eeh hoe, ja hetzelfde als bij voetbal, het is natuurlijk veel techniek, maar het komt uiteindelijk toch allemaal heel veel op handelingssnelheid aan en dat wordt telkens maar hoger en hoger. En voetenwerk en ja dat soort dingen kun je daar natuurlijk wel allemaal zien. De droom, zeg maar, wordt daar wel een beetje werkelijkheid. Zelden kom je dicht bij een baan dan op zo'n toernooi. Dus dat is wel leuk. We hebben ook gasten die drinken een half glas water, die zetten een klep op hun kop en die gaan naar de baan toe.

**Opmerking [ye56]:** Relaties vermaken zich op toernooi

**Haha, ja dat is dan weer niet helemaal uw intentie zeker!?**

Hahaha ja maar ze zijn wel happy altijd!! Weet je, dat is ook wel belangrijk.

**Precies. En nu zitten we een kleine maand na het evenement. Gaan jullie dan evalueren of het een succes is geweest?**

Ja we hadden dus dat incident deze keer. Eeh, ja dat heeft Ivo eigenlijk prima opgelost. En eeh ja we hoeven niet te evalueren, we weten.. Weet je, op de donderdag en op de vrijdag, als wij onze gasten hebben, zijn wij meestal het grote evenement van de avond dus dan trekt automatisch de groep, ja dat trekt het park naar ons toe. Ehm, en daar zijn we tevreden over. We weten wat we krijgen, we weten ook wat de service is en we weten hoe het eten erin zit. We hebben hier een meisje, Priscilla, die precies weet hoe ze het moet organiseren. Die kan Ivo echt voor alles bellen en weet je, we zijn zeer ervaren en aan elkaar gewaagd. Als me iets niet zint, ja dan zeg ik het gewoon gelijk. Ivo, dat is niet goed of dat is niet goed en dan gaat hij het regelen.

**Opmerking [ye57]:** Geen noodzaak tot evaluatie

**Oke, dus als ik het zo hoor is het volgens jullie een absoluut succes?**

Ja, wij zijn blij met wat we doen en we hebben altijd plezier eraan. Ik heb er persoonlijk ook altijd veel plezier van. En ik heb in die.. Nou ik ben er nu denk ik zo'n 6, 7 jaar achter elkaar geweest. Als ik twee potjes gezien heb daar is het veel. Ja.. En dat ligt niet aan het feit dat ik niet van tennis hou, maar ik ben altijd met die relaties bezig. Dan moeten ze weer naar de tent en dan weer daar naartoe.

**Opmerking [ye58]:** Tevredenheid

**Oja, duidelijk. Aan de hand waarvan meten jullie dat het een succes is? Valt dat überhaupt te meten?**

Ja, dat vragen we aan degenen die relaties hebben uitgenodigd. Die feedback halen we daar op. En kijk, als mensen echt tevreden zijn sturen ze opeens van joh, ik vond het zo leuk en dankjewel hier en dankjewel daar. Dus dat is.. Ik heb altijd dezelfde mensen staan. Die komen elk jaar terug, dus als ik ze niet uitgenodigd heb krijg ik opeens van: hé gaat er niks gebeuren? Dus die komen daar ook allemaal weer anderen tegen. Er ontstaan een soort van netwerken, een clubje. En ja dat succes houden we natuurlijk in de gaten. Of we dat voldoende eruit krijgen. Maar als je de andere kant van onze sponsorbesteding ziet, dat je iets voor de stad terugdoet, ja weet je, wij moeten dat geld daar ook gewoon naartoe brengen om daar iets te kunnen betekenen.

**Opmerking [ye59]:** Ophalen feedback bij relaties

**Opmerking [ye60]:** Onderzoek netwerkvorming

**Opmerking [ye61]:** Maatschappelijke verantwoording

Hebben jullie nog veel last gehad van het weer? Volgens mij zijn er twee hele dagen verregend.

Ja joh, het was heel sneu voor Ivo. Hij had natuurlijk de dinsdag, dat was echt een vette regendag. En maandag heeft hij een paar eerste rondjes kunnen spelen, maar niet heel veel. En wat voor hem dan ongelukkig is, is dat z'n spelers in het toernooi blijven. En dat die dus allemaal op dat Kurhaus blijven liggen. Dus hij had een vrij stevige kostenpost om die jongens in huis te kunnen houden. Ehm, maar ja, dat is dan zo. Dat hoort ook bij zo'n toernooi. Maar wij hadden de donderdag en de vrijdag, dus wij hadden het prima.

**Opmerking [ye62]:** Problemen toernooi

**Opmerking [ye63]:** KPMG geen probleem ondervonden

Gelukkig maar! Ja, volgens mij weet ik alles wat ik wilde weten.. Heeft u nog dingen waarvan u zegt, dat zou nog van groot belang kunnen zijn of goh dat is hij helemaal vergeten?

Nee eigenlijk niet eeh, want dit is jouw afstudeerscriptie toch?

**Opmerking [ye64]:** Tussenvraag

Ja, mijn bachelorscriptie is dit. Ik ga volgend jaar een masterstudie Sportbeleid en Sportmanagement in Utrecht volgens en waarschijnlijk bij de KNLTB stage lopen. Om daar volgend jaar te mogen beginnen moet ik mijn bachelorscriptie nog dit studiejaar afronden, dus daar ben ik nog druk mee bezig.

Ja, ik ben benieuwd wat eruit komt hoor! Weet je, laat het me zien eeh als hij klaar is, of Ivo. Ben benieuwd wat je nou opschrijft en hoe jij naar dat toernooi kijkt. Daar ben ik dan wel weer benieuwd naar hoe dat interview, hoe dat daarin voorkomt..

**Opmerking [ye65]:** Interesse in eindproduct scriptie

Ja eeh, het plan is om af te wegen welke hoofdmotieven de verschillende sponsors hebben en te onderzoeken of daar enige lijn in te ontdekken is, of er overlap is of dat sponsors allemaal verschillende motieven hebben om het evenement te sponsoren.

Nou weet je, dat wil ik er eigenlijk nog wel aan toe voegen. Nu, wij zitten natuurlijk helemaal niemand in de wielen daar, maar er zit ook een avond dat BDO, een concurrent van ons, daar gasten uitnodigt. Nou ben ik van BDO eigenlijk niet zo heel erg bang, maar als daar bijvoorbeeld PWC of Ernst and Young zou besluiten om hoofdsponsor te worden, dan denk ik wel dat wij er tussenuit zouden piepen, omdat wij er dan niet meer zoveel te zoeken hebben.

**Opmerking [ye66]:** Aanwezigheid concurrenten

Precies, dus de aanwezigheid van andere bedrijven in dezelfde sector, dat zou eventueel nog wel een...

Ja weet je, wij bekijken dat. Het betekent dan niet dat we meteen weglopen, maar als iemand daar de naamsponsor van zou worden.. Als Ernst and Young of PWC zich opeens helemaal op tennis zouden storten, ja dan moet je daar niet in hun schaduw gaan staan. Maar daar is op dit moment geen sprake van. Dus in dat opzicht volgen we wel op de voet wie er mee doen, maar wij hebben eigenlijk nog veel meer het belang van jongens laten we er met z'n allen iets goeds van maken. En zoveel mogelijk bedrijven daar naartoe kunnen gaan, want dan blijft het een mooi toernooi.

**Opmerking [ye67]:** Concurrentie van sponsors

**Opmerking [ye68]:** Samenwerken en samen succes van maken

Oke, want denkt u dat mocht het toch ooit KPMG Open heten, zou dat voor jullie een groot verschil kunnen maken?

Dat gaat niet gebeuren. We hebben wel, kijk sowieso zijn we aan regels gebonden wat betreft sponsoring. Wij mogen niet zoveel sponsors. Dus als ik tweehonderdduizend euro zou uitgeven, dan moet ik dat omslaan om het aantal gasten. En dat red ik waarschijnlijk nooit. Dus het is ook wettelijk onmogelijk om dat te doen. Maar als ik het zou doen, als ik tweehonderdduizend euro zou kunnen uitgeven, dan heb ik wel wat concurrentie, of dan heeft Sport1 Open wel wat concurrentie met andere evenementen waar we voor twee ton wel veel verder zouden kunnen komen dan daar.

**Opmerking [ye69]:** Hoofdsponsoring onmogelijk

**Opmerking [ye70]:** Bij groter budget geen keuze voor Sport1 Open

Kunt u daar een voorbeeld van geven?

Nou we hebben destijds, we kochten voor een miljoen de KLM-Open. En daar waren we de tweede sponsor, maar waar wel de hele top van Nederland naartoe komt. Daar hebben we vijf jaar lang de top van Nederland in de tenten gehad. Ja dat is dan wel vijf keer zoveel, maar dan heb je wel, ja de top van Nederland heb ik bij de Sport1 Open nog niet gezien natuurlijk. Er zijn dus heel veel sportevenementen in Nederland die je zou kunnen supporten en waar je mensen daarvoor uit zou kunnen nodigen en wat ze leuk vinden. En voor twee ton kunnen wij gewoon echt wel heel veel dingen doen. En dat is mijn inschatting weet je. Zelfs als ik een ton aan het toernooi geef, moet ik een ton zelf aan een broodje drankje, de bus uitgeven om het allemaal geregeld te krijgen. Ja twee ton, dat is gewoon veel geld voor zo'n evenement.

**Opmerking [ye71]:** Sponsoring KLM Open (Golf)

**Opmerking [ye72]:** Trekt niet de top van zakelijk Nederland

**Opmerking [ye73]:** Grote uitgave niet bij Sport1 Open

Ja! En wat vindt u ervan dat het budget de afgelopen jaren langzaam in een neerwaartse spiraal terecht is gekomen?

Ja kijk, Sport1 heb je natuurlijk zelf mee gesproken, maar die hebben hele andere motieven want die hebben ook gewoon treffing naar de zender toe. Die trekken treffing naar Robin Haase, die zij sponsoren. Die hebben gewoon tennis op hun programmering staan en daar trekken ze gewoon geld voor uit om dat te promoten. Dat begrijp ik natuurlijk wel. Voor hun is geld wat anders. Dit is in hun hoofdstukje tennis een belangrijk hoofdstuk. En voor ons zit het hem erin dat het relatiebeheer op heel veel plekken kan. Dus daar zoek je dan een leuk plekje voor en dat heeft ook een waarde. Maar niet de waarde die aan de hoofdsponsoring vast zou zitten waar jij het net over had.

**Opmerking [ye74]:** Sport1 gebruikt ter promotie van tennisproduct

**Opmerking [ye75]:** Relatiebeheer kan op veel plekken

Ja, heel helder. Volgens mij zijn we helemaal rond en ik dank u nogmaals voor de tijd die u heeft kunnen vrijmaken voor mij!

**Opmerking [ye76]:** Afsluiting

Rood: Interviewer  
Zwart: Respondent

## Boenk van der Linde

Goedemorgen, allereerst hartelijk dank voor uw tijd. Ik neem dit interview af voor mijn bacheloronderzoek naar de redenen van commerciële bedrijven om de Sport1 Open in Scheveningen te sponsoren. Dit interview kan op uw verzoek anoniem blijven. Zou u uzelf en het bedrijf kort kunnen introduceren?

