

Beste lezer,

Wij hebben voor u onze laatste MediaSpecs News van 2009 klaar. Die brengt u meteen op de hoogte van nieuwe uitgaven en recente veranderingen. Wij volgen alles op de voet op, speciaal voor u, zodat u naadloos toegang heeft tot alle recente informatie. U beschikt onmiddellijk over de tarieven 2010 zodra ze worden doorgegeven door de regie. Zo bespaart u uzelf telkens weer luttele minuten die u op een betere manier kan investeren.

7 keer "U" is voor ons veel meer dan voldoende, voor een Amerikaanse direct marketing goeroe op het BDMA-congres is 12 een must voor een goede brief. Zolang "U" maar weet dat "U" in 2010 nog steeds op ons kan rekenen!

Dit maar om te zeggen dat we deze database helemaal 360° oriënteren, met inbegrip van DM. On-line en off-line media staan netjes naast mekaar. Above-the-line en below-the-line, imago en activatie media worden, speciaal voor u, kant en klaar aangeboden. Zo kan u uw mediaplannen elke keer een crossmediale en transversale toets geven. Veel leesgenot.

Bart Kuypers

In deze nieuwsbrief:

- [Nieuws over MediaSpecs](#)
- [Nieuw verschenen media](#)
- [Overig nieuws](#)
- [Bericht aan de uitgevers/regies](#)



LIVEXS POPMAGAZINE 2010

Nieuws over MediaSpecs

[terug](#)

- **Nieuwe klanten:** Mediamixx (Duits communicatiebureau)
- Met de toevoeging van de gegevens over de Belgische Distributie en De Post is de informatie over de **bus-aan-busbedeling** zeer toegankelijk geworden. Zoeken per gemeente geeft meteen toegang tot de gedetailleerde informatie.

- De database bevat op 1 december **4.320** titels:

Magazines	1083	Vakpers	753
Dagbladen	211	Huis-aan-huisbladen	620
Out-of-Home	593	Digitaal + Radio/TV	1246

- Van bijna 50% van de titels zijn de tarieven voor 2010 al beschikbaar. De nieuwe tarieven worden systematisch toegevoegd zodra ze worden doorgegeven door de regie.



Nieuw verschenen media

[terug](#)

Digitaal + Radio/TV

- **Beweb lanceert "Replayer" voor online vervolg van tv-campagnes**
Adverteerders kunnen voortaan hun tv-spots op 23 sites uit het Beweb-portfolio plaatsen om ook de light tv users VVA's 18-44, die steeds actiever zijn op internet, te bereiken. De spots verschijnen zeven dagen lang rechts bovenaan de sites in expandable rectangle formaat. Prijs voor een Replayer-campagne is 110.000 €.
- **Autoliefhebbers krijgen nieuwe site**
Concentra startte een eigen autosite op Autokanaal.be met autonieuws, resultaten van autotests, informatie over moto's, een aanbod tweedehandswagens en prijzen.
In regie bij Pebblemedia.
- **Multimedia op Nieuwsblad.be**
Sinds begin oktober wijdt Nieuwsblad.be een volledige webpagina aan multimedia. Inhoud: nieuws, tips, besprekingen over internet, software, technologie, audio & video, ... De gepubliceerde informatie is o.a. afkomstig van ZDNet en Clickx, uitgaven van Minoc Business Press.
- **Gatcha.com**
Netlog lanceert "Gatcha!", een social gaming platform dat door leden van verschillende social community's als Facebook en Myspace gebruikt kan worden. De spelletjes krijgen op Gatcha.com een gecentraliseerde ranking en score, zodat spelers het in verschillende spelletjes tegen elkaar kunnen opnemen en toch in dezelfde ranking gequoteerd worden. De precieze startdatum is nog niet bekend.

Magazines

- **Uniseks luxe en lifestyle magazine ".glam"**
EPN International publiceert "dot glam", een luxemagazine voor mannen én vrouwen. Thema's: reizen, mode, architectuur, design, gastronomie, people. Bij elke uitgave zit een uitneembare katern met culinaire

topadresjes of tips en reisinformatie uit binnen- en buitenland.
Verschijnt 4 x per jaar, in 2 edities Nederlands/Frans, op 44.000 ex.
Tarief 1/1 pagina Q 3.750 €.

- **JV Magazine maakt gids**

Juliette & Victor, Frans-Belgisch 'art-de-vivre'-magazine voor "Fransen die in België wonen en Belgen die hun eigen land opnieuw willen ontdekken", geeft voor het eerst een special uit. "S'installer et bien vivre en Belgique" is een gids met praktische informatie en adressen voor mensen die in België leven of zich hier komen vestigen.
Tarief 1/1 pagina Q 3.000 €.
Alle info terug te vinden in MediaSpecs, thema expats.

