

**A-merken verliezen terrein**  
De 100 bestverkochte A-merken zagen vorig jaar de totale omzet in de Nederlandse supers met 6 procent dalen. Zelfs de toptienmerken werden niet ontzien, blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau IRI Nederland en vakblad Foodmagazine. Zo daalde de verkoop van nummer 1 Campina met liefst 9 procent.

#### DDMA in SRC bestuur

De DDMA is toegetreden tot het bestuur van de Reclame Code Commissie. Namens de vereniging neemt *Jetse Sprey*, bestuurslid van DDMA, zitting in het bestuur. De DDMA had al de positie van toehoorder in het bestuur van de SRC.

#### Radio 538 sponsor ADCN

Radio 538 is hoofdsponsor geworden van de Art Directors Club Nederland. De zender adopteert hiermee de categorie 'Radiocommercials' en wil met dit nieuwe partnership het maken van goede radiocommercials stimuleren. De ADCN en Radio 538 werkten al twee jaar samen.

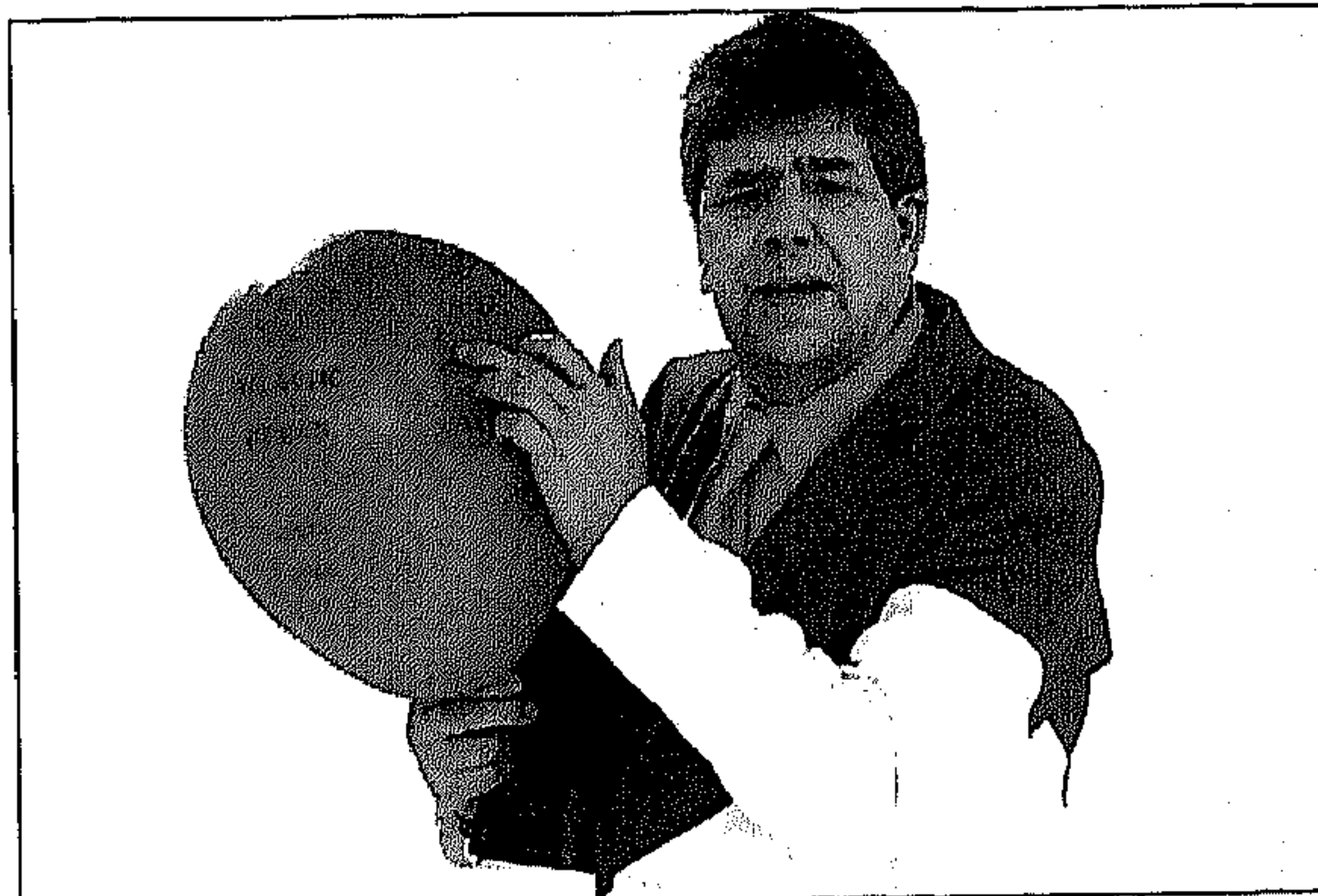
## Retail binnenstad merkt weinig van internet

