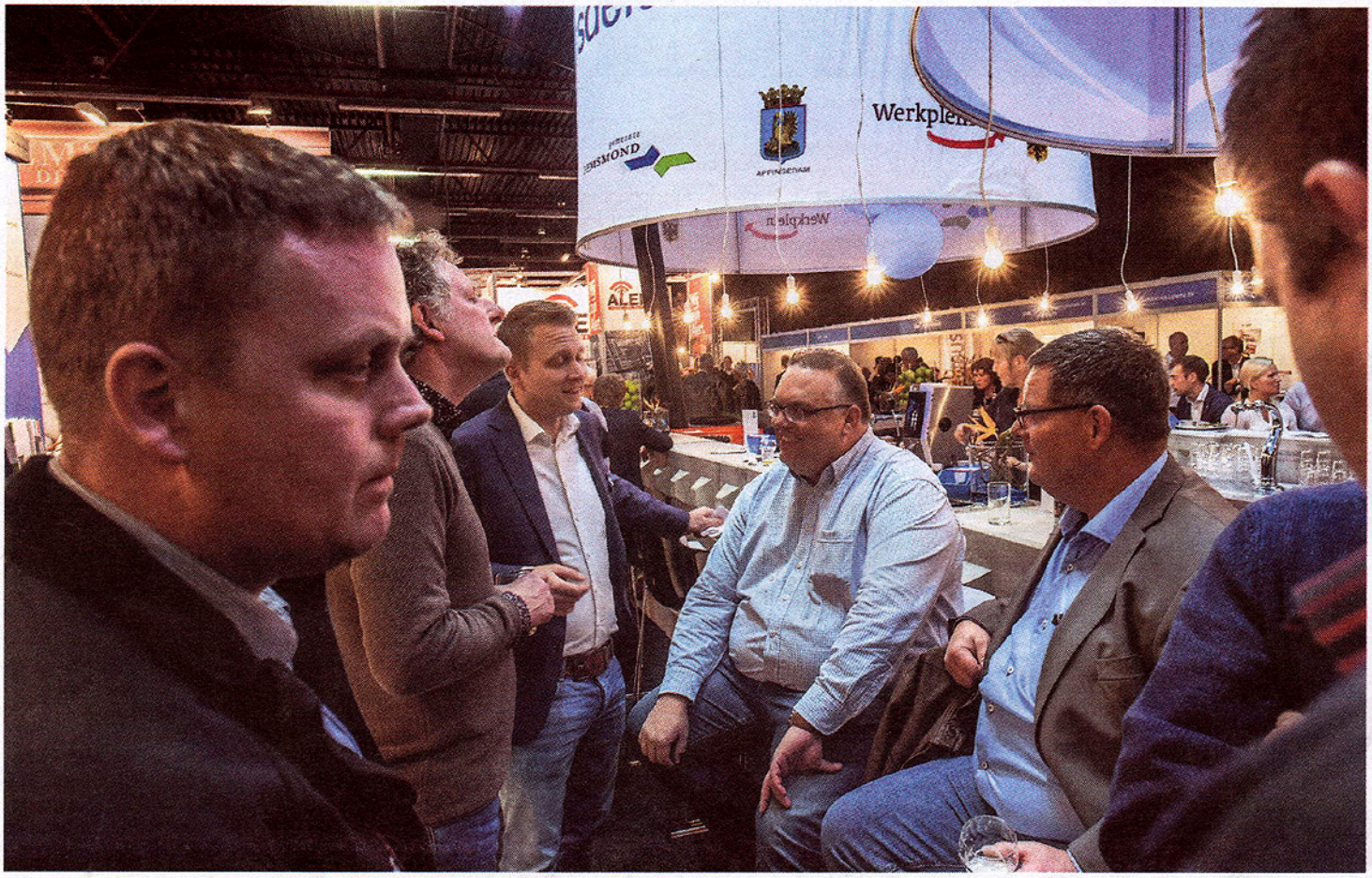
Het geheim van Promotiedagen

Het loopt weer storm op de Promotiedagen in Groningen. De beurs voor het noordelijke midden- en kleinbedrijf wordt voor de 29ste keer gehouden.



Volop contacten op de Promotiedagen. FOTO DUNCAN WIJTING

DvtN, 04-11-15

BOUKE NIELSEN

GRONINGEN Wat is dat toch met die Promotiedagen? Elk jaar hoor je ondernemers klagen over een verplicht nummertje dat ze deze novemberdagen - de beurs begon gisteren en duurt tot vandaag - moeten afwerken in het Groningse Martiniplaza en elk jaar staan al die ondernemers met duizenden in de rij om die honderden stands te bezoeken.

Wat is het geheim? Hoe kan het dat de Promotiedagen de grootste beurs in zijn soort is in Nederland? „Het is volgens mij een typisch Nederlandse beurs", zegt Bettina Fabich uit Oldenburg, bedrijfsadviseur op het gebied van Duits-Nederlandse betrekkingen. Ze staat voor de zoveelste keer in Martiniplaza op het Oldenburg-plein. Fabich: „Deze beurs is zo on-Duits als het maar kan. In Duitsland willen we producten laten zien, terwijl het hier vooral

'Deze beurs is zo on-Duits als het maar kan'

om elkaar ontmoeten gaat. Er is een paar jaar geleden nog geprobeerd de Promotiedagen ook in Oldenburg te houden, maar dat is niet gelukt."

Een mislukking in Duitsland zegt niets over het succes in Nederland. Toch stipt Fabich een punt aan dat het succes wellicht verklaart. Ze zegt het niet met zo veel woorden, maar Nederlanders zijn kletsers. Gezelligheid en elkaar ontmoeten is een factor van belang. Fabich: „Duitsers willen direct zaken doen. En Nederlanders vinden het niet erg als er op termijn wat verkocht wordt. Persoonlijke contacten zijn daarbij belangrijk."

Haar verhaal wordt ondersteund door ervaringen van andere standhouders. Neem Robert Jonen van Main Energie, energieleverancier voor de zakelijke markt. Hij bezoekt dertig beurzen per jaar. „Maar geen enkele is te vergelijken met de Promotiedagen", zegt Jonen. „Ja, in Brabant zijn er twee die vergelijkbaar zijn met deze beurs, al zijn ze wel veel kleiner."

Main Energie kwam vier jaar geleden voor het eerst naar de Promotiedagen, maar was na afloop niet al te enthousiast. „We zitten nu op een plein met allemaal facilitaire bedrijven en dat is een stuk beter", zegt Jonen. „Er is nu ook veel meer reuring op de beurs. Er is een goede sfeer. Wat wij willen is zo veel mogelijk afspraken, want daarvoor staan we hier. En we willen bestaande klanten de hand drukken."

Maar via internet zijn de klanten toch veel beter bereikbaar? Jonen: „Misschien wel, maar er gaat niets boven persoonlijk contact met je klanten. Dit is toch veel leuker dan internet?"

Stella Kroone van Gebouweninspectie Nederland en Eco Reest staat al een jaar of tien op de beurs. „Maar ik ben één keer niet geweest en dat beviel niet", zegt ze. Kroone ging toen als bezoekster. „Maar de contacten zijn dan vluchtiger. Met een eigen stand heb je meer tijd voor je klanten."

Start-ups

De gemeente Groningen geeft op de eigen stand ruimte aan start-ups. Sebastiaan Kremer van Onlinedorp.nl hoopt volgend jaar op een groot vervolg. Hij zou het mooi vinden als er volgend jaar ruimte zou zijn voor tientallen start-ups die dan hun mogelijkheden kunnen presenteren aan andere bedrijven en wellicht aan investeerders.