Opmerking [ye77]: Inleiding

Ja nou ja, ik ben Charissa Smit, ik werk op de sales afdeling van Boenk van der Linde. Uhh ja Boenk van der Linde is een eventcateraar en het is heel veelzijdig. We richten ons voornamelijk op de zakelijke markt, maar zoals de Sport1 Open, dat was natuurlijk een sportevenement. We verzorgen eigenlijk alle catering, maar kunnen ook alles daaromheen organiseren, dus eventueel geluid en aankleding of iets dergelijks.

Opmerking [ye78]: Voorstellen respondent

Opmerking [ye79]: Introductie bedrijf

Oke, en dat hebben jullie ook bij de Sport1 Open gedaan of was dat alleen de catering?

Nou daar waren wij eigenlijk de hoofdorganisatoren. Het ging natuurlijk voornamelijk om de catering. Je hebt verschillende partners waar je mee samenwerkt, maar al die contacten liepen via ons.

Opmerking [ye80]: Hoofdorganisator catering

Begrijp ik. Hoe moet ik jullie sponsoring van de Sport1 Open precies voor me zien? Op welke manier sponsorden jullie het evenement?

Je moet het eigenlijk zo zien. Wij hebben een drie-jarig contract met Sport1 Open afgesloten en uhm dan ga je als bedrijf gewoon kijken van wat levert het evenement ons op en welk percentage daarvan kunnen wij sponsoren aan het evenement. Zo moet je het eigenlijk zien. Het is niet zo dat we gratis dingen weggeven of iets dergelijks.

Oke, dus jullie maken winst en een gedeelte daarvan sponsoren jullie cash aan het evenement?

Ja.

Opmerking [ye81]: Cash sponsoring is een percentage van winst

Oke dan begrijp ik het. En maken jullie veel gebruik van sponsoring op deze manier?

Nou nee eigenlijk niet echt. We richten ons eigenlijk meer op de zakelijke markt zoals congressen en bedrijfsevenementen. Dus het komt wel voor natuurlijk dat we dingen sponsoren maar het is niet een gewoonte. We hebben bijvoorbeeld evenementen van Unicef en Politieke Partijen gesponsord, maar dat is eigenlijk niet te vergelijken met Sport1 Open. Dat duurde echt een week, je hebt je eigen restaurant en een bar met alle losse verkoop.

Opmerking [ye82]: Sponsoring zakelijke markt

Opmerking [ye83]: Duur

En welke geschiedenis heeft het bedrijf met het Sport1 Open? Hoe zijn jullie ermee in aanraking gekomen?

Dit was voor het eerst! Ja Sport1 Open was volgens mij, bindt me er niet aan vast hoor, maar was niet tevreden over de vorige cateraar. En zo zijn ze eigenlijk bij ons gekomen. Ze wilden namelijk weer terug naar de Haagse partners. Ze wilden een haagse partner voor de catering, een haagse partner voor het geluid, voor de aankleding en zo zijn ze eigenlijk bij ons uitgekomen.

Opmerking [ye84]: Eerste jaar sponsoring

Opmerking [ye85]: Haagse partner



Ah oke, dus zij hebben jullie benaderd?

Ja dat is wel van twee kanten gekomen, maar zij waren wel de eerste die interesse toonden. Maar het was dus vooral heel erg belangrijk dat het een Haagse partner is. Wij zijn natuurlijk ook een Haagse cateraar, die vooral in Den Haag en omstreken bekend is. En eeh dat is ook wat het bedrijf wil uitstralen. En dat past dan zo weer heel goed in elkaar met de Sport1 Open.

**Opmerking [ye86]:** Geografische fit

Begrijp ik. En je zei dat jullie contract drie jaar loopt. Het is misschien lastig omdat het eerste jaar pas net is afgelopen, maar hebben jullie de intentie dit lang te gaan doen?

Ja er moet natuurlijk geëvalueerd worden na elke editie of opdracht. Want er zijn altijd verbeterpunten. Ik denk niet dat je nu al kunt zeggen dat we al besloten hebben van we plakken er nog een paar jaar aan vast, daar is het nog te vroeg voor.

**Opmerking [ye87]:** Evaluatie op dit moment bezig

Nu eigenlijk de hoofdreden waarom ik hier ben.. Waarom doen jullie het, waarom sponsoren jullie de Sport1 Open?

Ja net wat ik net al zei eigenlijk, het is natuurlijk in Scheveningen, heeft daarom ook veel met Den Haag te maken. Dus dat is al een belangrijke reden omdat je als Haagse partij je laat zien daar. Er komen natuurlijk veel mensen uit de omtrek. Dus dat is een belangrijke reden. Dat Haagse is echt heel belangrijk! En daarnaast is het natuurlijk ook een mooie kans om aan zoiets mee te werken als je die kans eenmaal krijgt.

**Opmerking [ye88]:** Awareness in regio Den Haag

**Opmerking [ye89]:** Mooie kans om aan zo'n evenement mee te werken

Oke, maar jullie naam is op het evenement ook overal te zien natuurlijk. Is dat belangrijk voor jullie?

Ja wij hingen inderdaad ook op de borden rondom de tennisbanen en je staat natuurlijk binnen het sponsordorp op de menukaart met je logo ennuuh, ja en dat soort reclame-uitingen. Wat ook nog belangrijk is om te vermelden is dat de Sport1 Open precies na ons hoogseizoen valt. De Haagsche markt is wat dat betreft redelijk goed voorspelbaar, en de Haagse markt en activiteiten houdt op de vrijdag voorafgaand aan het Sport1 Open. Het is natuurlijk veel ambtenaar in Den Haag, hetgeen betekent dat die week daarna al onze resources weer beschikbaar zijn.

**Opmerking [ye90]:** awareness

Dus voor jullie is het gunstig om jullie seizoen nog een volle week door te kunnen trekken?

Ja precies, wat betreft de timing komt het perfect uit voor ons bedrijf.

**Opmerking [ye91]:** Periode sluit aan op bedrijfsschema

Hoe groot is het criterium dat er media-aandacht is voor het evenement dat jullie sponsoren? Houden jullie daar rekening mee?

Ja we houden er wel wat rekening mee natuurlijk. Maar het is absoluut geen hoofddoel voor ons, maar we spelen er natuurlijk wel op in. Vooral ook via onze eigen kanalen. Want ik weet niet of je het weet, maar Boenk van der Linde is een onderdeel van van der Linde uit Rotterdam en dan wordt er ook vanuit de kanalen van Boenk en van vd Linde gecommuniceerd van ja we gaan dit doen en het sponsordorp is geopend en dat soort dingen. En eeh over de marketingactiviteiten daar denken we ook over mee, maar niet zo zeer of de tenniswedstrijden op televisie komen. Dat is voor ons niet erg relevant.

**Opmerking [ye92]:** Media-aandacht geen doel, spelen er wel op in

**Opmerking [ye93]:** Tv aandacht onbelangrijk

Oke en hebben jullie nog specifieke producten of diensten die jullie op het evenement aan willen prijzen of gaat het jullie puur om de bedrijfsnaam Boenk van der Linde te verspreiden?

Ja nou ja, ik denk dat als je een catering bedrijf bent, dat je altijd laat zien wat voor een producten je in huis hebt en vooral op zo'n evenement. Want daarom hadden we ook verschillende

mogelijkheden. We hadden het restaurant, waar mensen gewoon kunnen dineren of lunchen of iets. En je hebt natuurlijk ook bij de bar de wat simpele, ik noem maar wat, bittergarnituur of tosti. In het restaurant kon je dan weer kreeft eten en biefstuk. Dus met elk evenement proberen wij te laten zien wat je kwaliteiten zijn en wat je in huis hebt, want anders heb je er niks aan als je naamsbekendheid krijgt, maar wel bekend staat om je slechte catering. Dus dat is natuurlijk nog wel belangrijker dan de naam, want als je eten niet goed is gaat je naam er alsnog aan.

**Opmerking [ye94]:** Product awareness en kwaliteit belangrijk

**Opmerking [ye95]:** Product zelfs belangrijker dan awareness

Het is overigens wel zo dat we dan de link proberen te maken met het tennistoernooi wat er gespeeld wordt. Zo hadden we bijvoorbeeld dan het voorgerecht de 'Game Set and Match' en dat je het tennis daar een beetje in terug krijgt. En voor de echte Haagse invloeden hebben we dan onze Haagse hapjes zegt maar, die we dan omschrijven op de Haagse manier.

**Opmerking [ye96]:** Inspelen op tennistoernooi

Veel bedrijven geven ook aan dat sponsoring van een dergelijk evenement voor hun belangrijk is vanwege de hospitality mogelijkheden. Hoe zit dat bij jullie?

Ja wij beheren natuurlijk dat sponsordorp. Daar vinden inderdaad heel veel netwerkevents plaats van verschillende bedrijven, meestal nemen die hun relaties mee of organiseren een eigen dag voor de medewerkers. En daar proberen bij zelf natuurlijk op in te spelen. Als we daar toch staan... Ja je hebt alles tot je beschikking, dus wij hebben op de woensdag van het toernooi onze eigen netwerkzomerborrel georganiseerd voor relaties. Ja dan hebben we een walking diner geserveerd en konden de mensen om 19u de wedstrijd kijken. Dus ja dat is wel een mooie kans om tijdens zo'n bedrijf je relaties uit te nodigen en te laten zien hoe je alles organiseert op een dergelijk evenement.

**Opmerking [ye97]:** hospitality

En zijn die bijeenkomsten allemaal goed verlopen, hebben jullie het gevoel dat het zin heeft gehad?

Ja zeker, alleen bijna niemand heeft tennis gekeken, want het was gewoon te koud en niet lekker. Maar het was heel druk, de opkomst was onwijs groot en van de 70 aanmeldingen zijn er ongeveer 60 geweest. Iedereen bleek tevreden te zijn dus dat is voor ons een goed teken.

**Opmerking [ye98]:** Evaluatie eigen netwerkborrel

In hoeverre is de aanwezigheid, eeh of juist de afwezigheid, van andere sponsors voor jullie van belang bij de sponsoring van het Sport1 Open?

Nouja, in zoverre, concurrentie met andere sponsors tijdens dit evenement is er voor ons eigenlijk niet. Op elk gebied heb je gewoon een sponsor. Bijvoorbeeld Sport1 is niet te vergelijken met ons bedrijf, waardoor wij dit niet als concurrentie zien. We zijn allemaal hele verschillende bedrijven met een heel verschillend product en wij zijn natuurlijk het enige bedrijf op gebied van catering. Je moet dus de aanwezigheid van al die sponsors zien als een soort samenwerking, je doet het met z'n allen, en je moet gewoon zorgen dat je met z'n allen dat evenement gewoon zo goed mogelijk uitvoert. Ja, over het feit dat Sport1 Open heet en niet Boenk van der Linde Open, haha ja het zou niet eens klinken vind ik, maar nee dat is verder niet uuh, nou nee daar hoeven wij verder geen hoofdsponsor van te zijn. Want kijk, Sport1 is een sportbedrijf en zoals ik al zei, wij richten ons voornamelijk op de zakelijke markt, dus het belang om voor ons bij een tennisevenement hoofdsponsor te worden is er heel erg.

