

RW

RECLAMEWEEK

inhoud nr. 45 9 november 2006

Bureaus

Watson & Lewis: Sidekicks op 11 hoog	13
Praktisch idealisme bij Red Cell Not Just Film	17
Suko's grenzeloze greifilosofie	19
BureauVaria: Bert Hagendoorn en Arjen de Jong	21

Media

Spirituele bladen zijn geitenwollensok voorbij	23
MediaVaria: No Next Topmodel	27

Marketing

DDMA temt de cowboys	31
----------------------	----

Issue gratis kranten

Gratis krant is here to stay	33
Wegener gaat voor de breinpositie	37
De Echo knokt zich door naar de volgende ronde	39
Gratis online onmisbaar	43

Branchepagina design	45
----------------------	----

Onderzoek SCAN en No Ties bewijzen vermoeden

Bureaus verkopen zichzelf slecht

Het is het toppunt van ironie dat juist de merkadvies- en positioneringsbureaus nauwelijks bekend zijn. Dat blijkt uit onderzoek van SCAN Management Consultants en internetonderzoeker No Ties.

SCAN en No Ties onderzochten onder de naam Omea de bekendheid en het imago van adviesbureaus voor identiteit, merkenbeleid, positionering en organisatieadvies. Volgens SCAN-directeur Hein Becht zijn de uitkomsten niet totaal onverwacht. 'Het is een markt waarin de opdrachtgevers niet dagelijks behoefte hebben aan dit soort diensten. Pas als de behoefte opkomt, gaan ze zich oriënteren. Generalisten zijn wat bekend, omdat zij vaker worden ingeschakeld. Maar het gaat om de vraag of opdrachtgevers je kunnen vinden als ze je nodig hebben en dat gaat redelijk. Maar het is wel zo dat zoals alle mensen die in de communicatie werken, ook deze bureaus niet genoeg communiceren.'

Uit het onderzoek blijkt dat vooral de aandacht voor interactieve marketingbureaus sterk groeit, maar

opdrachtgevers zijn ook geïnteresseerd in interactieve marketing en bureauselectieadviseurs die hen helpen met de keuze voor een reclame- of media-bureau. Ruim een kwart van de respondenten stelt dan onafhankelijk advies op prijs. Opdrachtgevers zijn zelfverzekerder wanneer het gaat om de keuze van een corporate designbureau. Slechts zestien procent van de respondenten heeft in dat geval behoefte aan advies. De onderzoekers hadden juist verwacht dat dat hoger zou zijn omdat de meeste opdrachtgevers minder ervaring hebben met de ontwikkeling van corporate design.

Aan het onderzoek hebben ongeveer 150 functionarissen uit het bedrijfsleven meegewerkt, 5 procent van het aantal mensen dat door de onderzoekers was aangeschreven. Becht: 'We hadden gehoopt dat het hoger zou zijn, maar het aantal respondenten is voldoende om conclusies te trekken.'

JWT klapper in Gunn-lijst

BBDO Worldwide is het meest gelauwerde reclamebureau ter wereld, gevolgd door DDB en nummer drie TBWA. Ieder jaar prijst het Gunn Report 's werelds beste reclamewerk. JWT voegde vorig jaar negende, schiet omhoog naar de vierde plaats in de lijst van bureaunetwerken, gepubliceerd door het Gunn Report. De wereldwijde ranglijst van reclamebureaunetwerken wordt samengesteld op basis van de lijsten met winnaars van alle grote plaatselijke, regionale en internationale reclamefestivals. Het Gunn Report wordt algemeen beschouwd als de beste onafhankelijke maatstaf voor creatieve prestaties in onze sector.



Appie op safari

TBWA/Neboko en Appie H. Zijn al jaren een gouden duo. De commercials met daarin de AH-filiaalmanager en zijn trouwe hulp Rachid zijn al enkele jaren een eclatant succes. Voor de Kleinste Prijsjes Safari van de grootruiter werd TBWA weer ingeschakeld.

Bureau TBWA/Neboko **Creatie** Diederick Koops, Peter Zeehandelaar, Jom Kruisjen, Jeroen van de Sande **Regie** Wim van der Aar **Productie** Hazazah **Account** Lidewij Baneko, Tamara van Dalen **Opdrachtgever** Albert Heijn **Verantwoordelijk bij klant** Bas Verheijen, Jeroen Pietryga, Chantal van Wijnbergen

Nieuwe gratis krant

De nieuwe gratis krant van Boekhoorn en PCM moet in het eerste kwartaal van 2007 gaan verschijnen. Aldus Ben Rogmans, de beoogd hoofdredacteur van de krant. De krant verschijnt vijf keer per week en wordt een gratis tabloidkrant van 32 pagina's, waarvan tien advertentie. De verhouding advertenties redactie wordt volgens Rogmans minimaal 67 procent redactie. Elk dag verschijnen er 22 redactiepagina's, waarvan iets minder van de helft wordt gevuld met ANP nieuws en 'onaandoonlijk nieuws', zoals bijvoorbeeld beurs en RIV nieuws, aldus Rogmans liet noemt.

advertentie

TAPES DUPLICEERT
www.tapes.nl

TAPES
Nederland