

'Spanje heeft mij positief verrast'



Annemarie Roozendaal, managing director Keesie Spanje

Het communicatie-, advies- en reclamebureau Keesie heeft onlangs zijn deuren geopend in Barcelona. Met hun specialisatie, het bereiken van de jeugd, willen ze nu ook de Spaanse reclame-, advies en communicatiemarkt veroveren.

Begin mei vierde Keesie officieel de opening van een nieuw kantoor op Spaanse bodem. Omdat de verbouwing van hun kleurrijke pand - op nog geen minuut lopen van het strand - wat vertraging opliep, gebeurde dit iets later dan gepland. Ondertussen had Annemarie Roozendaal, managing director van Keesie Spanje, al wat leuke klussen voor grote opdrachtgevers binnengesleept.

Amsterdam, Schiedam en nu Barcelona. Waarom deze move?

“Ik wilde zelf graag in Spanje wonen. Bij Keesie wilde men al jarenlang ‘iets’ met het buitenland doen. Ze zagen in mijn vertrek een kans voor het aanboren van de Spaanse markt. In heel Spanje zijn maar drie reclamebureaus die zich ook op de jeugd richten, dus er is nog ruimte genoeg voor ons. Bovendien kunnen we vanaf hier ook de Spaanstalige markt in Zuid-Amerika bedienen. Familie en kinderen spelen in dit land een belangrijke rol, dus is Keesie hier helemaal op zijn plek.”

Hoe heeft u het aangepakt?

“Twee maanden lang heb ik de markt in Spanje vanuit Barcelona verkend. Ik plande zo’n vijftien afspraken per week en praatte met directeuren van reclamebedrijven tot Nederlandse ondernemers. Met mijn businessplan overtuigde ik Keesie in Nederland van een start in dit zonnige land. De eerste maanden heb ik vanuit huis gewerkt. Toen ik de eerste klanten binnensleepte, ging ik ook op zoek naar een pand en geschikte medewerkers. De keuze voor Barcelona is trouwens bewust, het is een stad die een grote aantrekkingskracht heeft op creatievelingen.”

Welke kansen ziet u voor starters in de Spaanse creatieve sector?

“Ik vind de reclamebranche zowel in Nederland als in Spanje vrij traditioneel en in beide landen is er naar

Do's & don'ts

- Zorg dat u goed Spaans spreekt.
- Kom niet meteen ter zake: een goede relatie is voor een Spanjaard de basis van een deal.
- Investeer in relaties. Netwerken in Spanje gaat vaak via via.
- Doe zaken op directieniveau, meer dan in Nederland hebben zij het voor het zeggen.
- Laat je niet beetnemen door de ‘mañana-fabel’. Misschien verlopen sommige zaken iets trager, maar ze gebeuren wel. De Spaanse economie vertoont niet voor niets al vijf jaar de grootste groei van Europa.
- Neem Spaanse medewerkers in dienst, zij weten beter dan u hoe de markt in elkaar steekt.

Bron: Rigtmar Brandenburg, www.brandenburgconsulting.eu

mijn idee genoeg ruimte voor nieuwe en innoverende bureaus. Bovendien, Spanjaarden kijken over het algemeen tegen de vooruitstrevende en internationaal georiënteerde Nederlandse ondernemers op en verwachten van ons ook innovatie. Onze talenkennis komt de Spanjaarden goed van pas. Handig is de hiërarchie in Spaanse bedrijven: wanneer de directeur enthousiast is, wordt dit enthousiasme vaak direct door de rest van de afdelingen opgepakt. In Nederland ben je daar vaak nog niet zo zeker van.”

Wat zijn de valkuilen?

“Spanjaarden spreken slecht Engels, waardoor het erg belangrijk is dat jij wél over een goed mondje Spaans beschikt. Maak ook duidelijke afspraken over de betaling. Voor Spanjaarden duurt de betalingstermijn normaal gesproken 90 dagen. En neem Spaanse medewerkers aan. Zij weten wat er bij de doelgroep speelt en je zult ook serieus worden

genomen bij de opdrachtgevers. Vertrouw op hun andere werkwijze. Zo schreven twee Spaanse werknemers een persbericht die traditioneel en weinig creatief was. Volgens hen dé manier om de pers te benaderen. Heb vertrouwen dacht ik. En jawel, bij de opening van het pand zat het tjokvol met Spaanse journalisten!”

Waar loopt u met Keesie tegenaan?

“Vooral tegen veel positieve verrassingen. Spaanse bedrijven zijn erg open en leggen tijdens het kennismakingsgesprek vaak direct de strategie op tafel, waarbij ze vaak ook de problemen aangeven. Jongeren worden door Spaanse bedrijven serieus genomen en veel meer beschouwd als de consument van de toekomst. Dit betekent dat bedrijven bereid zijn om vaak sneller tot verandering te willen overgaan. Andere dingen duren weer iets langer, zoals het opbouwen van relaties. Een opdracht is pas binnen als de Spanjaard een persoonlijke band met je voelt, en daar kunnen wel wat lunches aan vooraf gaan.”

Noot van de redactie: Keesie Nederland is sinds juli failliet. De vestiging in Spanje blijft echter vooralsnog gewoon bestaan.



Hoofdstad: Madrid
 Aantal inwoners: 1,1 miljard
 Oppervlakte: 504.880 km², 12,2 x Nederland
 Talen: Castiliaans, Catalaans, Galicisch en Baskisch
 Bbp: 22.152 euro per capita
 Belangrijkste handelspartners: Duitsland, Frankrijk, Italië
 Economische groei 2007: 3%
 Groeivoorspelling dienstensector:
 - 2008: 2,1%
 - 2009: 2,3%
 - 2010: 2,7%

Tekst: **Hieke Voorberg**
 Fotografie: **Yvell Rosales**



- EVD, Jeannette de Lannoy, landenmedewerker Spanje, (070) 778 89 55, spanje@info.evd.nl, www.evd.nl/spanje
- Het programma Individuele Marktwerking, dat onder meer ondersteuning biedt bij het zoeken naar zakenpartners, staat open voor Spanje. EVD, Menno Schrok, accountmanager marktwerking Spanje, (070) 778 89 72, spanje.acm@info.evd.nl
- Meer weten over de kansen in de creatieve industrie in Spanje: download de marktverkenning creatieve industrie op www.evd.nl/spanje > marktverkenningen