**Opmerking [ye99]:** Geen sprake van concurrentie, eerder samenwerking

**Opmerking [ye100]:** Geen hoofdsponsor, want geen tennisbedrijf

Hoe valt het imago van jullie bedrijf te rijmen met het imago van de Sport1 Open?

Ja eigenlijk matcht dat natuurlijk enorm goed. Want eeh, tijdens de Sport1 Open.. Uh ja ik weet niet of je het sponsordorp gezien hebt??

Ja heb ik gezien!

Nou daar staan dus hartstikke veel tenten natuurlijk en bedrijven kunnen die tenten bij ons huren met de catering erbij. Nou ja, dat wordt dus alleen maar door bedrijven gedaan voor hun relaties en eigen medewerkers, dus uiteindelijk komen we dan toch nog richting onze doelgroep terecht. We hebben ook losse verkoop, je kon ook als je naar de wedstrijd was geweest dat je lekker kon eten in het restaurant, maar we merkten dat dat niet zoveel gedaan werd. Dus voor ons was het toch meer de zakelijke markt waar we het van moesten hebben in het sponsordorp. Dus eigenlijk matchte dat enorm goed.

**Opmerking [ye101]:** Door veel hospitality richting zakelijke doelgroep

**Opmerking [ye102]:** Goede match

Oke, klopt het dat je vindt dat de Sport1 Open meer dan alleen tennis is, bijvoorbeeld een grote zakelijke kant, en dat jullie bedrijf daar juist heel goed op aansluit?

Ja zeker, een gedeelte komt voor het tennis, maar ook een zeer groot gedeelte komt echt puur om te netwerken en om zakenrelaties te onderhouden.

**Opmerking [ye103]:** Groot gedeelte komt voor netwerken, match

En tenslotte.. Hoe tevreden zijn jullie over het afgelopen evenement en hebben jullie teruggekregen wat jullie ervan verwacht hadden?

Nou, ik denk dat we voor een eerste jaar, want het was natuurlijk nieuw voor ons.. Denk ik wel dat we heel erg tevreden mogen zijn. We hebben wel heel erg veel pech gehad met het weer. Want het werd volgens mij pas vanaf donderdag of vrijdag lekker weer..

**Opmerking [ye104]:** tevredenheid

Ja de dinsdag en woensdag zijn qua tennis zelfs bijna helemaal verregend als ik het juist heb.

Ja dat klopt inderdaad. Dat was echt verschrikkelijk.. Dan komt er ook gewoon niemand natuurlijk en is dat hele sponsordorp gewoon leeg. Ja dat is voor ons natuurlijk héél zuur, want ja je staat er niet voor niks dus wat dat betreft hadden we dat wel weer echt tegen ons.

**Opmerking [ye105]:** negatieve gevolgen regen

Dat kan dus wel gezien worden als een risico van de sponsoring van een dergelijk evenement?

Ja, dat heb je gewoon bij buitenevenementen. In Nederland weet je natuurlijk niet wat het weer doet dus dat is dan ook heel erg lastig te vergelijken.. Kijk als het de hele week mooi weer was geweest, was het ook weer anders verlopen natuurlijk. Maar daarom zeg ik, we mogen ondanks dat, wel erg blij zijn met een eerste jaar dat het zo is gegaan. Er is eigenlijk helemaal niks, naja misschien een heel klein dingetje dan, mis gegaan. Alles liep heel goed op rolletjes, alles was op tijd klaar dus wat dat betreft kunnen we gewoon heel tevreden zijn. Maarja de losse verkoop, dat mag volgend jaar wel wat meer hoor.

**Opmerking [ye106]:** Relatief groot risico door buitenevenement

**Opmerking [ye107]:** Verbetering volgend jaar

Heeft ook dat te maken met het weer?

Ja en waarschijnlijk ook met het feit dat het sponsordorp nog als een soort drempel wordt gezien door de mensen, dat mensen denken van ho daar mogen we niet naar binnen of zoiets.

**Opmerking [ye108]:** Drempel sponsordorp

En op welke manier meten jullie de effectiviteit van een dergelijk evenement?

Ja je maakt van tevoren gewoon een begroting van wat verwacht je om te zetten en eeh dan kijk je ook wat je uitgaven zijn.. Want wij nemen dan ook het geluid en meubilair daarin op, en aan de hand daarvan kijken we van ja spelen we quite ja of nee en hebben we er iets aan verdiend?

**Opmerking [ye109]:** Meetmethode effectiviteit

Oke, dus jullie laten de naamsbekendheid en andere mogelijke uitwerkingen buiten beschouwing en analyseren alleen de directe verkopen en winst?

Ja, dat is voor ons nou eenmaal het makkelijkste te meten. Zodra uit onze begroting blijkt dat het sponsoren van een week Sport1 Open niet rendabel genoeg blijkt, zullen we er ook gewoon mee moeten stoppen, zo simpel is het.

**Opmerking [ye110]:** Effectiviteit puur gewogen aan opbrengst

Oke, dat is helder. Dan ben ik aan het einde gekomen van het interview. Zijn er nog dingen die u toe wilt voegen of dingen waarvan u denkt van ongelooflijk dat hij daar geen aandacht aan heeft besteed?

Nee hoor, helemaal niet.

**Opmerking [ye111]:** Afsluiting interview

Rood: Interviewer  
Zwart: Respondent

## TennisDirect

Dit is een opname van een interview voor mijn bacheloronderzoek. Ik ben hier bij TennisDirect in Sassenheim. Zou u zich misschien kort kunnen introduceren en het bedrijf daarbij kort kunnen inleiden?

Opmerking [ye112]: Inleiding

Ja. Nou ik ben, mijn naam is Erwin van den Heuvel, ik ben manager Sales en Events, zoals wij het noemen. Dat betekent dat ik verantwoordelijk ben voor alle omzet buiten de website om. Nouja, het zegt het al, events is natuurlijk een omzet buiten de website om. Daar hebben wij een aantal events in Nederland en België. In Nederland doen we ABN AMRO toernooi, Sport1 Open in Scheveningen en wat kleinere toernooitjes lokaal. Nou dan bedoel ik vooral een aantal winkels wat we hebben, die hebben een aantal verenigingen om hun winkels zitten en daar hebben we wat eeh eeh, kleine toernooitjes waar we wat doen. Ehm, main focus is ABN AMRO toernooi, dat wordt van nou laten we zeggen September Oktober mijn fulltime baan tot en met februari. Daar hebben wij 22 winkels. Dus wat we eigenlijk doen is wij huren zo'n beetje 1200 vierkante meter van Ahoy voor bedrag x. En wij verhuren dat door aan alle tennismerken. De Nike's, de Wilson's, de Adidassen, nou noem al die merken maar op. Die huren dan ruimte bij ons om zich te kunnen profileren eeh eeh richting 110.000 tennisliefhebbers, wat natuurlijk dé doelgroep is. Het is een 500-punten toernooi, dat betekent dat eeh, het wel in de wereld een hoog aangeschreven toernooi is. Nou, jaarlijks weer grote sterren, eeh eeh.. De formule die we daar hanteren is dat alle kassa's van ons zijn. Eeh, wij daar een aantal winkels hebben waar ook ons eigen personeel in staat. Dus bij Nike, die zegt van weet je, ik vind het leuk, je krijgt gewoon een bedrag x en doe het daarvoor, maar ik wil er eigenlijk helemaal geen sores aan hebben. Maar ik wil wel Nike hebben daar. Nou, zo heb je allerlei verschillende manieren om daar te gaan staan. Dus dat is een heel groot project. Eeh, een ander project is Sport1 Open. Nou daar heb je mij uiteindelijk voor benaderd.

Opmerking [ye113]: Voorstellen respondent

Opmerking [ye114]: Verschillende vormen van sponsoring

Opmerking [ye115]: Sponsoring ABN AMRO toernooi is main focus

Ja dat klopt inderdaad, daar gaat mijn onderzoek over.

Ja precies, nou dat is het eerste jaar dat we dit gedaan hebben, Sport1 Open. De reden dat we dit gedaan hebben, als ik het in alle eerlijkheid mag zeggen is het eigenlijk te klein, een lokaal toernooi, om het zo groots uit te pakken. We hadden daar een redelijk grote winkel, die voorbereiding is best veel. Dat is gewoon een anderhalve week voorbereiding voor personeel, mensen in het magazijn, voor mijzelf. Dat weegt eigenlijk niet op tegen de omzet die je daar maakt. Maar eeh eeh, waarom we het gedaan hebben is omdat wij in Zoetermeer nu een winkel hebben sinds een jaar in het Dekker Tennis Complex.

Opmerking [ye116]: Nieuwe sponsoring

Opmerking [ye117]: Eigenlijk te klein

Opmerking [ye118]: Kosten wegen niet op tegen omzet

Ja dat weet ik toevallig, ben er een paar keer geweest.

Ja, nou we hebben dus een winkel van zo'n 220 vierkante meter. Daar draaien we goed, we zijn er heel tevreden over, maar dat kan natuurlijk altijd meer zijn. Nou eeh, doordat Scheveningen redelijk dicht bij Zoetermeer ligt, het is 12 minuten, eeh heb ik vollek ingezet om de winkel Zoetermeer te promoten in Scheveningen. Het publiek wat er komt is ook allemaal lokaal publiek, er komt maar heel weinig publiek vanuit de rest van Nederland om een dagje Scheveningen te doen. Dat is nou eenmaal zo. Dat is bij ABN natuurlijk wel zo, daar heb je ook gewoon een landelijk bereik. Dat ligt ook heel centraal natuurlijk. In Scheveningen komen echt de lokale mensen. Je hebt echt het Haagse tennis als ik het zo mag zeggen, heb ik geprobeerd om naar de winkel te krijgen. Nou, dat resultaat is heel goed geweest. Ondanks dat er een aantal regendagen geweest zijn, en qua omzet ja kom je niet

Opmerking [ye119]: Promoten winkel Zoetermeer

Opmerking [ye120]: Geografische dekking, regio Den Haag

Opmerking [ye121]: Bereiken doelgroep voor winkel

uit de kosten, dat mag je eerlijk weten. Maarja, voor mij is het vooral de focus van de, nou laten we zeggen tussen de acht en tien duizend mensen die er komen te bereiken dat we de winkel in Zoetermeer hebben. Nou, je ziet nu al het resultaat. Het is nu inmiddels een maandje of anderhalf geleden dat het toernooi was en we zien nu al mensen uit het Haagse richting de winkel trekken. En naja, die nieuwe klanten, dat is voor mij gewoon heel erg belangrijk.

