



**SIGN<sup>+</sup>**  
2022  
**AWARD**

**probo**

Probo treedt toe als nieuwe sponsor van de Sign<sup>+</sup> Award

## 'PODIUM VOOR DE SECTOR'

**"Als je niet laat zien dat je er bent, besta je niet. Zo simpel is het", aldus René de Heij, directeur van Probo. Met elkaar uitdragen hoe innovatief en creatief de sector is, volgens hem niet alleen belangrijk om eindklanten te inspireren, maar ook om jongeren voor dit vak te interesseren.**

**P**robo, het printbedrijf voor resellers in Dokkum, treedt deze editie van de Sign<sup>+</sup> Award toe als nieuwe sponsor. Eigenlijk een logische stap, aldus directeur René de Heij, als je het businessmodel van Probo bekijkt. "Signmakers verbazen, inspireren, informeren en decoreren de wereld om ons heen en maken deze ook nog een stukje veiliger. Realiseer je de impact van een simpel bord met het woord 'Drijfzand' erop. Probeer je eens een wereld voor te stellen zonder signing. Dat is vandaag de dag onmogelijk. Zelf vinden we het allemaal heel normaal dat het er is. Maar dat is niet zo. We mogen met elkaar ons werk best nadrukkelijker zichtbaar maken, er trots op zijn."

### VAKMANSCHAP EN CREATIVITEIT

De Heij: "Uiteindelijk zien wij in de markt heel mooie creaties voorbij komen, innovatieve oplossingen bedacht worden. Soms hebben wij als bedrijf daar een kleine bijdrage aan mogen leveren, maar daar gaat het niet om. Het draait om het vakmanschap en de creativiteit die in de sign-

branche over de volle breedte aanwezig is. Daarmee maak je als sector voor bedrijven en merken het verschil. Van oudsher is dit een vakgebied met een mentaliteit van: niet op je handen zitten, maar aanpakken. Daar horen niet per definitie spotlights bij. Heel vaak werken signmakers achter de schermen, opereren op de achtergrond om een merk te laten shinen." Een actueel voorbeeld vindt De Heij ook de hele signalisatie op en rond de vaccinatielocaties van de GGD. "Zichtbaarheid, aangeven van routes, informatiepanelen. Iedereen vindt het hartstikke logisch dat het er allemaal is. Maar er moet van tevoren wel over worden nagedacht en het moet worden gemaakt. Het domein van de signmaker. Als je niet laat zien dat je er bent, besta je niet. Zo simpel is het. Dat is in feite de paradox in ons vakgebied. Alles wat wij maken, is om gezien te worden - van informatiebordje, gevelreclame, autobeleettering tot interieurdecoratie - maar zelf tonen we ons als sector nauwelijks. Zonde, want er worden zulke mooie en interessante dingen gemaakt."

### JONGEREN INTERESSEREN

Volgens De Heij liet de coronacrisis zien hoeveel ondernemerschap en creativiteit in de signbranche aanwezig is. "Bijna iedereen is er - op zijn eigen gebied - andere dingen bij

► René de Heij, directeur Probo: "Alles wat signmakers maken, is om gezien te worden, maar zelf tonen we ons als sector nauwelijks."

gaan doen, voor andere klanten gaan werken. Ik denk dat niet veel sectoren zo dynamisch zijn. Laten zien wat je doet, is ook van belang om jongere generaties te interesseren en aan je te binden. Hen laten beseffen dat dit echt een gaaf vak is, waar je prachtige dingen kunt maken. Hun talenten hebben we in de toekomst broodnodig. De Sign<sup>+</sup> Award is wat dat betreft een prachtig podium." ■

[www.probo.nl](http://www.probo.nl)

