

Sittardse maker van meetinstrumenten kan zelf weinig met gewonnen reclamezendtijd op regionale zender

Hoe maak je tien mille reclamegeld op?

De Sittardse bouwer van precisie-meetinstrumenten Anatech won vorig jaar voor tienduizend euro reclamezendtijd op L1 radio. Maar wat heb je daar aan als je klanten vooral in de VS en Australië zitten?

Een laboratorium, gespecialiseerd in kwaliteitscontroles van kunststoffen en rubber, dat radioreclame maakt op L1? Zouden er echt luisteraars zijn die de exacte samenstelling van hun kunststof keuken willen weten, of de rubbersoort van hun winterbanden?



„Nee, natuurlijk niet”, lacht directeur Archi Leenaers van het Sittardse bedrijf Analyte. „Wij doen ook helemaal geen zaken met particulieren. Ons laboratorium werkt onder meer voor spuitgietbedrijven die van kunststoffen allerlei vormen persen. Dat kan een limonadeflesje zijn, maar ook een kunststof putdeksel of stoelzitting. Voor zoiets heb je business-to-business marketing. Maar ja, we hadden vorig jaar nu eenmaal 10.000 euro aan reclamezendtijd gewonnen. Dat laat je niet ongebruikt liggen, toch?”

Het geld was eigenlijk gewonnen door Anatech, het moederbedrijf van Analyte. Dat won afgelopen zomer de MKB Limburg Innovatieprijs met de ontwikkeling van een superkleine meet-sensor, waarmee onder extreme omstandigheden de zuiverheid en temperatuur van materialen kan worden gemeten. Het 'naaldje' kan het gewicht meten tot op één tien miljoenste gram en temperatuurverschillen van één miljoenste graad aangeven. Een novum in de wereld van materiaalanalyse.

MKB
LIMBURG
Innovatie
Prijs



„De klanten van Anatech zitten vooral in de grote landen van Europa, Amerika en Australië. Tja, en daar komt L1 niet. Toen hebben we uiteindelijk zelf maar een spotje gemaakt voor ons laboratorium Analyte, dat heeft namelijk wel een meer lokale klantenkring”, aldus Leenaers.

Zeventig keer wordt het spotje deze weken uitgezonden op L1-radio. Meer dan wat naamsbekendheid zal het Analyte wel niet opleveren? „Nou, zeg dat niet te hard. Er hebben toch al twee kunststofbedrijven naar ons lab geïnformeerd en we krijgen uit allerlei hoeken leuke reacties van mensen die het spotje opmerkelijk vinden.”

Bron: Dagblad de Limburger / Limburgs Dagblad, 30 januari 2010