**Opmerking [ye122]:** Verlies gemaakt

**Opmerking [ye123]:** Nieuwe klanten trekken voor winkel

**Ja precies, want jullie staan op de Sport1 Open wel met een eigen stand?**

Ja kijk, het is dus een TennisDirect stand. Nou ik heb het op dat moment op de outlet gericht he, dus koopjes. Want mensen in die tijd, dat is vlak voor hun grote vakantie, zijn niet bereid om veel geld uit te geven voor nieuwe collecties. Dus heb ik daar proberen nou ja, zo goedkoop mogelijk spulletjes neer te zetten. Nou, dat is goed gelukt, alleen om zo groot uit te pakken zou je ook eigenlijk een hele goede omzet moeten hebben. Nou dat is op ABN wel zo, maar dat is op Scheveningen niet zo, omdat het gewoon te klein is. Ehm, de link die we hebben met Sport1 Open is dat de organisatie van Sport1 Open dezelfde jongens zijn die tegenwoordig ook de organisatie van Ahoy doen. Dus zo is de link gelegd met ons, of wij ook iets kunnen betekenen. Nou, volgend jaar gaan we nog een stapje verder door de bespanservice te doen daar. Dus je weet wel, je gaat een stapje verder en het is lokaal voor ons. Dus het is ook niet zo dat we hotelovernachtingen moeten hebben en dat soort dingen. Wat dat betreft is het dus makkelijk.

**Opmerking [ye124]:** Eigen stand met outlet

**Opmerking [ye125]:** Omzet laag

**Opmerking [ye126]:** Eerste contact met Sport1 Open

**Opmerking [ye127]:** Dichtbij en makkelijk, weinig kosten

**Ah, dus jullie hebben nu al besloten dat jullie het volgend jaar weer gaan doen?**

Ja, we hebben een driejarig contract dus we gaan het zeker doen ja! Nou dat is dus het stukje events dat we doen in Nederland. Dan hebben we ook nog een stukje events in België. Dat is over twee weken, daar heb je het Feest van de Jeugd, zo heet dat. Dat is op een vereniging Forest Hills in Antwerpen. Daar komen 3500 kinderen naar binnen en de Belgische bond doet dat héél erg goed door tegelijk het Belgisch jeugdkampioenschap neer te zetten. Eh, samen met alle kinderen die een toernooitje gespeeld hebben, die worden vermaakt op 12 tennisbanen. Er komt het Davis Cup Team, het Fed Cup Team komt naar binnen, handtekeningsessies, kinderen kunnen een balletje slaan met hun helden. Ja dat doen ze in België eigenlijk als ik heel eerlijk mag zijn een stukje beter dan in Nederland. Daar kan de Nederlandse bond nog heel erg veel van leren. Er worden allerlei seminars gegeven voor topsport-ouders, coaches worden naar binnen gehaald voor hun jaarlijkse update, er komen meer dan 600 trainers. Ja dat is voor mij heel belangrijk om daar goed en groots aanwezig te zijn. Dus die voorbereiding ben ik eigenlijk eeh vandaag ingegaan om over twee weken daar goed te profileren.

**Opmerking [ye128]:** 3-jarig contract

Dus dat zijn events die we doen, nou als je dan praat over sales, wat ook een ander stuk van mijn, in mijn portefeuille zit. Ehm, ja dan is het vooral b2b, business to business tak die we hebben. We hebben een aantal unieke producten, hebben we het net al over gehad, bespanmachines. Dat is iets wat we zelf laten maken in Azië. Nou dat zetten we eigenlijk naar heel veel verschillende landen uit. Je hebt tegenwoordig wat grote webshops in Duitsland, in Frankrijk. Die zijn eigenlijk nog veel groter dan dat wij zijn, maar die zijn wel klant van ons, want ze kopen de bespanmachines bij mij. Nou zo hebben we snaren, bespanmachines en nog wat andere kleine dingetjes. We hebben dus een hele b2b tak. Dat is eigenlijk de taak die ik bij TennisDirect heb, dus alle uitingen die we hebben, buiten de website om. Want dat is een molen die gewoon op een e-commercial manier gedaan wordt, met google-marketing, marketing die we uitzenden via toernooi.nl en zo zijn er nog wel een aantal dingen. Dat is eigenlijk hetgeen wat we doen en wat ik dus allemaal doe.

**Opmerking [ye129]:** Belgische tennisevenement met veel jeugd

**Opmerking [ye130]:** B2B, andere vorm naast sponsoren van toernooien

**Haha dat is nogal wat.. En dan nu specifiek gericht op de Sport1 Open, u zegt dat het daar om de sales gaat die tijdens het evenement plaatsvinden en daarnaast het promoten van de winkel in Zoetermeer..?**

Nou, eigenlijk is de sales, als ik dat zo mag zeggen, nou ja die is eigenlijk gewoon niet belangrijk. Die sales, je staat er wel om je producten te kunnen tonen, maar het is vele malen belangrijker dat ik nieuwe bezoekers in de winkel krijg. Dat vind ik het allerbelangrijkste. Wij hoeven natuurlijk de mensen niet uit te leggen waarom wij dit tennistoernooi sponsoren omdat wij gewoon een echt tennismerk zijn. Niemand zal gek opkijken als ze TennisDirect op een tennistoernooi zien. Dat voelt vertrouwd bij de mensen verwachten we.

**Opmerking [ye131]:** Sales niet belangrijk.

**Opmerking [ye132]:** Product awareness

**Opmerking [X133]:** Fit met Sport1 Open

Oke duidelijk. En hoe wordt die link precies gemaakt, hoe weten de mensen dat daar in Zoetermeer een winkel is?

We treden daar naar buiten niet namens TennisDirect, maar namens TennisDirect Store Zoetermeer. Dus op alle uitingen die we daar hebben, dat is allemaal TennisDirect Store Zoetermeer. We hadden een aantal acties, de flyers die we uitdeelden, dat mensen in de winkel komen en die krijgen dan dit.. Nou dat is allemaal gericht op de winkel, dus om landelijk TennisDirect, waar we natuurlijk een landelijk bereik mee hebben, daar neer te zetten.. Nee dat doen we dus niet. Het is puur de store Zoetermeer die daar gepromote wordt. Kijk, omdat het natuurlijk TennisDirect Store Zoetermeer is, pak je wel de naamsbekendheid van ons mee, de mensen kennen je wel. Dan zien ze TennisDirect en dan oh wauw, winkel. Nou dat is eigenlijk de gedachte erachter. Zo hebben we ook een winkel in Amstelpark tegenwoordig in Amsterdam. Dat is nu een heel klein winkeltje, dat wordt vanaf November een hele grote winkel, zullen we dat ook heel groots gaan aanpakken.

**Opmerking [ye134]:** Tennis Store Zoetermeer awareness

Oke, dat is heel erg helder. Gebruiken jullie de sponsoring nog voor andere doeleinden? We hebben nu de sales op de achtergrond en de awareness van de TennisDirect Store in Zoetermeer besproken, maar zijn er nog andere motieven voor jullie?

Ja dat heb ik dit jaar een beetje aangekeken, maar wat ik voor volgend jaar wel van plan ben te gaan doen is een stukje relatiemarketing. Kijk, we hebben een aantal trainers uit die regio waar we intensief mee werken, een aantal verenigingen uit de regio. Nou die geef ik kaartjes voor een leuke avond tennis kijken en een biertje drinken.

**Opmerking [ye135]:** Relatiemarketing volgend jaar

Hebben jullie dat dit jaar ook al gedaan of zijn dat echt plannen voor volgend jaar?

Ja heb ik ook al gedaan, maar op een kleine schaal, omdat ik natuurlijk ook eerst moet ruiken en proeven hoe het daar werkt en hoe het daar is. Nou, je zit natuurlijk in Scheveningen he, ik bedoel je loopt naar de boulevard, het is echt een unieke plek. Ehm, dus volgend jaar ga ik me daar wat meer op richten en wordt relatiemarketing belangrijk voor ons. Dat is bijvoorbeeld de vrijdagavond, dat ik daar zeg van dan huur ik een stukje van de horeca daar en dan nodig ik al mijn contacten uit dat we een leuke avond hebben en desnoods ga je door naar de boulevard in Scheveningen waar je, nou ja, Crazy Piano's noem het allemaal maar op. Dat je daar een leuke relatieavond van hebt. Maar dat zijn allemaal dingen, die moet je eerst proeven, vinden ze het leuk. Want met alle respect, een tennistrainer die de hele dag op de baan staat, die is niet zo heel erg geïnteresseerd om 's avonds nog een potje tennis te gaan kijken. Maar goed, het zou wel een manier zijn om een keer anders met een trainer om te kunnen gaan dan strict zakelijk. Die relatiemarketing, daar ben ik wel van, dat is wel echt een hele belangrijke aan het worden. Mensen gunnen je dingen. Producten zijn overal te koop. Wij zijn daar niet uniek in, maar het is vooral een gunfactor.

**Opmerking [ye136]:** Aftasten in eerste jaar

**Opmerking [ye137]:** Unieke plek Scheveningen

**Opmerking [ye138]:** Redenen voor relatiemarketing

U denkt dus dat de Sport1 Open daar wel geschikt voor is?

Ja, die is daar geschikt voor. Ik was daar vorig jaar eerst op uitnodiging van iemand om te kijken. Nou, ik was verbaasd over de aankleding en ik dacht oke nou daar kunnen we wel instappen in verband

met de winkel. Eeh, ik denk wel dat het geschikt is vooral omdat het in Scheveningen zit en dat je daar dan een leuke avond van kan maken. Dus daar ga ik me dan volgend jaar ook wel meer op richten.

**Opmerking [ye139]:** Sport1 Open geschikt voor relatiemarketing

Oke, oke dat is helder voor mij. En ehm, u richt zich vooral op de mensen die daar tennis komen kijken. Het is echter ook veel in media en het wordt nu met Sport1 als hoofdsponsor ook veel op televisie getoond. Is dat nog van belang voor jullie?

Nou ja, de deal die we hebben met hun is dat wij op de kleding staan. Wij leveren alle kleding voor de scheidsrechters, ballenjongens, officials en dat soort dingen. Daar staan we groot op de achterop met een logo. Dus die visualiteit is wel belangrijk. Dat is ook voor het eerst dat we iets doen. Bij ABN wordt dat allemaal afgekocht door een sponsor, Adidas, die zegt van geen andere logo's erop. Daar gaat het om heel veel geld. Hier zie je dat je nog wel echt een tak lager zit en alles mogelijk is en iedere euro die je in het toernooi steekt vinden ze fijn. Dus daar zijn voor ons veel meer vrijheden.

**Opmerking [ye140]:** Vi

**Opmerking [ye141]:** Visualiteit op kleding

Ja, betekent het dat jullie voor een groot gedeelte de macht in handen hebben als sponsor?

Ja precies, zo kan je dat goed omschrijven. We kunnen daar veel meer zeggen, hé we profileren op de manier wat wij aantrekkelijk vinden. Ja dat is dus wel heel belangrijk, maar de media-aandacht die het toernooi zelf zoekt daar profiteren wij niet echt van mee. Dan is het namelijk echt puur het spektakel, het tennis. En ja, ik moet die toeschouwer hebben. Maar dat het live op Sport1 is op zondag, met alle respect, maar ik denk ook niet dat er heel veel mensen naar kijken naar een Challenger finale op Sport1. Daar worden wel heel veel kosten voor gemaakt, maar het is meer een geste naar het Sport1 Open toe om dat live uit te zenden. Gedurende de week is er helemaal niks op tv, zelfs niet op TV West, de lokale zender. En die media-aandacht die er is vlak voor het toernooi.. Ik denk dat Sport1 Open zelfs bij ons.. Nou wij zijn benaderd door Sport1 Open omdat ze juist ons nodig hebben ter promotie van het toernooi...

