



een merk is
meer dan
mooi logo

marieke de boer

→ tekst christien romp, fotografie nadine reef

→ Marieke de Boer, mede-eigenaar van Sam*dexy, een Arnhems reclamebureau: "Na mijn opleiding communicatiemanagement kwam ik terecht bij een reclamebureau. Na verloop van tijd ging het me storen, dat ik zo weinig tijd kreeg om me echt in een project en de wensen van de opdrachtgever te verdiepen. Ik herinner me dat ik met een presentatiebord onderweg was naar een opdrachtgever en voortdurend dacht: dit is helemaal niet wat deze klant echt wil. Ik vond dat het beter moest, dat ik beter kon."



een keiharde
zakenvrouw ben
ik niet, hoewel je
als vrouwelijke
ondernemer wel
vaak dat stempel
opgedrukt krijgt

"Art director Ferdinand Lam had vergelijkbare ervaringen. Zakelijk gezien zaten we ook meteen op één lijn. De combinatie vormgeving en merkstrategie is natuurlijk een hele sterke. En zo startten we in 2003 Sam*dexy, vanachter de keukentafel in Ede. Heel naïef dachten we dat opdrachtgevers op ons zaten te wachten. Dat bleek nog niet zo vanzelfsprekend; ze moeten je toch eerst weten te vinden. We waren allebei nog erg jong en senioriteit bleek in mijn vak hoog aangeschreven te zijn. Ook het feit dat ik een vrouw ben, werkte niet altijd direct in ons voordeel. Onze ideeën en onze aanpak bleken uiteindelijk goed aan te slaan. Steeds meer opdrachtgevers wilden graag zaken met ons doen, zodat we een jaar of vier geleden moesten uitbreiden en het tijd werd voor een echt kantoor. We zochten een inspirerende omgeving en vonden die aan de Eusebiusbuitensingel in Arnhem."

Marieke de Boer en Ferdinand Lam, naast zakenpartners ondertussen ook met elkaar getrouwd, hebben een aantal vaste medewerkers in dienst met daar-omheen een flexibele schil van diverse vakmensen. "Ik zie Sam*dexy niet als een bedrijf, maar meer als een team, dat met opdrachtgevers werkt en waarin we het beste in elkaar naar boven halen. We houden elkaar scherp en zetten ons voor meer dan honderd

procent in, willen het anders en beter doen dan de reguliere reclamebureaus. Merkstrategie, bij andere, kleinere bureaus vaak nog onderbelicht, is de kracht van onze organisatie. Met onze strategische benadering van vormgeving en communicatie richten we ons op de connectie tussen strategie en creativiteit."

Alleen maar hoogtepunten

"Hoogtepunten? Ik zie elke stap die je maakt in groeien als een hoogtepunt. Dingen doen waar je tegenop ziet, omdat je ze nog niet eerder hebt gedaan. En als het dan achter de rug is denken: waar heb ik me zo druk over gemaakt? Ik ben ambitieus en vasthoudend, vraag en onderzoek totdat ik de wensen van mijn opdrachtgever goed in kaart gebracht heb. Als ik een project heb afgerond, waarover de opdrachtgever tevreden is, dan ervaar ik dat ook als een hoogtepunt. Het ondernemen zelf vind ik ook geweldig, trouwens. Een keiharde zakenvrouw ben ik overigens niet, hoewel je als vrouwelijke ondernemer wel vaak dat stempel opgedrukt krijgt. Het moederschap - we hebben een tweejarig zoontje - wil ik tot slot niet onvermeld laten als hoogtepunt."

Gevraagd naar dieptepunten, moet Marieke even nadenken. Dan zegt ze: "Op het persoonlijke vlak zijn er natuurlijk de nodige dieptepunten

geweest. Maar zakelijk gezien kan ik daar eigenlijk geen voorbeeld van noemen. Natuurlijk gaat er wel eens iets niet helemaal goed, maar ik vind het juist een uitdaging om dan samen met ons team en de opdrachtgever te zoeken naar een aanvaardbare oplossing."

Sterk merk

"Ondanks de slechte economie groeit Sam*dexy. Sterker nog: 2011 is ons beste jaar tot nu toe. Ik merk wel dat ad hoc klussen (een foldertje, een kortlopende reclamecampagne) minder worden. Anderzijds neemt de structurele samenwerking met opdrachtgevers alleen maar toe. Door het toenemende aantal opdrachten kan ik steeds vaker neventaken overlaten aan anderen. Dat betekent dat ik me straks uitsluitend kan gaan focussen op het ontwikkelen en implementeren van merkstrategieën en daar verheug ik me op."

"Waarom we voor de naam Sam*dexy gekozen hebben? Wij maken merken, dus vinden we dat ons bureau ook een goede merknaam dient te hebben. Bij voorkeur een niet-bestaand woord, modern, met een zekere schwing, die passie en kwaliteit uitdraagt. Uiteindelijk is ons doel, dat iedereen Sam*dexy onmiddellijk associeert met het 'maken van merken'." ■