[INTERACTIEF] De helft van alle winkeliers in de binnensteden heeft een website. Toch is de invloed van internet op de gevestigde detailhandel vooralsnog klein. Dat blijkt uit onderzoek van economisch geograf *Jesse Weltevreden* van de Universiteit Utrecht.

Winkeliers openen een website om de naamsbekendheid te vergroten, serviceverlening te verbeteren en een groter potentieel aan klanten te bereiken. Daarnaast doet 12 pct van de traditionele winkeliers aan online-verkoop, met gering succes. Traditionele winkeliers zijn goed voor 14 pct van de internetaankopen. Daarmee blijven ze ver achter bij de e-tailers (34 pct) en postorderbedrijven (19 pct).

Hoewel de invloed van internet op de detailhandel gering is, ervaart eenderde van de winkeliers wel degelijk de invloed van online-concurrentie. Dit is het sterkst het geval in de consumentenelektronica.

Een website heeft nauwelijks invloed op de behoefte aan winkelruimte en het aantal vestigingen. Ruim tweederde van de winkeliers meent dat het aantal winkels in de binnensteden niet zal veranderen, al zullen de cd- en boekwinkels het zwaar krijgen, zo blijkt uit aanvullend onderzoek onder consumenten: 5 pct van de internetters bezoekt minder vaak een cd-winkel, terwijl 12 pct minder boeken koopt door internet. Ook blijkt dat het webwinkelen funshoppen stimuleert.



Hans van Dijk, Yacco Vijn. Productiemaatschappij: The Workstation. Klant: Martijn Griffioen (Waanders Uitgeverij). [ZIE WWW]

**Joost Prinsen heeft zich in het rood-witblauw laten hijsen om de 'De 25 dagen van Nederland', een serie boeken over de beslissende momenten uit de vaderlandse geschiedenis, te promoten. 'Goed nieuws: Geert Mak heeft eens een keer een dun boek geschreven.' Creatie:**

## SMM 's automagazine GTO als licentie naar Duitsland

[MEDIA] Uitgeverij Delius Klasing Verlag lanceert eind april in Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk een Duitse licentie-uitgave van het glossy automagazine GTO, eigendom van Sanoma Men's

Magazines. Dit is de eerste buitenlandse licentie-uitgave van Sanoma's mannenbladen. 'GTO is een welkome aanvulling op de autobladen met de gebruikelijke tests, die in Duitsland worden uit-

## Research-baas vertrekt naar Japan

[ONDERZOEK] Douwe Rademaker, ceo van Research International Nederland, stopt per 1 maart. Met zijn gezin vertrekt hij naar Tokio om dezelfde functie te gaan bekleden bij de Japanse vestiging van zijn werkgever.

In Nederland wordt Rademaker opgevolgd door *Guy de Sévaux*, die vorig jaar bij het marktonderzoeksbureau is begonnen als directeur met verantwoordelijkheid voor de grote accounts. Hiervoor was hij strategy director bij Orange.