**Opmerking [ye142]:** Sponsor heeft de macht

Ah, u bedoelt als distributiekanaal van het nieuws?

Ja als distributiekanaal inderdaad, maar ook voor het promoten van het toernooi. We hebben een landelijk bereik met onze database en dat is ook de deal die we hebben, dat wij naar onze klanten toe gaan zeggen van hé wij zijn partner van de Sport1 Open, kom kijken blablabla. Dus ja dat is eigenlijk de deal die we hebben.

**Opmerking [ye143]:** Belang tv-aandacht klein, gaat om bezoekers van toernooi

En op welke manier vindt de sponsoring precies plaats? Sponsoren jullie een bedrag x om daar te mogen staan of hoe moet ik dat voor me zien?

Alles in natura!

Oh dat wist ik niet. En in welke vorm van natura?

Ja dat is de afspraak die we gemaakt hebben. Op Ahoy moeten we een heel groot deel betalen, een fikse bedrag. Op Sport1 Open betalen we niks. Daar leveren we alle kleding en zorgen we dat er een mooie winkel staat. Dat is dus een aanvulling voor het toernooi. Die kleding, dat zijn enkele duizenden euro's wat het kost, want het zijn natuurlijk veel scheidsrechters, veel ballenjongens. Nou die kosten nemen we voor onze rekening, dus dat betekent dat de organisatie die kosten niet heeft. Nou dat is dus eigenlijk het idee, een natura pakket.

**Opmerking [ye144]:** Zelf zorgen voor bekendheid van toernooi, mediakanaal/database

**Opmerking [ye145]:** Sponsoring in natura, kleding

Duidelijk, dat is belangrijk om te weten voor mij. Mijn volgende vraag heeft betrekking op de aanwezigheid van andere sponsoren rond het toernooi. Hoe kijken jullie daar tegenaan? Vult dat elkaar aan of zit dat elkaar in de weg?



Nou, ik ben niet op zoek naar een hoofdsponsorschap, want dat bedrag moet je gaan neertellen en daar zijn wij niet echt naar op zoek. Maar ik vind wel, met alle respect, dat de Haagse ondernemers eeh, dat had wel wat meer mogen zijn. Maar goed, dat probleem heeft ADO ook, je hebt heel veel grote internationale bedrijven in Den Haag en er gebeurt helemaal niks bij ADO voetbalclub. Dat is bij het tennisgedeelte ook zo. Dus eeh, met dit soort dingen merk je wel dat de crisis er zeg maar inhakt. Het is ook het eerste waar mensen op gaan bezuinigen. Je merkt wel dat enkele tenten op dagen worden afgenomen door plaatselijke ondernemers die gewoon een leuke dag voor hun klanten slash leveranciers organiseren met een hapje en drankje en leuk tennis kijken. Maar de echte stands, dat er de hele week een ondernemer staat, dat vind ik magertjes.

**Opmerking [ye146]:** Niet op zoek naar hoofdsponsoring

**Opmerking [ye147]:** Weinig sponsoring door Haagse ondernemers

**Opmerking [ye148]:** Bezuinigingen door crisis

**Opmerking [ye149]:** Afwezigheid stands

**Ja op dat gebied zijn jullie bijna de enige volgens mij he!?**

Ja je hebt een massageachtig soort iets, je hebt natuurlijk de horeca, eeh je hebt Sport1 met z'n eigen stand maar die verkopen niks. Als je het puur over verkopen hebt, had je de Prince tent, die zijn ballenleverancier. Daarnaast zijn wij zeker één van de grootste sponsors met een eigen stand.

**Opmerking [ye150]:** Een van de enige bedrijven met stands

**Zien jullie dit als een positief iets omdat jullie weinig concurrentie hebben?**

Ja voor ons is dat natuurlijk behoorlijk gunstig. We merken alleen wel dat eeh, de mensen niet beseffen dat er iets te koop is op dit toernooi. Bij ABN nemen de verkoopstands zo'n groot gedeelte in tijdens het toernooi, dat er ook mensen zijn die daar het grootste gedeelte van de tijd verblijven. De vrouwen gaan soms mee om ja, met alle respect, maar eeh in ieder geval niet voor het tennis. Dat is een verschil met de Sport1 Open, waar deze nevenzaken naast het tennis niet boven komen drijven. Het is dus dubbel wat mij betreft. Wij hoeven uiteraard geen concurrerend bedrijf met eeh ook sportartikelen naast ons te hebben, maar aanwezigheid van andere sponsors van uit andere sectoren binnen deze maatschappij zou alleen maar goed zijn voor het toernooi.

**Opmerking [ye151]:** Mensen bezoeken Sport1 Open veelal voor tennis

**Opmerking [ye152]:** Concurrentie negatief, bedrijven uit andere sector positief

**Juist ja. Jullie sponsoren niet alleen tennisevenementen, maar ook andere objecten zoals individuele tennissers en verenigingen. Kunt u mij een inzicht geven in het verschil hiertussen qua mate van exposure, investering et cetera?**

Nou, individuele tennissers doen we eigenlijk niks meer mee. Zodra die goed gaan presteren gaan die juist Nederland uit en internationale toernooi spelen, waardoor er voor ons niks meer te halen is. Wij zijn toch vooral groot in Nederland en België en als dan een speler in Azië met ons logo rondloopt, met alle respect, maar daar hebben wij echt geen fluit aan. Het enige wat wij doen is eeh de sponsoring van Michael Scheffers, één van de beste rolstoeltennissers ter wereld, maar dat is meer op basis van een gunfactor.

**Opmerking [ye153]:** Geen individuele tennissers

**Opmerking [ye154]:** Rolstoel tennissers obv gunfactor

Daarnaast sponsoren wij veel regionale toernooien en verenigingen. Zoals ik al eerder had aangegeven staat dat vaak rechtstreeks in verbinding met een winkel in de regio, waardoor we eigenlijk hetzelfde doen als bij het Sport1 Open, maar dan op iets kleinere schaal. Deze mensen zijn natuurlijk wel gewoon onze doelgroep, het zijn allemaal tennissers en we proberen hierop in te spelen. Het sponsoren van regionale toernooien is voor ons gewoon een winmodel waar wij kant en klare concepten voor klaar hebben liggen. In tegenstelling tot Scheveningen, waar we dus andere motieven hebben dan puur winst maken, is de sponsoring van deze regionale toernooien wel gericht op een puur winstmodel.

**Opmerking [ye155]:** Sponsoring toernooien en verenigingen.

**Opmerking [ye156]:** Tennissers zijn doelgroep

**Opmerking [ye157]:** Sport1 geen winstmotief, andere objecten wel

**U zei net dat Michael Scheffers door jullie gesponsord wordt op basis van een gunfactor. Wat is deze gunfactor en waarom doen jullie dat?**

Ja Michael en ik zijn elkaar in Parijs tegengekomen en we kennen elkaar al jarenlang en hij staat echt al heel veel jaren aan de top van het internationale rolstoeltennis. Het geld wat hij verdient staat echt niet in verhouding met de toppers in de tenniswereld, terwijl hij gewoon dezelfde opofferingen,

misschien wel grotere zelfs, moet doen om te doen waar z'n passie ligt. Naja, als je dat een grand slam wint en 3000 euro krijgt, terwijl je ook het hele jaar in eeh nou gewoon op reis bent en in hotels eet en slaapt, dan zeggen wij van dit is iets waar wij een steentje bij willen dragen. Hij speelt dus wel met ons logo en we proberen bij verschillende merken iets voor hem te kunnen betekenen om zijn kosten te kunnen drukken en het mogelijk te maken om gewoon ja te blijven tennissen. Dit is voor TennisDirect een uitzondering, maar ik vind dat we dit zo lang mogelijk vol moeten houden.

**Opmerking [ye158]:** Michael Scheffers sponsoring obv gunfactor

**Ik begrijp het. Hetgeen ik tenslotte nog heel graag zou willen weten is hoe jullie evenementen als het Sport1 Open evalueren en aan de hand waarvan bepaald wordt of de sponsoring effectief is gebleken of niet?**

Nou ja, wat we altijd doen is van tevoren een prognose maken. Zowel op financieel gebied, wat de kosten zijn. Als je het over ABN hebt dan, ja je smijt met geld he. Je moet 22 pinautomaten huren, je moet.. nou ja als je even niet op let is het lijntje van verdienen en over de grens gaan, dat is eigenlijk maar heel klein. Dus eeh, daar moet een heel goed draaiboek staan en er moet heel goede prognose staan van hoeveel kosten hebben we nou eigenlijk. Er moet heel veel geprint worden, er moeten kaarten gemaakt worden weet ik veel wat. Nou dat zijn allemaal dingen die je heel goed moet doen. Dus 1 die voorbereiding, is eigenlijk het aller belangrijkste. Nou, hoe evalueer je nou zoiets? ABN hebben wij een vast ding, hebben we natuurlijk een financiële afdeling. Financieel wordt het dus helemaal geanalyseerd en van nou wie of wat heeft het goed gedaan, welk merk heeft geen omzet gehad en waarom?

**Opmerking [ye159]:** Voorbereiding door prognoses essentieel

**Opmerking [ye160]:** Financiële analyse op ABN toernooi

**Oke, dus daar wordt echt op de euro nauwkeurig berekend of het rendabel is voor jullie of niet? Hoe zit dat met het Sport1 Open?**

Ja het wordt echt op na de komma berekend of iets een succes is of niet. Dat kan zo ver kan dat zelfs een collectie niet goed is waardoor er geen omzet gehaald is in een bepaalde winkel. Nou ja, als je het over Sport1 Open hebt, wat jouw focus is, daar heb je ook die voorbereiding maar het meetbare daarna is natuurlijk een uitvloeijing van een hele periode. Wat ik net ook al zei tegen jou is dat we nu goed wat mensen uit het Haagse krijgen, maar het is nu ook aan de verkopers in de winkel om uit te zoeken waar de mensen vandaan komen. Dat is voor ons natuurlijk reten interessant dat de mensen uit het Haagse komen en iedereen die extra naar de winkel komt is natuurlijk mooi meegenomen. Op die manier zou je natuurlijk kunnen analyseren is het een succes ja of nee. Maar ik moet je eerlijk zeggen, ik ga niet achter de komma punt komma nu kijken denken van hé ik weet wat het gekost heeft, ik weet wat de salesopbrengst geweest is, maar aan outlet verdien je sowieso niet zo heel veel. Dus m'n marge is helemaal niks eigenlijk. Eeh het moet uitvloeien in de winkel. En is iets meetbaar? Dat is een lastige.. Ahoy is veel meer meetbaar dan een Sport1 Open.

