



## **PERSBERICHT**

28 januari 2007

SCAN: Slechts 29% van de opdrachtgevers weet bureaus optimaal te benutten

### **Grote adverteerders verspillen miljoenen Euro's**

**Marketingcommunicatiebureaus beoordelen meer dan een derde van hun opdrachtgevers als zwak. Een groot deel van de opdrachtgevers krijgt een onvoldoende voor briefing en aansturing van hun bureaus. Bovendien blijkt belangstelling voor resultaten en accountability vaak onvoldoende te zijn. Dit blijkt uit onderzoek van SCAN Management Consultants. SCAN, sinds 1978 actief als onafhankelijk adviseur bij de selectie van en samenwerking met bureaus, heeft onder marketingcommunicatiebureaus in Nederland voor het eerst onderzocht hoe zij de aansturing van hun opdrachtgevers ervaren.**

### **Verspilling in een cruciale sector**

In Nederland wordt op jaarbasis € 11 miljard aan reclame en sponsoring uitgegeven. Belangrijke sectoren als media, sport en cultuur zijn er sterk van afhankelijk. Alleen al de Rijksoverheid, die in het onderzoek lager lijkt te scoren dan de gemiddelde opdrachtgever, geeft jaarlijks een kwart miljard euro uit aan reclame. In totaal zijn in Nederland circa 100.000 personen direct of indirect actief in de commerciële communicatie. De aansturing van deze sector wordt bepaald door een relatief beperkt aantal bestuurders en professionals. Van de kwaliteit van die aansturing zijn velen afhankelijk. En die kwaliteit laat, volgens bureaus, vaak te wensen over.

### **Onafhankelijk onderzoek door SCAN**

SCAN heeft als onafhankelijk adviseur 250 vooraanstaande bureaus in de marketingcommunicatie uitgenodigd hun visie te geven op de kwaliteit van opdrachtverlening. De deelnemende bureaus vertegenwoordigen meerdere disciplines; van media tot reclame, van direct marketing tot PR en van design tot interactieve communicatie. Er hebben 83 bureaus meegewerkt - een respons van 33% - waarin de grotere bureaus relatief sterk vertegenwoordigd zijn. De uitkomsten waren opvallend eensluidend: de lat moet hoger. Hetzelfde onderzoek wordt uitgevoerd in Frankrijk, Engeland, Amerika en Spanje.



### **Samenwerking onder de maat**

De communicatiebureaus zijn ervan overtuigd dat de kwaliteit van de opdrachtverlening sterk van invloed is op hun performance. Tegelijkertijd blijkt de bereidheid van de opdrachtgevers te investeren in het noodzakelijke marktonderzoek en tot het delen van informatie met hun bureaus vaak onvoldoende. Hein Becht, directeur SCAN: "De uitkomsten zijn voor insiders misschien niet verrassend, maar omdat nu voor het eerst onderzoek is gedaan naar wat bureaus vinden van opdrachtverlening worden sommige opdrachtgevers hopelijk wakker. Er zijn veel bedrijven die onvoldoende waar voor hun geld krijgen omdat ze daaraan te weinig aandacht besteden. Omgerekend gaat het ongetwijfeld om vele miljoenen. Dat onderwerp moet op de agenda."

### **Over SCAN**

Het in Amsterdam gevestigde SCAN Management Consultants adviseert sinds 1978 grote ondernemingen over identiteitsontwikkeling, merkenbeleid en positionering. SCAN is bovendien marktleider op het gebied van bureauselectie en -samenwerking.

Opdrachtgevers zijn organisaties als ABN AMRO, Albert Heijn, Britvic, CZ, ING en Sanoma. Founding partner Hein Becht richtte in 2005 SCAN International op, met vestigingen in London, Parijs, New York, Madrid, Hamburg en Sao Paulo.

Voor meer informatie ga naar: [www.scan.nl](http://www.scan.nl) of [www.scaninternational.com](http://www.scaninternational.com)

---

Niet voor publicatie: voor meer informatie, interviewverzoeken, onderzoeksresultaten en rechtevrij beeldmateriaal neem contact op met Coebergh Communicatie & PR, drs. Sjoerd van Sprang, Leidsegracht 38-40, 1016 CM Amsterdam, telefoon (020) 470 87 87, fax (020) 470 88 13, e-mail [sjoerd@coebergh.nl](mailto:sjoerd@coebergh.nl)