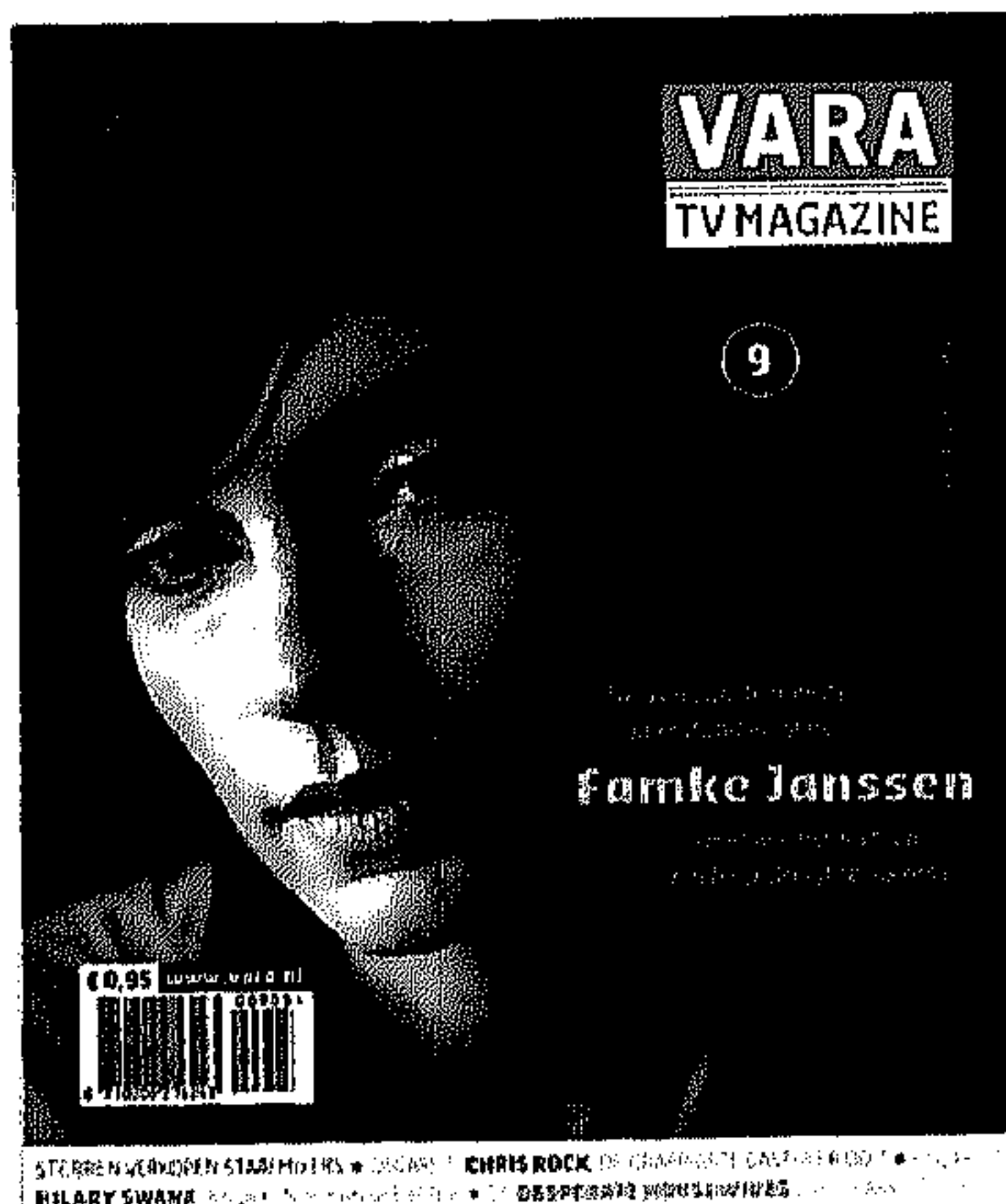
Rademaker noemt zijn overstap naar Research International Japan 'zowel op persoonlijk als op zakelijk gebied een enorme uitdaging'.

## Photoflyer in de VS

[MEDIA] Button Media heeft sinds vorige week een partnership met Fujifilm USA voor de exploitatie van Photoflyer in de VS en Canada.

Het concept was al beschikbaar in België, Frankrijk, UK, Tsjechië en Spanje. Photoflyer is een Fujifilm directklaar-foto voorzien van een permanente reclamesealing die direct wordt meegegeven, bijvoorbeeld op events, feesten of seminars. Het 'gesponsorde moment' wordt vervolgens thuis of op het werk bekeken.

Volgens *Mitchell Platzier*, partner van Button Media, is het de bedoeling om op korte termijn in de VS te gaan samenwerken met een aantal grote, nog niet met name te noemen merken.



- ▶ De weg van de meeste weerstand volgens **Famke Janssen**
- ▶ Op pad met **Aad Ouborg** van Princess. Of: hoe krijg je **televisieaandacht** buiten de reclameblokken om?
- ▶ **Oscars (1)** In gesprek met **Hilary** (Million Dollar Baby) **Swank**
- ▶ **Oscars (2)** profiel van acteur en Oscar-presentator **Chris Rock**
- ▶ **Desperate Housewives**, de Vinex-variant
- ▶ De Kijkweek van **Ad Visser**

### Het magazine voor elk zappmoment

Informatie: [advertentieafdeling@vara.nl](mailto:advertentieafdeling@vara.nl) of (035) 6711 666

