

SKOR[®]
ESSENTIALS IN SPORTS



Inspelen op hedendaagse vrijwilliger

‘We willen vooral een onestopshop zijn’

Met het nieuwe voetbalseizoen voor de deur is het voor clubs ook zaak om te kijken naar de inventaris. Wat is er aanwezig in het ballenhok? Waar heeft de materiaalman behoefte aan? En wat is er überhaupt nieuw op de markt? Wie daar alles over kan vertellen, is commercieel directeur Jeffrey Jonkman van SKOR uit Almelo. ‘We willen vooral een onestopshop zijn.’

Auteur: Johan Koning

‘Traditioneel koopt een club bij ons voetballen, doeltjes, dug-outs, trainingsmaterialen en teamkleding’

Gemeenten die een nieuw sportpark willen aanleggen, kloppen rechtstreeks bij ons aan. Maar vaak schakelen ze een adviesbureau in om een programma van eisen op te stellen en een bestek op te stellen. Aannemers kunnen daarop intekenen en die komen dan bij ons uit voor de materialen. Daarnaast werken we ook rechtstreeks voor sportverenigingen: van profclubs tot amateurverenigingen.

‘Traditioneel koopt een club bij ons voetballen, doeltjes, dug-outs, trainingsmaterialen en teamkleding. Daar zit op zich niet zo heel veel vernieuwing in, anders dan dat het om nieuwe materialen gaat. Maar we hebben ook producten waarmee we inspelen op de huidige maatschappij. Dan heb ik het voornamelijk over de hedendaagse vrijwilligers. Dat arsenaal wordt niet alleen kleiner, maar ze vragen ook meer. Daarom komen wij steeds weer met vernieuwingen waarmee we de producten beter en onderhoudsruimer maken.’

Huidige vrijwilliger wil goede afspraken

Hoe zit het met die vrijwilliger? Op welke manier is die anders dan ‘vroeger’? ‘De vrijwilliger van tegenwoordig wil op voorhand goede afspraken maken. Dus spreken we met de verenigingen af dat, mocht er iets met de materialen zijn, ze ons kunnen bellen. In principe kunnen ze alles met de telefoon regelen. Het zogenaamde ontzorgen, daar komt steeds meer de nadruk op te liggen. Vroeger had je vaak een gepensioneerd als materiaalman en toen werd er vooral naar de laagste prijs gekeken bij aanschaf. Tegenwoordig kijkt men breder en gaan verenigingen een contract voor langere tijd aan met ons waarbij wij ze veel meer het werk uit handen nemen door goed onderhoud op locatie te geven. Op die trend spelen wij in met onze producten. We leveren een kwalitatief hoogwaardig product met vooral een hoge servicegraad, waarbij het onderhoud door SKOR wordt verricht.

‘Verenigingen willen iets kopen waar ze eigenlijk weinig omkijken naar hebben en wat

gewoon lang meegaat. En als er dan toch wat is, dan moet je kunnen terugvallen op garantie en service van het bedrijf. Juist omdat wij zelf produceren, kunnen wij die garantie geven. En kunnen we een onestopshop zijn. We hoeven niet per se een dunner materiaal te gebruiken; het moet gewoon functioneren. We zijn er telkens naar op zoek om onze producten beter te maken, zodat de exploitatiekosten het laagst blijven.

‘Voordeel is ook,’ denkt Jonkman, ‘dat wij zelf verenigingsmensen zijn. Ik ben zelf actief bij de voetbalclub en mijn compagnon is voorzitter. Zo kunnen we ook zakelijk afwegingen maken, door in te spelen op de problematiek die we daar ervaren. Er is natuurlijk veel meer te doen in het weekend dan alleen naar het voetbalveld gaan. Dus moet je aantrekkelijk blijven als club.’

Collectief inkopen de toekomst

Collectief inkopen kan daarbij een trend worden, denkt Jonkman. ‘Gemeenten doen dan de inkoop voor alle clubs binnen de grenzen. Het geeft ze veel voordelen en de kwaliteit is bij elke club gelijk.’ Trots geeft hij Amsterdam als voorbeeld: ‘De gemeente Amsterdam heeft bijvoorbeeld de rol op zich genomen als centrale inkoop voor verenigingen binnen de stadsgrenzen. Wij wonnen de aanbesteding uiteindelijk voor de levering van het buitensportmateriaal voor vier jaar. Van doelen tot dug-outs, wij zijn de leverancier van de buitensportproducten voor de hele gemeente.

‘We zitten qua noviteiten op het gebied van materiaal wel op een hoog level. Waar we in blijven ontwikkelen, is het leveren van onderhoudsarme producten. En we willen voor verenigingen, gemeenten en aannemers een onestopshop zijn.’

SKOR bestaat sinds 2001 en is specialist in producten voor de georganiseerde buitensport. ‘We maken voetbaldoelen, dug-outs, tribunes en we leveren ook stoelen voor die tribunes. Ook luxe stoelen; dat deden we onlangs bijvoorbeeld voor de businessruimte van FC Twente. En het FBK Stadion in Hengelo voorzagen we van 8800 nieuwe stoelen. We ontwikkelen alles zelf; zo kunnen we bijvoorbeeld ook voldoen aan specifieke vragen van clubs. Willen ze een dug-out van 3,20 meter in plaats van de “standaard” maat van 3 meter? Dan zorgen we daarvoor.’

Steeds groter assortiment

‘We werken daarbij allereerst voor de driehoek aannemers, gemeenten en adviesbureaus.



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!