**Opmerking [ye161]:** Aantrekken van mensen naar winkel Zoetermeer

**Opmerking [ye162]:** Meten sales Sport1 Open minder van belang

**Opmerking [ye163]:** Ahoy meetbaarder dan Sport1Open

**Ja begrijp ik. Ik dacht ook nog aan het aantal toeschouwers, is dat voor jullie van essentieel belang? Stel dit jaar komen 8.000 toeschouwers en volgend jaar zijn het er 10.000, is het dan automatisch een veel groter succes voor jullie?**

Ja nou dat is wel zo. Daar zijn wij zéér afhankelijk van. Omdat het een buitentoernooi is en wij twee regendagen gehad hebben, ja dat merk je. Want dan lig je twee dagen gewoon plat, terwijl je dat in Ahoy natuurlijk niet hebt. Van tevoren weet je nu al dat op maandagavond is de Nederlandse avond, spelen vaak Nederlandse spelers, maar op de woensdag speelt de eerste geplaatste speler. Of dat nou een Nadal is, een Djokovic, een Federer of Tsonga, nou ja 1 van de top 10 spelers speelt dan en dat is een uitverkochte avond. Nou ja dat weet je eigenlijk al omdat we al vier jaar ABN doen, daar zijn niet zoveel verrassingen meer. En ja, we hebben alle toeschouwers nodig.

**Opmerking [ye164]:** Belang toeschouwersaantal

**De sponsoring van het Sport1 Open heeft dus wat dat betreft een relatief groot risico?**

Ja absoluut, we zitten er dan voor veel minder investering in, maar het risico van de investering is desondanks veel hoger omdat er meer onzekere variabelen zijn, onder andere door het weer. ABN is ook afhankelijk van zaken waar we geen invloed op hebben hoor, zo was vorig jaar toernooi tijdens de Olympische spelen waar de Nederlandse schaatsers het zo ongelooflijk goed deden. Ja daar hebben we echt last van gehad.

**Opmerking [ye165]:** Relatief groot risico

Ja klopt inderdaad, dat werd ook de hele tijd door de speaker omgeroepen haha. Dames en heren, we hebben weer goud, maar ik ben blij dat ik jullie hier mag begroeten haha..

Precies, precies, en dat zie je in Rosmalen ook. Die hebben om de twee jaar een voetbaltoernooi, of het nou een EK of een WK is. Die hebben daar echt last van gehad. Rosmalen verschuift nu 1 of 2 weken geloof ik qua kalender en nu hebben ze er geen last van. Zal je zien dat het toeschouwersaantal, ja dat gaat heel zwaar omhoog. Ja, dat zijn dus allemaal dingen waar wij niks aan kunnen doen, maar waar we wel heel afhankelijk van zijn.

**Opmerking [ye166]:** Externe factoren

Wat denkt u dat de voornaamste reden is dat het toernooi de afgelopen jaren een gedeelte van haar glans verloren heeft en sponsors niet meer zo geïnteresseerd zijn in het sponsoren van het toernooi?

Ja dat is moeilijk om te zeggen. Zoals ik eerder al aangaf aarzelen bedrijven tegenwoordig door de crisis eeh ja er is gewoon minder geld te besteden. Daarnaast valt mij op dat er sommigen dingen zijn die gewoon ja, professioneler aangepakt kunnen en moeten worden om de uitstraling weer terug te krijgen. Dat zijn ook echt niet allemaal investeringen die heel veel geld kosten hoor. Ik vergelijk natuurlijk onbewust meteen al het Sport1 Open met wat ik gewend ben op het ABN toernooi haha, dat is eeh misschien niet helemaal eerlijk maar dat zijn er toch wel verschillen. Bijvoorbeeld de winnaar van het toernooi dit jaar, David Goffin, omdat het een Belg is en ik hem ook ken vanuit het Belgische verhaal waar ik veel mee te maken heb, die had ook een keuze kunnen maken uit twee andere Challengers waar hij nog meer kon verdienen. Maar aan de andere kant, hij vindt het heel erg leuk om naar Scheveningen te komen. Nou ja jij komt ervandaan, jij weet hoe makkelijk het is. Je ziet ook spelers trainen en die zijn gelijk weg. Die vinden het ook leuk om.. Het Kurhaus is natuurlijk een mooie locatie, het strand, de boulevard. Ja dat maken die spelers van dat niveau niet zo heel vaak mee. Die zitten heel vaak in eeh, noem een stad in Servië of Tsjechië, daar is niet zo heel veel te beleven. In Scheveningen is daar een welkome uitzondering op volgens de spelers, dus daar moet gebruik van worden gemaakt. Nog veel meer dan nu het geval is. Dat moet je uitbaten. Een ander voorbeeld zijn de bespanners, waar twee jongens op hun slippertjes de rackets voor de professionals staan te bespannen. Niks persoonlijks tegen die jongens, maar het gaat mij even om de uitstraling. Daar moeten professionele bespanners staan. Dus ik wil dat gaan oppakken, naast onze stand dat daar dan een goede bespanner staat. Zet daar een certified stringer neer, daar worden de spelers blij van, daar wordt het publiek blij van, dan heb je een uitstraling. Daar moeten we het echt van hebben hoor!

**Opmerking [ye167]:** Crisis

**Opmerking [ye168]:** Gebrek aan professionele uitstraling

**Opmerking [ye169]:** Unieke locatie Scheveningen te weinig uitgebaat

**Opmerking [ye170]:** Gebrek professionaliteit bespanservice als voorbeeld

Oke, heel duidelijk. Volgens mij weet ik alles wat ik wilde weten! Ik weet niet of er nog dingen zijn die u aan wilt vullen of dingen waarvan u denkt van hé wat gek dat hij daar niks over gevraagd heeft...?

Nee, nee nee eigenlijk niet. Wat is jouw link naar Sport1 Open? Is dat jouw opdracht om uit te zoeken hoe zoiets zit?

**Opmerking [ye171]:** Vraag naar link onderzoeker met Sport1 Open

Nou het is meer een door mezelf opgelegde opdracht haha. Ik kom er echt al van kleins af aan en ik woon redelijk dichtbij. Ik tennis er veel, doe vaak aan het open toernooi mee en ben daar als klein ventje ballenjongen geweest. Op het moment dat ik hoorde dat ik een onderzoek moest doen heb ik ervoor gekozen de verschillende sponsormotieven voor commerciële bedrijven in kaart te brengen en dit op de Sport1 Open toegepast.

Oh wat gaaf zeg. Nou dan wens ik je daar nog even heel veel succes mee en mocht je nog vragen hebben, je weet me te vinden.

**Opmerking [ye172]:** Aanbod verdere vragen

Hartelijk dank voor uw medewerking. Wilt u overigens dat ik dit interview anoniem verwerk of mag ik de naam van TennisDirect noemen binnen mijn scriptie?

De naam TennisDirect mag gewoon genoemd worden hoor. Gratis publiciteit slaan wij nooit af hahaha.

**Opmerking [ye173]:** Geen anonimiteit gewenst

Rood: Interviewer  
Zwart: Respondent

## Kalkhoven

Dit interview is een interview voor mijn bachelorscriptie en het gaat over de Sport1 Open, het tennistoernooi in Scheveningen. Uiteindelijk is m'n bedoeling om door middel van dit interview erachter te komen waarom commerciële bedrijven een dergelijk evenement en dan specifiek de Sport1 Open willen sponsoren.

**Opmerking [X174]:** Introductie

Ja!

Zou u zich kort kunnen introduceren en het bedrijf kunnen inleiden?

Ik ben Martin Kalkhoven, geboren in 1974, het is een familiebedrijf. Ik ben derde generatie en ben oud-tennisser.

**Opmerking [X175]:** Voorstellen respondent

Oke, en hoe bent u in aanraking gekomen met het Sport1 Open?

Omdat ik lid met van de Metselaars en daar ook ooit in het 1e en aan het sportevenement heb meegedaan. Dus zodoende een warm hart toedraag zeg maar..

**Opmerking [X176]:** Link met Sport1 Open

Ah, dus bij u gaat het al way back zo te horen. Maken jullie verder nog veel gebruik van sponsoring?

Ja we doen veel aan sponsoring.. En omdat ikzelf uit de sport kom vind ik het leuk om sportevenementen te sponsoren. Dus wij doen heel veel aan de voetbalclub, de tennisclub, alle sportverenigingen, dat vinden we, vind ik leuk om mee te communiceren. Sinds kort zijn we dan ook een stukje begonnen met ADO Den Haag, om daar wat meer in te netwerken. Dus dat is eigenlijk eeh, vind ikzelf leuke evenementen om zelf te bezoeken en daardoor dan ook een stukje de business proberen binnen te halen.

**Opmerking [X177]:** Andere sponsoring binnen de sport

Precies en zijn jullie al lang partner van het Sport1 Open?

Ja. Ik denk wel al tien jaar, ja zeker wel.

**Opmerking [X178]:** Lengte verbintenis met Sport1 Open

Nou, dan maar meteen ter zake komen, mijn hoofdvraag.. Waarom doen jullie dit? Welke motieven zitten erachter om dit evenement te sponsoren?

Het grootste motief is dat we dat doen is omdat nouja, de link dat ikzelf bij de Mets zit. Ik draag het evenement een warm hart toe. En ten tweede zijn we nu net ook een nieuwe winkel begonnen in Den Haag en dat was dan ook voor mij de reden om makkelijk de mensen kenbaar te maken dat we ook nu in Den Haag gevestigd zijn.

**Opmerking [X179]:** Persoonlijk motief

**Opmerking [X180]:** Awareness creëren in Den Haag voor nieuw geopende winkel

En sinds hoelang is die winkel nu geopend?

Sinds twee jaar nu!

**Opmerking [X181]:** Winkel Den Haag 2 jaar open

Oke, maar daarvoor sponsorden jullie dus ook al?

Ja daarvoor sponsorden we ook al wel, maar toen was het meer gerelateerd aan dat ik daar zelf kwam. Dat ik het een leuk evenement vind. Dus het ene jaar is ook.. Als de vraag meer sponsoren is, dan kunnen we wat meer sponsoren. En soms doen we dat ook in producten, dus wij leveren het alarmsysteem, het aansluitwerk.

**Opmerking [X182]:** Persoonlijk motief

Oke, en is dat het enige? Sponsoren jullie alleen in natura?

Nee hoor, ook geld. In natura en in geld.

Oke. Wat denken jullie daarvoor terug te krijgen? Of wat krijgen jullie daar tastbaar voor terug?

**Opmerking [X183]:**

**Opmerking [X185]:**

**Opmerking [X186]:**

Ja dat is eeh, dat is altijd lastig natuurlijk. Het is moeilijk om eeh, meteen een eeh terugkoppeling te krijgen aan geld wat je terugkrijgt. Het is vooral naamsbekendheid dat het doet en dat je zelf natuurlijk getennist hebt en ook aan het evenement meewerkt is die link ook weer naamsbekendheid en naamsherkenning ook. Mensen gaan daarna dan weer over je praten en hopen dan weer iets te kunnen kopen.

**Opmerking [X184]:** Sponsoring in cash en natura

**Opmerking [X187]:** Rendement investering

**Opmerking [X188]:** Naamsbekendheid en naamsherkenning

Waarin uit die publiciteit zich die jullie krijgen?

