

## **Schilderkrant Apeldoorn**

17/12/07 - De plaatselijke afdeling Apeldoorn van FOSAG heeft voor de vierde maal op rij een 'SchilderNieuws'-krant verspreid onder 95.000 huishoudens.

Vier jaar geleden zag de eerste editie het licht. En nu ligt de vierde krant van zestien pagina's als sinds de derde week van november bij de bewoners van Apeldoorn. Traditiegetrouw worden in de berichtgeving de winterschilder en 4 seizoenen onderhoud aan elkaar gekoppeld. Zo levert de plaatselijke afdeling Apeldoorn het bewijs hoe je je op regionaal gebied als schilderscollectief kunt profileren. Teun Eekhuis is als voorzitter van de plaatselijke FOSAG-afdeling Apeldoorn één van de initiatiefnemers van 'Schilder Nieuws'. "Het is eigenlijk allemaal drie jaar geleden begonnen tijdens een bestuursvergadering. Zelf ben ik namelijk ook lid van de plaatselijke afdeling Deventer. Zij hadden al een eigen uitgave en wij wilden dat initiatief ook wel nemen, zij het dat we wel met een professionelere versie wilden komen", aldus de schilderondernemer.

## **Jubileum**

"Van het één kwam het ander. We vonden een drukker die al het werk qua vormgeving, opmaak en distributie uit handen nam. Tijdens onze ledenvergadering bespraken we de financiering. We moesten het vooral hebben van adverterende grossiers. Daarnaast wilden we ons heel bewust als een Apeldoornse schildereenheid neerzetten door gelijksoortige advertenties van onze bedrijven te vermelden. Ieder lid bepaalt wel zelf de grootte en de prijs van de advertentie: van klein, middel tot groot. Een bijzondere advertentie komt van Steven Jansen BV. Die stelt dat de klant deze winter zelf de korting bepaalt. Dit keer kost de huis-aan-huiskrant ons welgeteld 0,18 eurocent." De advertentie-inkomsten overtreffen de uitgaven. Het extra geld wordt jaarlijks in de kas gestort om in 2011 het honderdjarig jubileum te vieren van de plaatselijke FOSAG-afdeling.

## **Informatieoverdracht**

'Schilder Nieuws' heeft zich al dubbel en dwars bewezen als het gaat om informatieoverdracht. "De insteek was niet om extra opdrachten te krijgen voor de wat slappere winterperiode. Het ging ons er wel om dat particulieren weten wat er speelt binnen onze branche. Daarin zijn we zeker geslaagd", stelt Eekhuis mede namens zijn collega's. "Een paar jaar geleden moest ik nog van alles uitleggen over doorwerken in de winter. Vragen daarover kan ik nu op een hand tellen. 'Jullie moeten bij binnenwerk nu met watergedragen verf werken hè? Da's beter voor jullie en het milieu', gaf een vrouw me recentelijk te kennen. Nog een aardig voorbeeld. Laatst maakte een consument me erop attent dat één van mijn medewerkers aan het schuren was zonder stofkapje. Kijk, dan merk je toch dat de mensen weten wat er in onze branche speelt. En daar was en is het ons allemaal om te doen."