

Veronica wordt kaal geplukt

Veronica en Endemol moeten RTL nog eens 75 miljoen gulden contant betalen. Dat bleek uit de presentatie van de VNU-jaarcijfers door topman J. Brentjens. Hiermee raakt de VOO alle opgebouwde reserves kwijt.

Daarnaast eist ook het Commissariaat voor de Media nog eens vijftig miljoen van de omroeporganisatie. Het ziet er naar uit dat de hele commerciële escapade van Veronica en Endemol de omroep ruim honderd miljoen gaat kosten. Dat bedrag heeft Veronica nog niet op de bankrekening staan, verklaarde Veronica-directeur Willem van der Meer de

Walcheren. Maar of Veronica de vijftig miljoen aan het CvdM gaat betalen is volgens Van der Meer de Walcheren

(HMG). 'Het is een afrekening op waardebeoordeling van de bedrijven binnen de HMG. Deze afrekening is in de loop van de

tijd bijgesteld', aldus RTL-woordvoerder Ad Everaars. Dat bij de verrekening van RTL rekening is gehouden met de verliespost van Veronica aan het CvdM, ontkent Everaars. Het is dus niet duidelijk of de waarde-

bepaling van Veronica eigenlijk, achteraf gezien, niet anders had moeten zijn. Als het Commissariaat bij de rechter als nog haar gelijk krijgt, staat Veronica met lege zakken voor de deur van RTL. Dat kan toch niet de bedoeling zijn geweest. AR



nog geen uitgemaakte zaak. 'De rechter zal daar binnenkort over beslissen.' De verrekening met RTL heeft te maken met de belangen van de betrokken partijen binnen de Holland Media Groep

Onafhankelijk 'concurrent' voor Buma/Stemra

Buma/Stemra is een bureaucratische organisatie die niet snel en klantgericht opereert. Ze geven alleen prijzen door waarover verder niet te onderhandelen valt. Volgens mr. Eline van Tijn van Artisound is dit de mening van reclamebureaus. Om een eind te maken aan de onvrede over deze situatie heeft Van Tijn samen met Marcel Ossendrijver van PMS/W/ Y&R the Music Division opgericht. Een commercieel bureau dat in opdracht van reclamebureaus met muziekuitgeverijen en platenproducenten onderhandelt over muziekrechten, zonder tussenkomst van Buma/Stemra. Daarvoor is de Stemra echter niet helemaal buitenspel gezet. Van Tijn: 'Zij zijn nog steeds het factuur-

adres. Alleen sturen zij nu een rekening volgens de voorwaarden die wij met de producent zijn overeengekomen.' Stemra zou eigenlijk blij moeten zijn met haar bureau, aldus Van Tijn. 'Als er nu drie keer zoveel zaken worden gedaan, hebben zij daar ook profijt van', meent zij. 'Voor hen is het alleen maar minder werk en meer geld.' De Stemra en haar bureau hebben uiteindelijk 'in goed overleg' besloten de nieuwe situatie te accepteren, aldus Van Tijn. Maar het is niet haar bureau al overeenstemming had bereikt met een aantal reclamebureaus en muziekproducenten. George Knops van Buma/Stemra gelooft niet dat de komst van the Music Division veel zal verande-

ren. 'Wij proberen ook kortingen te bedingen, maar in de meeste gevallen staat de prijs toch vast.' Maar zijn vereniging behartigt toch de belangen van de reclamebureaus? 'Ja, maar dat maakt niet veel uit, want de uitgever stelt de tarieven vast op basis van zijn eigen criteria, waar wij weinig invloed op kunnen uitoefenen. En vergeet niet dat je bij the Music Division tien procent free betaalt.' Knops weersprekt de constatering dat zijn eigen organisatie bureaucraties niet zijn, al geeft hij toe: 'Als ik het tegendeel beweert, zullen sommige bureaus wel vreemd opkijken.'

Uitme olij voor oldtimers

Met de introductie van het merk Penrite Oil manifesteert zich voor het eerst een aanbieder van een compleet assortiment olieproducten voor klassieke auto's. Of het nu gaat om de motor van een Ferrari 250GT uit 1961 of het stuurhuis van een Jaguar XK150 uit 1958. Voor Nederland ontwikkelde Studio Bas van der Heide de introductiecampagne. De uitingen, waarvoor Rob van Vijfeijken, Jeff de Wolf en Tobias Reymond tekenden, zullen voor het eerst half april te zien zijn in de autobladen.



EN VOER KWAK ARTIST!

Nieuws

Gegarandeerd schoon

Asito-Schoon. Moet schoonmaakonderhoud ook al tot de managementtaken worden gerekend? Wie heeft zin om dagelijks over kasten en kozijnen te strijken? Wie let werkelijk op schoon, hygiënisch, milieuverantwoord en de betrouwbare continuïteit van gemotiveerde schoonmakers? Het OK-gebaar van Asito Dienstverlening staat garant voor de nagedruide klantgerichte schoonmakers, die autonoom werken met hun eigen verantwoordelijkheid. Ultimate advertising & marketing uit Hengelo is druk in de weer met het bedenken van een nieuwe campagne voor het vierde schoonmaakbedrijf in Nederland. Met een naamsbekendheid van 85 procent is het familiebedrijf communicatief het sterkst in de bereikbaarheid en betrokkenheid op lokaal niveau met 85 regionale vestigingen. Sinds 1992 adverteert het bedrijf met vier reclame-uitingen in Facility management magazine, Facility Management Informatie en Service management.

Advertentie

SIGN
DISPLAY
SHOP IN SHOP
P.O.S. SERVICE

Alrec Sign & Display

Specialisten in Point of Sale communicatie

Tel.: 02979 86511 / Fax: 02979 88167