

# Adformatie

49

Weekblad voor reclame, marketing  
abonnementen: 01720 - 668 4  
redactie/adv.: 020 - 573 36 4  
fax redactie: 020 - 679 35 8  
fax adv. afdeling: 020 - 679 34 1

## Keihard vuurwerk

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



## HET H

### Woord verga

Het woord zal staan  
het beeld, voorspe  
Company. Maar o  
uit dat lezen we  
elite wordt



## Typo-t

Vormgeving  
non-confu  
En inter

## Ad

Vrijde  
naal v  
anals  
struc  
Smir  
Bike  
diti  
H  
nu

D

## Campagnes

Adformatie nr 5 30/1/97

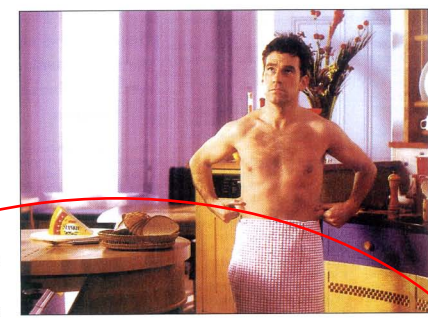
41

**1. Läkerol**  
Doelstelling: introductie in diverse Europese landen van Läkerol, een mint voor frisse adem van Leaf International  
Medium: televisie  
Opdrachtgever: Leaf International  
Bureau: Kesult DDB  
Copywriter: Robert den Bremer  
Art director: Edward Romunde  
Accountbehandeling: José Evers, Stephan Zeylemaker  
Verantwoordelijk bij client: Tero Vähäkylä  
Productie: Linda Kiphardt  
Regie: Gidi van Liempd  
Rb-producer: Violet van der Straaten  
Soundtrack: Wim Vonk  
Muziek: Fay Lovsky  
Verhaal: Man ligt te slapen op de bank in de zonnige kamer zweeft een vlieg boven zijn open hangende mond. Dan vliegt het best recht zijn keel in.



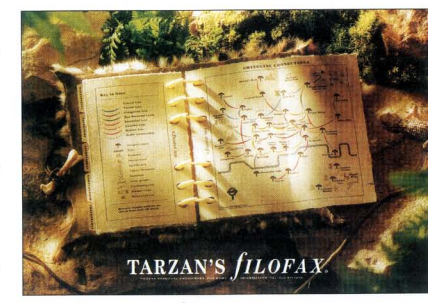
1. 'Need fresh breath? Läkerol. Too strong to be called a mint.'

**2. Slankie**  
Doelstelling: Op sympathieke wijze communiceren dat Slankie nu ook een lekkere 20+ kaas heeft.  
Medium: televisie  
Opdrachtgever: Erico Nederland  
Bureau: HVBDO  
Copywriter: Klaas Slooten  
Art director: Gerard Foekema  
Accountbehandeling: Jacques Kuif, Marlies de Ruyster de Wildt  
Verantwoordelijk bij client: Muriel Arts, Rob Polman  
Productie: Ravi Macartney Cole  
Regie: Nigel Cole  
Rb-producer: Christ Bloemheuvel  
Verhaal: Dezelfde man die in de 'gewone' Slankie kaas-commerical op de weegschaal staat, toont, slechts zenuwloos in een theedoek, slechts zenuwloos terwijl de vlieg er meeleeft dat er nu ook Slankie 20+ kaas is.



2. 'Slankie 20+ kaas. Wat er niet namkomt hoeft er ook niet af.'

**3. Filofax**  
Doelstelling: Verder uitbouwen van de merkbe bekendheid, waarbij deze variant in de nu vijf jaar lopende campagne de aandacht vestigt op de Filofax wegen-, trein- en metrokaarten van diverse landen en streken.  
Medium: glossy magazines, posters  
Opdrachtgever: Filofax  
Bureau: B.S.U.R.  
Creatie: Hjalmar Agnes, Job van Dijk, Joost Perik, Jeff de Wolf  
Accountbehandeling: Jurjen Born  
Verantwoordelijk bij client: Maikel Horn  
Modelmaker: Rebecca Breuser  
Fotografie: Rob Flapper (Crisp Fotografie)



3. 'Tarzan's Filofax'

Dia's van nieuwe printcampagnes, clippings en een VHS-band van nieuwe commercials, met vermelding van doelstelling en credits, moeten één week voor verschijnen van de volgende Adformatie ter redactie zijn. T.a.v. 'nieuwe campagnes'  
NB: De redactie kan ingezonden materiaal helaas niet retourneren.