

Weekblad voor reclame, marketing  
 abonnementen: 01720-6684  
 redactie/adv.: 020-573344  
 fax redactie: 020-679358  
 fax adv. afdeling: 020-679344

**Keihard vuurwerk**  
 De Sire-campagne toont dit ja  
 reële beelden van slachtoffers  
 met hun commentaar achter  
 een ruid was



**HET**  
**Woord verga**  
 Het woord zal staan  
 het beeld, voorspe  
 Company. Maar o  
 uit dat lezen we  
 elize wordt



**Typo-ty**  
 Vormgeving  
 non-confu  
 Een intern

**Ad**

Vrijde  
 naal V  
 anuis  
 straat  
 Smir  
 Biki  
 dat  
 Ha  
 nu

**CAMPAGNES**

**1. Citroën AX**  
 Doelstelling: Maak duidelijk dat de Citroën AX een zeer complete auto is voor relatief weinig geld (in zijn segment).  
 Opdrachtgever: Citroën Nederland  
 Medium: Televisie  
 Bureau: Benjamins, Van Doorn-Euro RSCG  
 Art director: Jeff de Wolf  
 Copywriter: Aad Kuyper  
 Accountbehandeling: Wiebe Knoop/Ingeborg Gleis  
 Verantwoordelijk bij cliënt: Raymond Crezee  
 Regie: Hans van Rijs  
 Productiemaatschappij: Ocean View  
 Producer: Clarisse Venekamp  
 Geluid: Wim Venk  
 Editor: Post Production  
 Verhaal: Japanner laat op hilarische wijze zien wat de Citroën AX allemaal te bieden heeft. (NB: het is 15 jaar geleden dat het Nederlandse bureau voor 'een commercial heeft 'oogen maken.)



1. „Bijzonder Citroën“

**2. PTT Post Pakketservice**  
 Doelstelling: Verhoging naam- en positiebekendheid van PTT Post Pakketservice in de zakelijke markt. Hierbij is gebruik gemaakt van testimonials van kopstukken uit het Nederlandse bedrijfsleven die tevreden klant zijn van PTT Post Pakketservice.  
 Opdrachtgever: PTT Post Pakketservice  
 Medium: Dag-, management- en logistieke vakbladen  
 Bureau: Ogilvy & Mather Amsterdam  
 Copywriter: Reinier Bresser  
 Art director: Emile Pater  
 Accountbehandeling: Rob Wehkamp, Nancy Hasselbaink  
 Verantwoordelijk bij cliënt: Michael Nederlof  
 Fotografie: Boudevijn Neuteboom (portretten), Ton Hurks (packshots)



2. „PTT Post Pakketservice“

**3. Proefdiervrij**  
 Doelstelling: Mobiliseer het publiek tegen dierproeven nu de nieuwe Wet op de dierproeven binnenkort in de Tweede Kamer behandeld wordt. Afgeleide doelstelling: presenter Proefdiervrij als voortzetting van NBBV.  
 Opdrachtgever: Proefdiervrij  
 Medium: Billboards en dagbladen  
 Copywriter: Niko Koffeman  
 Art director: Huub Lammersen  
 Verantwoordelijk bij cliënt: Pim Zijp  
 Fotograaf: Stock



3. „Proefdiervrij“