

## De beste reclame komt van de klanten zelf

**MARBELLA.** Het heeft niets met de crisis te maken dat je in reclamecampagnes het bedrijf Euro Economics nergens tegenkomt. Volgens Barbara Ingenbleek komt de beste reclame van de klanten zelf. Deze werden dan ook uitgenodigd voor de zomerborrel in de hippe Beach Bar Los Delfines in de haven van Marbella. Een gezellige bijeenkomst waar klanten en het personeel van het kantoor van Euro Economics in Marbella elkaar eens in een andere setting tegenkwamen.



omgeving.” Het grote probleem van Spanje is volgens de meeste aanwezigen de zwarte economie, de Nederlandse belastingdienst zou Spanje nog wel een paar trucjes kunnen leren om dit verschijnsel de kop in te drukken. Hans Wohl, organisator van het event Marbella4DaysWalking, kwam net terug van de Vierdaagse in Nijmegen en vertelde enthousiast over zijn ervaringen daar en het feit dat het dweilorkest de Kwakbergband ook op de Plaza del Mar zal spelen tijdens de vierdaagse in Marbella in oktober dit jaar. Zowel de klanten als het personeel van Euro Economics kijken terug op een aangename vrijdagmiddag “door ons werk weten we best veel van onze klanten, maar het is leuk om nu onder het genot van een drankje en hapje ook eens over andere dingen dan zaken met ze te praten. Zij zijn degenen die ons aanbevelen bij andere mensen.

Marbella heeft de naam de stad van luxe te zijn waar Nederlanders vooral de hele dag golfen en wijntjes drinken. Zoals bij alle clichés is dit schromelijk overdreven, maar er zit wél een kern van waarheid in. De Nederlanders die hier permanent of tijdelijk wonen, komen elkaar regelmatig tegen bij diverse bijeenkomsten die door bedrijven of clubs worden georganiseerd. En dan worden er inderdaad wijntjes gedronken, maar er wordt vooral ook gewerkt aan het uitbreiden van netwerken. Marbella is namelijk de plaats waar veel (ex)ondernemers zitten en handel zit de Nederlanders in het bloed. Jeroen Oskam, oprichter van Euro Economics, kwam speciaal over uit Barcelona om eens persoonlijk kennis te maken met de klantenkring in Marbella. “We hebben kantoren in onder andere Valencia, Barcelona en Madrid en in elke stad zijn de Nederlanders anders en vragen andere diensten van ons. In Barcelona begeleiden we veel midden- en kleinbedrijven op de Spaanse markt en in Madrid zitten de grote internationale bedrijven die aan de Spaanse fiscale en boekhoudkundige wetten moeten voldoen en ons daarvoor inschakelen.” Volgens Barbara Ingenbleek, die het kantoor in Marbella runt, maken zowel bedrijven als particulieren van hun dienstverlening gebruik. “De fiscale- en juridische begeleiding van de aan- of verkoop van een woning, het verzorgen van boekhoudingen, het invoeren van auto's uit Nederland, maar we worden ook gebeld voor zaken die men in Nederland zelf zou oplos-

sen, zoals bijvoorbeeld het aanvragen van een wateraansluiting, dat gaat in Spanje net even iets anders en wij spreken dan ook vloeiend Spaans.”

De zomerborrel was een groot succes, er hing een aangename sfeer en de gespreksonderwerpen varieerden van de zomerse temperaturen in Nederland en Spanje, het verhaal van Mary Anne Goossens (dat bij veel mensen bij nader inzien niet helemaal geloofwaardig lijkt) tot de crisis op de woningmarkt. In Marbella verblijven veel bouwondernemers die in Nederland actief zijn. Volgens Ton Borst van Bouwbedrijf Borst uit Castricum zal de woningmarkt in Spanje wel weer aantrekken. “Er staan nu duizenden woningen leeg, maar Spanje zal door haar klimaat altijd mensen uit het noorden van Europa blijven trekken. Je zult zien dat er in de toekomst gewoon weer gaat worden gebouwd, maar dan hopelijk wel met meer oog voor de toekomst en de



Fotos:

Boven: Kaspar Huijsman van Alex Spanje & Portugal en Jeroen Oskam, de oprichter van EuroEconomics.

Onder: Johan en Sahieda Huijben in gesprek met Barbara en Jan Ingenbleek.

Links: Overview