



DRECHTSTEDEN

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 9 | NUMMER 6 | SEPTEMBER 2011

BUSINESS®



Ferry Corsten:
dj als internationaal
A-merk



RECLAME.NL

by Ardventure

Industriekavels te koop aan
de Dordtse Oostpoort

Richard Korteland:
"Wij willen de beste bedrijven
van Nederland binnenhalen"



RECLAME.NL

by Ardventure

Gevelreclame - Autobeletteringen - Freesteksten - Full Colours
Standbouw - Projectreclame - Wallpapers - Spandoeken

You all make Art and Advertising a real A@dventure!

Binnen en buiten, groot en klein, opvallend of bescheiden, overal zijn ze te vinden. Signs. Het gevoel bij een product of dienst, 'de corporate identity' van een onderneming, valt of staat bij het gebruik van signing. Sign is de reclame die vastgepakt kan worden. In 25 jaar heeft de sector zich ontwikkeld van reclameschilder tot full-service bureau. Daarmee valt de kracht van deze afzonderlijke bedrijfstak binnen de reclamebranche niet te onderschatten.

Maatpakken

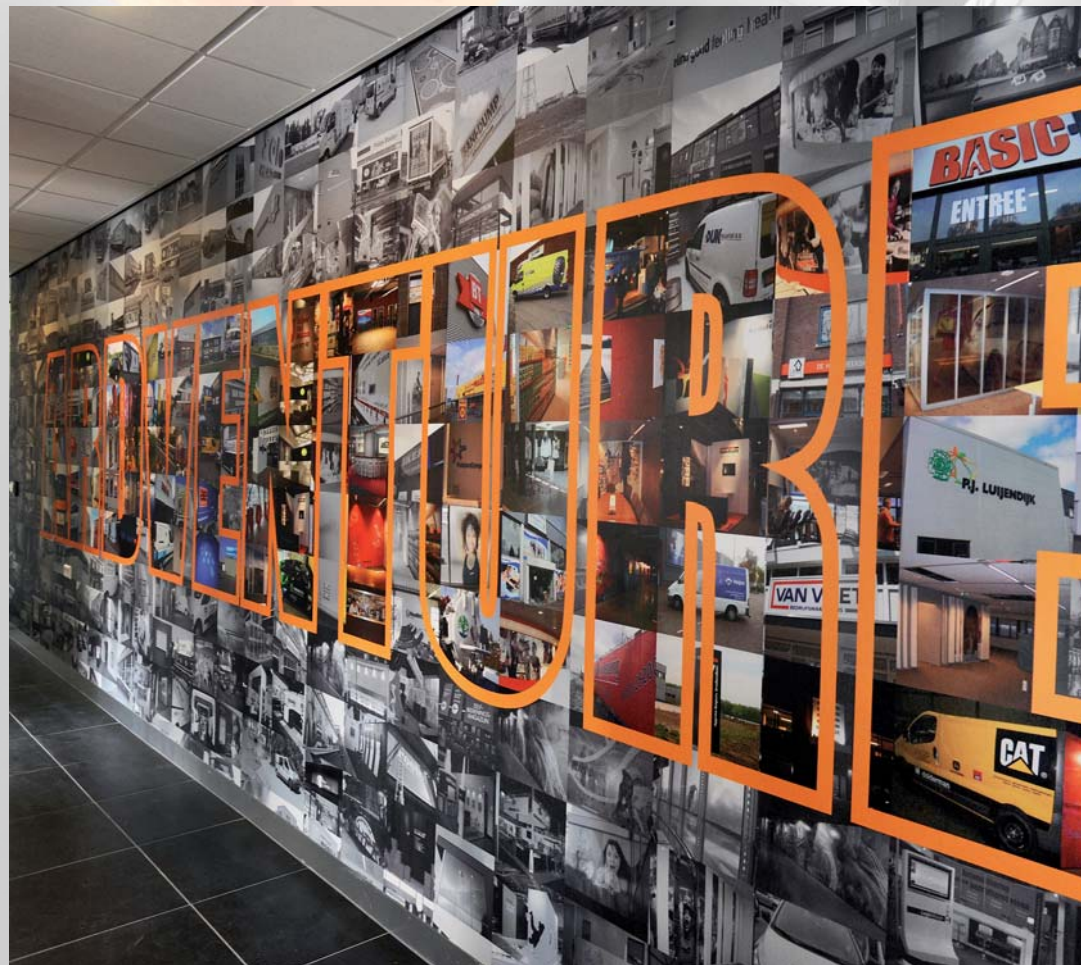
Ardventure Reclame is meer dan een signmaker. Het is een 3M-gecertificeerd, jong, modern en flexibel bedrijf dat zich gespecialiseerd heeft in binnen- en buitenreclame. In 2000 werd het bedrijf opgericht door Bas Rietveld. Bas is altijd creatief geweest. Ooit begonnen met een schildersopleiding en vervolgens bij een signmaker terecht gekomen als tekenaar. Toentertijd in de volksmond nog een 'reclame-montage bedrijf' waar hij door de jaren heen alle functies vervuld heeft tot hij uiteindelijk tot de conclusie kwam om voor zich zelf te beginnen. "Ik zie mezelf niet als baas, ik ben één van mijn werknemers." Dat is mijn grootste kracht, aldus Bas Rietveld. Na een breuk met zijn toenmalige compagnon kwam zijn vriend, tevens steun en toeverlaat, Theo Hulshof in beeld. Samen zijn zij aan het echte avontuur begonnen. Theo's overtuigingskracht in combinatie met het inventieve oog van Bas onderscheidt Ardventure in grote mate van de concurrentie. "In deze branche gaat het niet om maatpakken dragen of aandeelhouders zoet houden. Het is trouw blijven aan jezelf, aan je ideeën en aan wat echt telt." Het onmogelijke mogelijk maken is iedere dag weer een nieuwe uitdaging. Beide zijn het direct eens, dat zonder het huidi-

