



Essent stopt na vijftien jaar als sponsor van het schaatsen

# Op het hoogtepunt eruit

Tekst: Mariëlle Versteegen Beeld: Marcel Krijger

Met een mega spandoek van meer dan honderd meter heeft Essent afscheid genomen als sponsor van het schaatsen. 'Dankjewel' was het eerste woord op het grote roze doek dat over de tribunes in Thialf ging. Gevolgd door de namen van heel veel schaatsers en schaatssters. Die kunnen op hun beurt Essent danken, voor vijftien jaren trouwe sponsoring van het schaatsen in Nederland.

Paul Boehlé is manager sponsoring bij Essent en bijna vanaf het begin bij het sponsorschap van Essent betrokken. Ingrid Pouw is de laatste jaren als directeur coöperate affairs van Essent eindverantwoordelijk. Samen bliken zij terug op vijftien jaar schaatsponsorship. En waar kunnen ze dat beter doen dan in de Essent Lounge in Thialf?

**Na vijftien jaar stopt Essent als sponsor van het schaatsen. Kunt u nog één keer uitleggen waarom?**

Boehlé: "Omdat we onze doelstellingen gehaald hebben. We hebben bereikt wat we wilden bereiken. We hadden vijf doelstellingen. Eén: een nieuwe merk creëren. Toen we startten, moesten we een heel nieuw merk neerzetten, de energiemarkt was geprivatiseerd en geliberaliseerd. Tweede element was het imago. Schaatsen staat voor echt Hollands en sympathiek,

dat heeft op ons merk afgestraald. We hebben de bekendheid en het imago samen zien groeien. Het derde doel betrof hospitality, de ontvangst van zakelijke relaties. We hebben heel veel relaties uitgenodigd voor wedstrijden en zijn gaan schaatsen met klanten. Vierde doel was de goodwill richting medewerkers. Dat je ook je medewerkers betreft bij het sponsorschap door bijvoorbeeld schaatsclinics op FlevOnice te organiseren. Vijfde doel was de sales-activatie, dus nieuwe klanten werven en bestaande klanten beter vasthouden. Dat hebben we gedaan met bijvoorbeeld 'Snergie' in Vancouver, echt een spectaculaire actie, die ook veel heeft losgemaakt."

**Waarom is nu het moment om eruit stappen?**

Boehlé: "Je zag de laatste jaren dat daar toch een verzadiging aan het op-

treden was. De meerwaarde begon een beetje terug te lopen. Dan moet je de keuze maken en de vraag stellen: werkt het nog wel voor ons?"

Pouw: "Op het hoogtepunt eruit. Essent is nu heel bekend. Heel Nederland weet dat Essent een energiebedrijf is. We hebben met Essent nu 97 procent bekendheid en toen we startten was dat nul. Daar heeft het schaatsen enorm aan bijgedragen."

**Wat gaat Essent nu doen?**

Pouw: "Daar zijn we nu over aan het nadenken. Wat bij ons past en wat we willen. Daar hebben we nog geen besluit over genomen. Schaatsen heeft ons heel veel gegeven. Het is voor mannen en vrouwen, voor jong en oud. Super sympathiek, oer-Hollands en mensen vinden het waanzinnig leuk om zo dicht op het ijs te zitten en onze gast te zijn."

## Pouw: 'Voor mij zit de energie in het dampende stampende Thialf'

In vijftien jaar hebben jullie als sponsor veel zien veranderen. Hoe is het nu gesteld met het schaatsen in Nederland? Hoe staan we ervoor?

Boehlé: "Een hele moeilijke vraag, want de meningen zijn zo verdeeld. We hebben zelf in Inzell een initiatief genomen om daar met een paar partijen over na te denken en toen was een beetje de teneur van: 'Het zou een beetje in de gevarenzone kunnen komen.' Maar uit onderzoek blijkt dat helemaal niet het geval. Uit kijkcijfers van de NOS blijkt dat de doelgroepen nog geïnteresseerd zijn in schaatsen. Er nog heel positief naar kijken."

Pouw: "Het hangt natuurlijk ook heel erg samen met hoe schaatsers het doen. Het gaat nu beter dan ooit, kijk naar Sotsji, dat is fantastisch. Mensen komen voor de aansprekende namen en zo hoort het ook te zijn met sport. Het draait om de sporters."

Wat zou er wel veranderd mogen worden?

