

Adformatie

13 NOVEMBER 2008, JAARGANG 36 NUMMER 46

WEEKBLAD OVER RECLAME, MARKETING EN MEDIA



Decibellen in de Randstad
City FM wordt Radio Decibel
26

Zakelijke netwerkster
Marianne van Leeuwen (Sisteract) onderneemt het liefst online
28



Regisser het toezicht
De visuele van fotograaf Gerrit Schouten
38

Redactie: 020 485 0570
www.adformatie.nl

6 NIEUWS

Reclamatarieven tv stijgen 10 pct

De tarieven voor tv-reclame gaan meer omhoog dan was verwacht. Voor het hele lopende jaar schat Ster-directeur Julius Minnaar dat de stijging tenminste 10 procent zal bedragen. Eerder was gemikt op 5 procent. De verhogingen leiden niet tot hogere totale opbrengsten in 2008, maar zijn nodig om de begrote jaarsomdragen te halen. Voor de Ster is dat 213 miljoen euro, aldus Minnaar.

Paid-search goed voor online-markt

De online advertising-omzet gaat dit jaar mogelijk met 10 procent stijgen naar 6,3 miljard euro, verwacht Jupiter Research. Dat is met name te danken aan de groei van de zogenaamde paid-search advertentie, die met maar liefst 50 procent zal toenemen tot 1,5 miljard dollar. Aan de basis van dat succes staat Google.

Kluwer krijgt groen licht EU

Europees commissaris Monti (concurrentiebeleid) heeft de overname van de Duitse uitgeverij van vakliteratuur BertelsmannSpringer door Kluwer goedgekeurd.

Voorwaarde is wel dat Kluwers eigenaar, de Britse investeringsmaatschappij Candover & Civen, Bertelsmanns Franse medische uitgeverij Groupe Impact Médicine verkoopt. Monti vreest dat anders in Frankrijk een te dominante positie ontstaat voor de nieuwe combinatie, die verder zal gaan onder de naam Springer.

Akzo Nobel introduceert International

[MARKETING] International heet het nieuwe merk waaronder Akzo Nobel op dit moment een compleet assortiment grondmaterialen en speciale verven in de Nederlandse markt zet. In felrode verpakking worden circa dertig verschillende producten uitgeleverd aan bouwmarkten en verspecialzaken.

'In de vermarkt geldt de introductie van een nieuw merk als een revolutie', aldus Susanne van Vegchel van Akzo Nobel. Het chemiebedrijf voert het merk naast de beitsen van CetaBever en



de verven van Flexa en Sikkens. Het merk International is bedoeld voor de voorbereiding van een verfkuis, zoals gaten vullen of schimmel verwijderen.

Akzo Nobel voert het merk International al in Engeland. In Nederland po-

sitioneert het bedrijf de nieuwe productlijn met de slogan 'Special Paint for Specials Jobs' als totaaloplosser voor veel verfproblemen. Euro RSCG BLKS verzorgde de campagne en het Engelse PI Global tekende voor de verpakkingen.



Zeven jaar geleden dacht hij dat hij dood ging.

Zijn bijna bovenmenselijke survival-story beschreef hij zelf al in zijn autobiografie 'It's Not About the Bike: My Journey Back to Life'. En nu verwijst de Nederlandse Kankerbestrijding er naar in een nieuwe commercial. Maar eigenlijk is het gewoon vreemd dat KWF niet veel eerder was met Lance Armstrong gedaan heeft qua publiciteit. Hij won tenslotte vijf keer op rij de Tour de France. Over bijna bovenmenselijke prestaties gesproken. Bureau: Saatchi & Saatchi. Creatie: Edwin Kopper, Jeff de Wolf. Verantwoordelijk bij KWF: Milou Halbesma, Suzanne van Gompel.

[ZIE WWW]

Showbedrijf promoot interactief zakendoen

[INTERACTIEF] Ipan, branchevereniging voor bedrijven in interactieve media, is gestart met FoodandFriends.nl. Deze showcase is in het leven geroepen om innovatie en investeringen in interactieve bedrijven aan te moedigen.

FoodandFriends.nl levert een gratis manier van netwerken voor bedrijven en particulieren. Een nieuwe baan, een nieuw reclamebureau, vakgenoten: het initiatief brengt mensen met eenzelfde interesse bij elkaar in Amsterdamse restaurants.

De eerste editie vond plaats op 30 juli

in restaurant Odessa. Zestien mensen voor twee tafels, één voor creatie/pr en één voor online-marketing. Later volgt een 'celebrity-dating' met burgemeester Job Cohen. Uiteindelijk mikt het Ipan op 28 bijeenkomsten per maand, verdeeld over 14 restaurants.

FoodandFriends is een initiatief van twee Ipan-leden, Jan Karri Kleijn en Maarten Roelofs. Het project moet laten zien wat allemaal mogelijk is met interactieve concepten en kanalen. Voor restaurants is het een goede manier om aan nieuwe klanten te komen op minder drukke dagen.

'De drie vrienden moeten gewoon blijven'

[CREATIE] Van het reclamekijkend publiek mogen de drie vrienden van Amsterdam blijven. Op het stopzetten van deze reclamecampagne reageerden 539 mensen op Adformatie.nl. Een overgrote meerderheid (81 pct) vindt dat ze hun

tijd nog niet gehad hebben. Zes jaar lang maakte reclamebureau PWS&R veelgeprezen filmpjes met het drietal. Opvolger Doom & Dickson zal een nieuwe campagne bedenken, maar het thema vriendschap handhaven.

Raket blijft het meest gelikte ijs

[MARKETING] Nederlanders blijven verkoeling zoeken in de Raket. Het waterijsje is deze zomer weer het best verkochte ijs, aldus fabrikant Unilever. De verschillende Magnum-ijscos zijn nog steeds erg populair, maar de meest gelikte Magnum is het dit jaar toch de aloude Cornetto voor zich duiden.

Unilever is de grootste ijsverkooper van Nederland en heeft meer dan de helft van de markt in handen. Het concern denkt dit jaar 35 miljoen Raketjes te verkopen. De Cornetto Classico bezet de tweede plaats, gevolgd door drie Magnums: Classic, Almond en White. Vorig jaar belandde de Cornetto nog op plaats vier achter de Magnum Classic en Magnum Almond. De ranglijst voor het meest verkochte ijs in supermarkten ziet er volgens onderzoeksbureau GfK iets anders uit. Gebaseerd op omzetcijfers over de eerste helft van dit jaar staat de Magnum daar op één, gevolgd door de Raket, Festini-ijscjes, de Cornetto en Mars-ijjs.

Bacardi in de Paleisstraat



[BUITENRECLAME]

Bacardi heeft de primeur in Amsterdam stadsdeel Centrum met een swank van 253 m². Sinds vorige week vrijdag is reclame op steigers officieel toegestaan in de binnenstad. In alle andere steden in Nederland was dit al langer het geval. Het doek hangt aan de gevel van een monumentaal pand in de Paleisstraat. Volgens exploitant MegaMedium passen op dit drukke punt in het hartje van de hoofdstad maandelijks een miljoen mensen.