Die naamsbekendheid is natuurlijk gewoon onder de tennis, alle tennissers die kennen mij natuurlijk of van naam of van vroeger. Niet dat ik gigantische prestaties heb geleverd, maar in de regio kenden ze de naam wel redelijk. Dan is het natuurlijk dat ze die link weer leggen met eeh sleutels, sloten en beveiliging.

**Opmerking [X189]:** Link naar bekendheid binnen tenniswereld

Oke. Ik bedoelde eigenlijk, jullie staan op de boarding met logo en naam. Zijn er nog andere manieren waarin dit zich uit? Bijvoorbeeld in brochures?

Ja we staat geloof ik in het blaadje vaak, het dagprogramma staan we weleens geloof ik. Het leuke is dan ook altijd dat, we hebben ook wat jaren in de Telegraaf gestaan met een foto van het tennisevenement en dan precies zo de foto gemaakt dat ons bord erachter staat. Dat is dan een beetje de sport wat je.. wat dan weleens lukt. Dat is geloof ik dan twee keer per jaar nu gelukt.

**Opmerking [X190]:** Manieren van exposure tijdens toernooi

Dat is inderdaad ook één van de mogelijke motieven die u zou kunnen hebben, het media-aandacht creëren voor het bedrijf. Is dit voor jullie dan ook echt een motief?

Nee, nee niet hoor, want we zijn regionaal. We willen echt hier in het westen naamsbekendheid opbouwen en niet landelijk.

**Opmerking [X191]:** Media-aandacht

**Opmerking [X192]:** Regionaal, niet landelijk

Oke, dus het gaat jullie vooral om de toeschouwers en de bezoekers?

Ja, toeschouwers, bezoekers die er komen en uiteindelijk eeh, ikzelf die dan het evenement gaat bezoeken. En relaties. We hebben dan ook een dag een VIP-tent gehad en zodoende nodigen we dan de relaties uit. Dat vind ik toch nog steeds een leukere manier dan om eeh, nou de social media-achtige...

**Opmerking [X193]:** Toeschouwers en bezoekers bereiken

En dan werkt voor uw gevoel ook goed, die hospitality?

Ja, ja! Dat is toch wel mijn manier van communicatie en dat werkt ook!

Dat is ook één van de redenen waarom u deze sponsoring doet, dat u daar een platform heeft om uw relaties uit te nodigen?

Absoluut. Ik wil dingen doen die ik leuk vind. En eeh, op het moment dat ik dan het evenement waar ik dan sponsor ook zelf het leuk vind om er te zijn, dan is het tweeledig. Dan is het niet zo erg om te werken, dan is het ook niet zo erg om 's avonds te werken. En ja een beurs is dan natuurlijk vaak 's avonds, en dat eeh getouwtrek van mensen uit de branche, dat is niet helemaal mijn manier van communicatie en manier van werken.

**Opmerking [X194]:** Hospitality is een motief

Oke, dat begrijp ik. Duidelijk. Er wordt door mij binnen mijn onderzoek onderscheid gemaakt tussen bedrijfsgerelateerde doelen en product- of merkgerelateerde doelen. Bedrijfsgerelateerde doelen, nou dat is bijvoorbeeld bekendheid krijgen voor echt het bedrijf Kalkhoven, maar zijn er ook nog speciale producten die jullie specifiek willen promoten daar?

Nee totaal niet, we staan ook niet met een stand of iets dergelijks. Wij zijn zo breed in het product en daarom communiceren wij ook in ons logo met een sleutel. Daar zijn wij ook het meest bekend mee in de regio. De naamsbekendheid hier, vooral in Gouda, is de sleutel. Daarnaast doen wij ook bijvoorbeeld alarmsystemen en camera's, maar dat is pas sinds tien jaar dat we dat doen. En gelukkig hebben wij het nog steeds zo druk dat we niet de communicatie en de reclame echt nodig hebben voor klandizie. Bij ons is mond op mond reclame en de naamsherkenning qua logo, dat is het belangrijkste. Ik probeer dat altijd een beetje met kosten en baten in de gaten te houden, dat ik niet hele marketingbureaus binnen haal, maar probeer dat altijd op een wat leukere manier te communiceren. Dus een foto in de Telegraaf, dan moet je een beetje mazzel hebben dat je dat hebt. Op een subtiele manier. Nu hangen er bijvoorbeeld op de snelweg A20 met een bord via een leverancier waar we dan zaken mee doen. Die heeft daar een hele goede snelwegpositie nog. Er kan wel een pand voorkomen maar daar hebben we nu echt een gigantische groot doek laten maken van 10 bij 4. Ja, daar zitten we dus eigenlijk voor een paar honderd euro op een A locatie, op de eerste rang eigenlijk. Daar komen dus gewoon 120.000 mensen per dag langs. Dat is zeg maar mijn manier van reclame maken.

**Opmerking [X195]:** Geen productgerelateerde doelen op Sport1 Open

**Opmerking [X196]:** naamsherkenning en mond op mond reclame belangrijk

Ja dat begrijp ik dan.

Het is dus totaal niet productgerelateerd bij ons. We zijn echt heel erg, nou ja, het product is gewoon Kalkhoven, het merk Kalkhoven staat voor alle producten en dienstverlening. Om productgerelateerde of merkgerelateerde redenen te hebben, moet je eigenlijk gewoon een enorm groot bedrijf zijn.

**Opmerking [X197]:** Subtiele manier van marketing

**Opmerking [X198]:** Niet productgerelateerd

Maar ging het jullie dan wel specifiek om de winkel in Den Haag bij de Sport1 Open?

Ja, daar gaat het er echt puur om mensen naar de winkel te krijgen en mensen die langs de winkel rijden..

**Opmerking [X199]:** Bekendheid winkel Den Haag

Maken jullie daar dan ook speciaal reclame voor, voor die winkel in Den Haag?

Hoe bedoel je dat?

Of er bijvoorbeeld staat Kalkhoven Den Haag in het logo? Dat de mensen weten dat er een nieuwe winkel geopend is in Den Haag?

Eeh, op de Sport1 Open hebben we dat niet gedaan nee. We hebben puur gewoon logo gedaan, omdat we eigenlijk het hele jaar de Mets ook sponsoren. Dus dan gaat dat bord gewoon door.

En u gaat er dan gewoon vanuit dat de mensen Kalkhoven gaan opzoeken en vanzelf zien dat er ook een Haagse winkel bestaat?

Ja, precies precies.

Oke. De verkoopmotieven. Hebben jullie een doelstelling om winst te maken op korte termijn met deze sponsoring, of gaat het jullie echt alleen maar om de naamsbekendheid en op den duur hopen dat de mensen producten gaan kopen?

**Opmerking [X200]:** Niet specifiek promotie van winkel Den Haag

Ja het is puur naamsbekendheid, maar natuurlijk willen we aan de hand daarvan winst maken. We willen ieder jaar winst maken haha! Maar dat is echt lange termijn ja. Kijk, Den Haag levert nog geen winst op. Dat kan ook nog niet omdat we gewoon nog niet bekend genoeg zijn. Als je dat relateert aan de winkel in Gouda waar we hier zijn.. Ik denk dat zeker 9 op de 10 Gouwenaren, die heeft een sleutel in z'n zak van ons. En dat is nu in Den Haag eeh in de verste verte nog niet. Ik denk nog niet eens 1 op de 10 eigenlijk.

**Opmerking [X201]:** Winst op lange termijn dmv. naamsbekendheid

**Opmerking [X202]:** Verschil winkels Den Haag en Gouda

Wat zijn in Den Haag jullie voornaamste concurrenten?

Eeh, er zijn twee andere gerenommeerde bedrijven in het sleutelvak, alleen die zijn wat verouderd. Dat is dus zeg maar mijn vaders generatie die daar nog inzitten. En één is daar sinds kort wel weer overgenomen. Ja daar zit geen jonge vernieuwing meer in. Dat is ook moeilijk in onze branche, want niemand begint meer als sleutelmaker.

Juist ja, en vandaar dat jullie ook meer op de Haagse markt zijn gaan richten?

Ja ja ja, precies daarom hebben we besloten uit te breiden naar Den Haag inderdaad.

**Opmerking [X203]:** Concurrentie in Den Haag

Begrijp ik. Hospitality hebben we het over gehad, de persoonlijke motieven zijn voor mij ook al duidelijk geworden dat het behoorlijk belangrijk is in uw hele verhaal haha! Dan gaat het nu voornamelijk nog om de specifieke criteria waarom nou juist de Sport1 Open het object is. Daar hebben we het natuurlijk ook al zijdelings over gehad dat u zelf lid bent op de Mets. Wat zijn verder de redenen dat u juist dit toernooi sponsort?

**Opmerking [X204]:** Inleiding criteria

Nou, omdat eigenlijk het evenement natuurlijk best moeite heeft om aan sponsors te komen. Vroeger was het natuurlijk Siemens Open, denk ik voor 80% de sponsor was. En eeh, die is helemaal weggefallen. Nou Sport1 is daar natuurlijk wel in de plaats voor gekomen, maar de budgetten liggen natuurlijk allemaal eeh heel moeilijk. Bedrijven doet heel weinig aan sponsoring, het is het eerste waar ze eigenlijk natuurlijk in gaan schrappen. Terwijl je je ook af en toe afvraagt van ja, dat is natuurlijk ook niet slim want dan ben je helemaal je nieuwe aanwinst aan het.. je komt eigenlijk in een negatieve spiraal terecht. Alleen de budgetten zijn, ja soms zijn de bedragen die nodig zijn om te sponsoren of om een evenement tot stand te brengen, ja die zijn natuurlijk best hoog.

**Opmerking [X205]:** Problemen Sport1 Open bij vinden sponsoren

Is dat bij jullie de afgelopen jaren stabiel gebleven of zijn jullie ook omlaag gegaan?

Wij zijn redelijk stabiel gebleven. We zijn een stabiel bedrijf dus wij eeh en het bedrag wat wij sponsoren heeft niet heel veel invloed op onze marketingbudgetten zeg maar. Dus dat valt reuze mee. Het ene jaar doen we wel hospitality, het andere jaar doen we dat weer niet. Ja dat ligt er ook weer aan welke periode het is. Vakanties, soms is het evenement natuurlijk met het WK, de Olympische Spelen. Soms zit het ook in een niet zo gunstige periode, de Sport1 Open. Dus dan kun je wel heel veel relaties willen uitnodigen, maar ze zijn er gewoon niet. Dus dat is gewoon heel moeilijk en daardoor heb ik af en toe hospitality ook weleens niet gedaan. Gewoon puur omdat het geen zin had, ik kreeg de mensen er niet.

**Opmerking [X206]:** Sponsoring blijft stabiel

**Opmerking [X207]:** Periode waarin evenement gehouden wordt

Ja logisch. In hoeverre vindt u dat het imago van uw bedrijf te linken is aan het tennisevenement?



Totaal niet. Nee, dat is ook niet echt heel belangrijk voor me. Kijk we hebben wat folders hier, we hangen wat posters op, maar dat is meer onder de tennisrelaties die dat leuk vinden. Het is niet zo dat ik mijn bedrijf daar koppel aan het toernooi zoals een Sport1 dat doet en zoals een Siemens dat deed. Daar zijn wij gewoon te klein voor.

