

# Marketeers worstelen met gewilde nieuwe media

**MARKETING** De integratie van online en offline vormt voor tweederde van de marketeers nog steeds de grootste uitdaging op hun vakgebied. Verzadiging bij de doelgroep (door reclamelutter) geldt als hun grootste bedreiging.

Dit blijkt uit de Grote Marketing Enquête 2007, voor de achtste keer uitgevoerd door Trendbox en gisteren gepubliceerd door Tijdschrift voor Marketing. 'De wezenlijke vraag blijft', zo stellen de onderzoekers, 'hoe de multitaskende consument in het gefragmentariseerde medialandschap benaderd en bereikt kan worden. Nog bijna los van boodschap of tone of voice.'

Behalve de 'overkill' aan reclame vreden de marketeers ook 'het risico van blijven hangen in het oude, het kortetermijndenken en niet kunnen kiezen uit

al het nieuwe'. De onzekerheid blijft gevoed worden door bezuinigingen van hogerhand op marketingbudgetten. Evenals vorig jaar is er in zo'n 70 pct van de gevallen al sprake geweest van een verschuiving richting online adverteren. Volgens het onderzoek zal er volop geëxperimenteerd gaan worden. Voor e-mail marketing, zoekmachinemarketing en online adverteren werd in 2007 al meer gekozen, terwijl nieuwe instrumenten als affiliate marketing, corporate weblogs, RSS, viral spots, mobiel internet en interactieve televisie 'klaarstaan om gekozen te worden'. De ingewikkelde keuzemogelijkheden zullen meer dan voorheen leiden tot de inschakeling van gespecialiseerde bureaus. De zelfwerkzaamheid neemt af, terwijl reclame- en mediabureaus op dit vlak een marginale rol spelen.

## Haagmans alweer weg bij ANWB

**MARKETING** Jessica Haagmans, directeur marketing en sales bij de ANWB, gaat die organisatie per 1 oktober alweer verlaten. Haagmans was pas sinds 1 januari bij de ANWB in dienst. Als reden voor haar vertrek geeft woordvoerder Ad Vonk van de ANWB aan dat 'beide partijen geconcludeerd hebben dat zij

niet past binnen de ANWB-cultuur'. 'Ook waren de uitdagingen binnen de ANWB voor Haagmans klaarblijkelijk niet groot genoeg', aldus Vonk. Wie Haagmans gaat opvolgen, is nog niet bekend. Tot 1 augustus vorig jaar was de vertrekkende ANWB-marketingdirecteur coo van Sanoma Uitgevers.

## KesselsKramer-strateeg in eigen bureau

**BUREAUS** Lonneke Mertens (35), tot voor kort senior strateeg bij KesselsKramer, heeft zich gevestigd als zelfstandig communicatieadviseur. Met haar bureau Concreet wil ze 'de wereld van profit en non-profit met elkaar verbinden in maatschappelijke en duurzame projecten.' Bij KesselsKramer werkte

Mertens voor SNS Bank, Reaal verzekeringen, Bol.com, Verkade, Wakker Dier en Stichting ZOI. Daarvoor was zij strategy director bij Red Cell Not Just Film (nu Y&R Not Just Film), waar ze mede verantwoordelijk was voor het winnen van een Effie en een Accent voor de introductie van Orange in Nederland.

## Nieuwe directie Euro RSCG Bikker

**BUREAUS** Frank Neervoort (42) en Rick van de Weg (37) vormen vanaf 1 augustus de nieuwe directie van Euro RSCG Bikker. Huidig managing partner Huib Koeleman vertrekt om een eigen adviespraktijk in Amsterdam te beginnen. Neervoort en Van de Weg werken al langere tijd bij het bureau. Van de Weg maakt sinds 2001 onderdeel uit van de directie, de laatste jaren was ook hij managing partner. Koeleman was drie jaar managing partner van Euro RSCG. Bij het bureau werken 35 mensen.



National Geographic Channel laat zien dat de beeldkwaliteit superieur is en brengt een fotograaf in beeld die zich een verre reis bespaart. **Creatie:** Menno Schipper, Nils Taideman (Saatchi & Saatchi). **Fotograaf:** Edo Kars. **Beeldbewerking:** Magic. **Klant:** Quinta Baars (NGC).



BESTEL VOOR THEATERSEIZOEN  
07/08 EN ONTDEK

STADSSCHOUWBURG  
amsterdam  
WWW.SSBA.NL

De Stadsschouwburg Amsterdam zet bekende gezichten in om mensen te attenderen op de start van de voorverkoop van het theaterseizoen 2007/2008. In de campagne die loopt in outdoor, print en internet zijn onder andere Gijs Scholten van Aschat en Roeland Fernhout te zien. **Creatie:** Studiomeiboom. **Fotografie:** Victor Bergen-Henegouwen. **Klant:** Silvia van der Heiden (Stadsschouwburg).

## Stumpel verlaat ING

**MEDIA** Ingrid Stumpel, mediamanager bij de ING Bank, verlaat dat bedrijf per 1 augustus. Stumpel heeft dan bijna twee jaar voor de bank gewerkt. Ze beraadt zich op haar toekomst. Als reden voor haar vertrek geeft ze aan, dat 'haar taken binnen de ING zijn afgerond en dat ze het daarom tijd vond worden voor een afscheid'. Voorlopig wordt haar functie intern opgelost. Stumpel was, voor ze naar ING ging, vijf jaar lang mediaspecialist bij adverteerdersbond BVA. Daar weer voor werkte ze vijf jaar voor Initiative Media. Ook zat ze recent voor de tweede maal in de Effie-jury.

**Galjaard programma-directeur RTL 4** Erland Galjaard (40) is per direct benoemd tot programmadirecteur van RTL 4. De laatste twee jaar had hij die functie bij RTL 5. Galjaard is sinds 1997 werkzaam bij RTL Nederland.

**Aperghis doet merken MTV** MTV Networks heeft Joris Aperghis benoemd tot senior vice president, brands & commerce en is verantwoordelijk voor alle merkactiviteiten. Niels Baas, VP MTV Networks Productions, trad toe tot de directie van MTV Networks Benelux en is verantwoordelijk voor alle contentproductie. Maurice Hols, de afgelopen twee jaar verantwoordelijk voor MTV Nederland, werd per 1 juli VP Head of Comedy Central. Menno Wagenaar is benoemd als VP Head of MTV & TMF.