ge personeel Ardventure deze groeislag nooit had kunnen maken. "Het is een uniek bedrijf waar iedereen het naar zijn zin moeten hebben."

Kan niet, bestaat niet

Ardventure creëert een beleving en maakt daarbij geen onderscheid tussen 'de reclame voor de bakker op de hoek' of de 'rebranding' van meerdere vestigingen voor een multinational. Iedereen kan bij Ardventure terecht, voor elke toepassing is een oplossing. Kan niet, bestaat niet. Binnen het kader van maatschappelijk

verantwoord ondernemen levert Ardventure met behulp van een hoge klanttevredenheid, korte levertijden, direct reageren en commercieel succes een (inter)nationale bijdrage aan de maatschappij. Behoeftegericht maatwerk en de 'no-nonsense aanpak' kenmerken de onderneming en creëren de vertaalslag van idee naar een eindproduct. Met een gehele metamorfose en een tsunami-effect van euforie als steevast resultaat. Van kolossale wallpapers tot camouflerende carwrapping. Van verlichte gevelreclame, span- en canvasdoeken tot



“Echter is achteroverleunen en wachten op werk, voor ons nooit een optie geweest. Al het werk dat zich voordeed hebben wij met beide handen aangegrepen”

full colour prints en standbouw. Voetbaldorpen, vlaggen en masten, autobeletering, huisstijlen, akoestische panelen en freesletters. Niets is Ardventure te gek.

Reclametempel

Een sprekend voorbeeld van de gedeelde passie voor het bedrijf is de bouw van de ‘nieuwe reclametempel’ aan de Galvanistraat in Dordrecht. Geheel naast de gebruikelijke productie is het bedrijfspand, gelegen op de Dordtse Kil, met behulp van de gehele Ardventure Reclame Crew en diverse aannemers binnen een half jaar uit de grond gestampt.

Desalniettemin is het niet enkel zonneschijn, want ook in de signbranche heeft de economische crisis zijn sporen nagelaten. Het eeuwenoude gezegde ‘de één z’n dood is de ander z’n brood’ ging dan ook niet op voor de reclamemakers. Veel ondernemingen hebben tijdens de recessie bespaard op reclame en marketing en dat heeft veel branchegenoten de kop gekost. “Echter is achteroverleunen en wachten

op werk, voor ons nooit een optie geweest. Al het werk dat zich voordeed hebben wij met beide handen aangegrepen,” vertelt Theo. Het huidige pand in Sliedrecht is mede dankzij deze ‘hands-on strategie’ inmiddels echt te klein geworden. Theo: “Op 24 oktober 2011 gaan we daarom definitief over naar het ruime pand vlakbij onze Dordtse trots de Kil.” De ambitie is om binnen de signsector, binnen tien jaar, tot de top van Nederland te horen. Zodoende zijn de ondernemers van plan om een flinke bijdrage te leveren aan de scharnierfunctie van de Drechtse Poort tussen de Randstad en het Europese achterland. Naast de nieuwe locatie maken de mannen ook in het internettijdperk een digitale omslag.

De site www.reclame.nl is sinds kort in het bezit van Ardventure en is reeds online. Op management gebied slaan we evenzeer een nieuwe weg in. Een efficiëntere aanpak in combinatie met verbeterde logistieke processen moet progressieve groei en continuïteit voor de komende jaren zeker stellen. “In het nieu-

we pand kunnen we daarom voorlopig vooruit.”

Dank

“Echter teneinde van deze coverstory willen wij nogmaals benadrukken dat zonder de bereidheid van onze medewerkers, relaties, vrienden en familie dit avontuur anders was afgelopen. De ideeën zijn mooi, maar zonder uitvoering blijven het ideeën. In het bijzonder willen wij daarom bedanken; onze zakelijke relaties voor het gestelde vertrouwen, de DTP-afdeling voor haar artistieke bijdrage, de montage-afdeling voor de innovatieve oplossingen, de dames van de administratie voor alle handelingen, de plakafdeling voor de vakkundige afwerking en tenslotte onze vrienden en familie voor hun steun ten behoeve van ons ondernemerschap,” besluit Rietveld. ■