Boehlé: "De discussie gaat heel erg naar de formats, naar de World Cups en de WK's, maar daar moeten de KNSB en de ISU gewoon samen met een aantal partijen naar kijken. Ard Schenk heeft daar al ideeën voor aangedragen en dat moeten ze echt oppakken en daar iets mee doen."

**Jullie waren sponsor van de ISU, de KNSB en van Thialf. Echt een sponsor van het schaatsen dus.**

Boehlé: "We zijn begonnen als evenementensponsor bij de ISU, dat is de hoofdmoot. Toen kwamen er ook bij Thialf mogelijkheden, waar wij natuurlijk leverancier wilden worden, omdat het de enige A-locatie voor schaatsen in ons land is. We zijn gaan samenwerken en sponsor geworden. En als je zo'n grote sponsor bent van het schaatsen



dan moet je ook aanhaken bij de KNSB. Maar dat is wel een stuk bescheidener dan de ISU."

**Sponsoring blijft een lastig verhaal in tijden van crisis. Waarom zouden bedrijven wel in het schaatsen moeten stappen?**

Pouw: "Het grote voordeel van sport-sponsoring is natuurlijk zichtbaarheid." Boehlé: "Als je Liga ziet, die hebben twee jaar lang een damesploeg gehad voor de verjonging van hun merk en dat heeft enorm gewerkt. Je moet heel goed kijken naar je doelstellingen, maar ik denk dat er kansen genoeg zijn."

**Terugkijkend, wat zal altijd bijblijven en is voor jullie persoonlijk een hoogtepunt?**

Boehlé: "Voor mij is dat marathon-schaatser Jan Maarten Heideman, die heb ik tijdens de alternatieve elfstedentocht in Kuopio brons zien winnen. Dat was ongelooflijk mooi, dat landschap in Finland, de extreme kou en die schaatsers die dan tweehonderd kilometer buffelen. Geweldig om mee te maken. En het WK in Boedapest. Toen was het heel warm en kon er alleen 's ochtends vroeg en 's avonds laat geschaatst worden. Al onze gasten

zaten overdag in het zonnetje in het park, dat was zo gezellig. Echt een heel mooi evenement met Rintje Ritsma als wereldkampioen."

Pouw: "Wat ik heel erg waardeer is dat schaatsers altijd de moeite nemen om bij ons de lounge in te komen. Het is een sympathieke wereld, heel toegankelijk. Wat ik persoonlijk het leukste vind, is de sfeer. Waar voor mij de energie in zit, is het dampende stampende Thialf."

**Begrepen jullie het besluit van de commerciële ploegen om het vertrouwen in de KNSB op te zeggen?**

Boehlé: "De timing was niet zo gelukkig, dat kun je er hooguit van zeggen. Ik begrijp de discussie, maar ik begrijp de standpunten van beide kanten. Vroeger waren die tegenstellingen nog veel heftiger dan nu. Ik vind dat er de laatste jaren meer een gemeenschappelijke mening is ontstaan in de schaatscultuur over dat je samen iets moet bouwen. Dat valt me echt op. Het ligt ook niet meer voortdurend op straat. Er zijn nu meer mensen in het schaatsen actief die proberen te verbinden."

Pouw: "Uiteindelijk moet je er met elkaar uitkomen. Je kan wel het vertrouwen in elkaar opzeggen, maar 'in the end' moet je het met elkaar doen."



TVM VERZEKERINGEN OFFICIËLE SPONSOR VAN DE WEG NAAR GOUD



# TROTS OP SVEN, IREEN EN KOEN.

Goud op de Spelen is het ultieme doel van iedere topsporter. Sotsji was daarom de eindbestemming van 'De weg naar goud' voor onze schaatsers. Een route naar een doel, die zich kenmerkt door jaren van voorbereiding en hard trainen. Een enorme drive is noodzakelijk om het uiterste te bereiken. In Sotsji heeft deze lange weg zich uitbetaald in grote successen. Ireen, Koen en Sven

hebben maar liefst 5 gouden en 5 zilveren medailles in de wacht gesleept. Daar zijn wij enorm trots op.

Langs deze weg willen wij alle schaatsers bedanken die met TVM verzekeringen grote successen hebben behaald. Trots op het succes neemt TVM na 14 gouden jaren afscheid van het langebaan schaatsen. De eindbestemming van de weg naar goud is bereikt.

**TVM**  
VERZEKERINGEN