**Opmerking [X208]:** Geen imago-link tussen bedrijf en evenement

**Duidelijk. De investering die u doet, is die hoog of laag vergeleken met andere sponsorobjecten?**

Ja dat is wel erg verschillend. Kijk, ADO kost natuurlijk een stuk meer dan eeh Mets Open. Alleen ook bij ADO Den Haag heb ik met een soort barte noemen ze dat. Het verlenen van diensten en producten en het terugkrijgen van kaartjes, businesskaartjes. Dus dat is altijd wel een beetje de manier waarop ik het probeer te doen en te realiseren. Ook om de echte kosten wat te verkleinen. Het is dan eigenlijk gewoon de winst die je niet pakt, die wordt gezien als sponsoring. Dat is een beetje de manier van sponsoren wat ik veel doe. Eeh, ook met reclameborden langs voetbalvelden. Ik ben niet degene die 10.000 euro in cash geeft aan een evenement. Dan krijg je pas de echte naamsbekendheid en zegt ik ben een soort hoofdsponsor. Maar nee, dat doe ik niet.

**Opmerking [X209]:** Investering relatief laag

**Opmerking [X210]:** Veel gebruik van Sponsoring in natura

**Opmerking [X211]:** Geen interesse in hoofdsponsoring

**Hoe denkt u over de aanwezigheid van andere sponsoren? Zitten die u in de weg op de een of andere manier?**

Nee, wij zitten totaal niet daar in.. nou ja, Siemens was vroeger daar natuurlijk, had ook beveiligingsproducten, maar die zijn natuurlijk al een tijdje geen sponsor meer. En Siemens is natuurlijk echt een grote organisatie, dus nee er zijn geen sponsoren bij de Sport1 Open die mij in de weg hebben gezeten.

**Opmerking [X212]:** Aanwezigheid andere sponsoren

**En stel er zou een concurrent van jullie erin stappen, zou dit invloed hebben op jullie sponsoring?**

Nee hoor, omdat het hart, het hart ligt er gewoon om het evenement te realiseren.

**Opmerking [X213]:** Persoonlijke motieven

**Oke, duidelijk voor mij...**

Ik heb trouwens nog wel een leverancier van mij zover gekregen, die sponsort ook nog. Dat is misschien ook nog wel aardig om te noemen. Die heeft ook nog allemaal boardingen langs de banen. Dat is een leverancier die ook tennis leuk vindt. Die zit in Eindhoven en die heeft eigenlijk ook helemaal niets. Die maakt er dan meestal gewoon een weekendje Sport1 Open van en die sponsort dan ook. Dus die heb ik dan wel mee weten te krijgen om een stukje geld mee te doen. Dat heb ik voor het Sport1 Open gerealiseerd.

**Opmerking [X214]:** Sponsoring andere tennisfan/ sponsormotieven

**Tenslotte, de geografische dekking. Daar hebben we het ook al kort over gehad. Waarom sluit het toernooi qua geografische doelgroep goed aan op jullie wensen?**

Ja mijn doel van het bedrijf is eeh, Gouda-Den Haag-Rotterdam. Dus mijn doel ligt nog om in Rotterdam een vestiging te openen. Dus zodoende heb ik zeg maar de snelweg een beetje als speerpunt genomen voor de klanten en voor de monteurs. Dus dat is van Gouda naar Den Haag de A12, van Den Haag naar Rotterdam de A13 en de A20 van Rotterdam naar Gouda. Dat is dus het driehoekje waarin ik wil, iets wil betekenen. Daar valt natuurlijk ook het Sport1 Open onder. Wie weet Ahoy, ja inderdaad, voor de toekomst in Rotterdam.

**Opmerking [X215]:** Geografische dekking is regionaal

**Ja, is dat wel een optie voor u?**

Ja nou dat zou natuurlijk wel een evenement zijn.. Ik heb daar ook wel al dingen gedaan met een box en een keertje een dag. Dus omdat tennis dan weer helemaal mijn ding is en ik tennis leuk vind om naar te kijken, is het voor mij natuurlijk een koud kunstje om daar met relaties naartoe te gaan. Het

doel zou wel zijn, zo'n VIP-tent beneden waar echt bedrijven zitten, om daar dan een week relaties uit te nodigen in Ahoy. Ja als Rotterdam van de grond komt zou ik dat wel leuk vinden om te doen. Daar zou ik geld voor vrij willen maken.

**Opmerking [X216]:** Sponsoring ABN Amro zou optie zijn in toekomst

En u bent niet bang dat daar teveel andere sponsoren verbonden zijn aan het evenement dat u..

Neejoh echt niet. Ik ben niet bang voor concurrenten omdat het product Kalkhoven zeg maar, is de dienstverlening en de producten en dan de locaties, dat is het belangrijkste. We zijn redelijk uniek in het product en in de dienstverlening, waardoor de branche waar we inzitten, ja dat is helemaal niemand die ooit een sport heeft gedaan. Sport zou ook een prima medium kunnen zijn om mee te communiceren met dit product.

**Opmerking [X217]:** Geen angst voor concurrentie

En wat integreert u zo in de sport dat u daar uw sponsoring op richt?

Ja ik ben zelf natuurlijk profsporter geweest en ik vind sport leuk. Ik zou het liefste allemaal sportmensen in dienst hebben, omdat die toch een andere winnermentaliteit hebben dan een eeh, iemand die bewijze van spreke van school komt en een bedrijfsleven functie heeft. De mentaliteit van sporters, of dat nou een badmintonner is of een tennisser of een voetballer, ja vind ik gewoon fijn om mee te werken.

**Opmerking [X218]:** Persoonlijke interesse sport

Oke dat begrijp ik. Voor mij is het helemaal helder, ik weet niet of u nog dingen heeft waarvan u zegt van dat wil ik zeker nog wel even toevoegen aan dit gesprek..?

Nee, nee.

Nee? U bent dus nog wel van plan om de komende jaren de sponsoring van het Sport1 Open vol te houden?

Ja zeker, zolang het evenement bestaat vind ik het leuk om dit vol te houden. Er komen wat veranderen he, ik weet niet of je dat weet. Dat ze misschien toch het gaan verkopen aan een professionele organisatie..

**Opmerking [X219]:** Continuïteit van de overeenkomst

Ja dat klopt inderdaad, dit jaar waren het al gedeeltelijk andere mensen in de organisatie.

Ja dit jaar was het inderdaad het eerste jaar dat ze het mee organiseren en dan kijken of ze het toernooi willen overnemen. Maar ja, dit jaar was het in mijn ogen wel redelijk teleurstellend qua bezoekers.

**Opmerking [X220]:** Teleurstellende bezoekersaantallen

Dat is mij inderdaad ook opgevallen, er waren opvallend veel lege plekken op de tribunes.

Ja maar ik denk ook dat ze het wel wat anders moeten aanpakken.

Waarom? Haha dat pak in dan toch nog even stiekem mee tijdens dit interview!

Ik denk dat ze veel meer moeten zorgen om de kaartjes, eeh, gratis weg worden gegeven of meer onder de tennissers gebracht worden zeg maar. Dus meer bij de tennisverenigingen die kaartjes beschikbaar stellen zeg maar. Dat je meer die tennissers erbij betreft. Dat je een vol huis hebt. De tribunes waren gehalveerd, ja dat zijn natuurlijk ontwikkelingen die zonde zijn.

**Opmerking [X221]:** Maatregel om bezoekersaantallen te vergroten

Precies, zelfs bij de finale dit jaar waren de tribunes maar aan 1 kant bezet, heel opvallend.

Ja dat hadden ze expres gedaan omdat dan de beelden voor Sport1 beter waren, dus ja. Het is gewoon zonde. De mensen zijn gewoon te verwend, ik denk dat dat het grootste probleem is. Mensen hebben natuurlijk én een WK achter de rug, in de kroeg voetbal kijken. Olympische Spelen.. Ja dan wordt dit een soort tweederangs evenementje wat dan.. Ja je hebt dan nog de parade waar veel mensen naartoe gaan. Dus ja, je zit ook niet in een gunstige week dan. Je moet gewoon echt van goede huize komen om dan een goed evenement neer te zetten.

**Opmerking [X222]:** Andere evenementen overschaduwden Sport1 Open

**En wat denkt u dat de voornaamste reden is dat dit vijf jaar, nou laten we zeggen tien jaar geleden nog wel het geval was?**

Ja Social Media was er niet, mensen waren veel minder geïnformeerd over evenement in Rotterdam of over andere .. Mensen worden overspoeld met dingen waar ze naartoe kunnen dus ik denk dat dat een heel groot issue is. Ja en je moet gewoon de tennisser... Er zijn echt wel genoeg tennisliefhebbers, maar die moet je veel meer koesteren en proberen te krijgen. Dus ook met een ABN Amro, kijken wat die hebben gedaan om toch die mensen binnen te krijgen. En natuurlijk lukt dat het ene jaar beter dan de andere jaren, maar een investering voor een Federer of een Nadal heeft dus blijkbaar zin. Nou hebben ze natuurlijk ook wel weer de pech dat Robin Haase snel uitgeschakeld was, eeh, ja ook hem moeten ze echt veel meer inzetten in communicatie en in marketing. Maar ja, die jongen, vraag ik me nog weleens af of hij het allemaal begrijpt.

**Opmerking [X223]:** Meer nadruk op tennisliefhebbers

**Haha ja hij voelt zich inderdaad niet helemaal senang op zijn eigen toernooi.**

Klopt ja, er komt altijd heel veel stress bij kijken. Maar goed, een goede speler trekken, dat kan dus ook gewoon heel veel zin hebben. Je moet ook een beetje geluk hebben met het weer. Dit jaar zijn twee dagen echt volledig verregend, dus dat geeft ook weer niet de juist uitstraling.

**Opmerking [X224]:** Uitstraling evenement onvoldoende

**Heeft u wel het gevoel dat die uitstraling in de toekomst weer terug zal kunnen keren?**

Ja, absoluut. Het is natuurlijk ook gewoon economie, als mensen weer iets meer te besteden hebben... En ik zou de sponsoring en de .. Ik zou veel meer gaan kijken van waar zitten de oud tennissers en waar zitten die? Ik zou me veel meer focussen op welke zijn de oud tennissers, welke hebben een eigen business? En die zou ik veel meer proberen te benaderen.

**Opmerking [X225]:** Benaderen oud sporters om te sponsoren

**Wat is de reden daarvoor?**

Ja die zullen, net als ik, meer hart voor de zaak hebben. Die zullen het leuk vinden. Dat is meer gerelateerd aan de spiegel die ik me voorhoud, maar eeh ja oke ik vind het leuk en ik geef liever 2000 euro uit aan een sportevenement dan aan een advertentie.

**Opmerking [X226]:** Persoonlijke motieven aanspreken bij ondernemers

**Ja helder, dan zijn we weer bij uw persoonlijke motieven dus is de cirkel helemaal rond haha! Ik ga de opname stoppen, hartelijk dank voor uw medewerking.**

**Opmerking [X227]:** Afsluiting