Out-of-Home

- **Villo!: 2m² en spatborden**

Dankzij het Villo! contract (openbare fietsen), verhoogt JCDecaux zijn aanwezigheid in Brussel door de inplanting van 275 borden stadsmeubilair. Vanaf januari 2010 worden de spatborden van de Villo!-fietsen geïntegreerd in de 2m²-netwerken Tactic Young Villo! en Tactic Lady Villo!. Nieuw is ook het 2m²-netwerk "Metro" bij de in- en uitgangen van de metrostations in Brussel.

- **Nieuw bij Belgian Posters : Moving en Living**

Moving is een nieuw 20m²-netwerk, vooral buiten de stedelijke centra, gericht op de actieve business bevolking. Dit kan gecombineerd worden met de Saphir en Opale netwerken tot respectievelijk "Full Cover" en "Moving UP". Daarnaast wordt het park van 4m²-borden aangeboden in een pakket van 1000 zijden onder de naam "Living". Alle info in MediaSpecs.

- **Nieuw bij Clear Channel : "Mobile" en "Focus 5"**

Mobile is een netwerk 20m² gericht op pendelaars maar met een extra accent van 100 borden op de 5 grote centra. Focus 5 is een combinatie van 20 en 8 m² gericht naar de 5 grote centra.
Verder innoveert Clear Channel met de formule "Service Pack" waarin een vernieuwde Cobra-studie verwerkt is. Tenslotte is er ook nog de nieuwe mogelijkheid om 8 m² aan te kopen stad per stad (Sint-Niklaas, Mechelen, Gent, Antwerpen,...). Meer info in MediaSpecs.

Dagbladen

- **Corelio test e-paper De Standaard**

Corelio lanceerde van 31 oktober tot 11 november een elektronische testversie van De Standaard voor e-readers. Als de e-readers kwalitatief goed genoeg zijn, wil Corelio de e-paper vanaf volgend jaar commercialiseren. Ook De Standaard Mobile blijft vernieuwen en biedt zijn mobiele surfers, in samenwerking met Keytrade Bank, gratis beursnieuws aan.



alle Nederlandse media
overzichtelijk in kaart

Overig Nieuws

[terug](#)

Digitaal + Radio/TV

- **Weekend.be wordt lifestyle portal**
Roularta heeft haar website Weekend.be in de twee talen uitgebouwd tot een lifestyle portal. Inhoud: trends uit de mode- en beautywereld met exclusieve beelden van modeshows “één uur na de happening”, tips voor reizen via de integratie van Mytrip.be, recepten, een gastronomische zoekmachine en de Supermama blog. Ook de papieren versie van Knack Weekend krijgt in januari een nieuwe lay-out.
- **Carchannel wordt CarNews**
Om de redactionele content van Carchannel.be in de verf te zetten, heet de autoportal voortaan CarNews.be. Bovendien integreerde Rossel de site als autorubriek in websites Lesoir.be en Sudpresse.be. Regie is in handen van Enabler.
- **BBC.com in regie bij Beweb**
Bweb commercialiseert de internationale site van BBC Worldwide dat via plaatselijke regies het lokale bereik voor zijn adverteerders wil verzekeren.
- **Teletekst “Een” beschikbaar via smartphone**
Op de website van “Een” kunnen smartphone-gebruikers een toepassing downloaden waarmee ze de Teletekstpagina's van de zender ook mobiel kunnen raadplegen.
Voorlopig is er nog geen reclame mogelijk.
- **Overheidscommunicatie ook op private zenders**
Regie Vmmtv heeft specifieke advertentiemogelijkheden uitgewerkt voor overheidsinstellingen in het kader van het vernieuwde mediadecreet. Volgens dat decreet moeten publieke en private omroepen evenwaardig overwogen worden bij communicatiecampagnes van de overheid. Concreet gaat het over Boodschappen van Algemeen Nut, inhoudelijke integraties in lokale producties, mini-programma's, infomercials, “Standpunt TV” (een crossmediaal pakket met onderzoekstools),...

Magazines

- **ViVio neemt realisatie “Pierre Fabre Santé Magazine” over**
De realisatie van het custom magazine van de Pierre Fabré laboratoria, “gewijd aan de natuurlijke gezondheid”, is voortaan in handen van ViVio. Verschijnt 3 x per jaar, op 30.000 exemplaren, verspreiding via apotheken. Geen reclame mogelijk.
- **Kleefstalen, kleefolders en popups in dagbladmagazines Corelio**
Regie Corelio Connect heeft de advertentiemogelijkheden in “Het Nieuwsblad Magazine” en “De Standaard Magazine” uitgebreid met kleefstalen, kleefolders en popups.

Out-of-home

- **JCDecaux verlengt duur Prestige-campagnes naar 3 weken**
Advertenties op 38m² en 21m² panelen van JCDecaux zullen vanaf 2 februari 2010 drie in plaats van twee weken zichtbaar zijn. De out-of-home regie biedt de Prestige-panelen langer aan voor een nog betere memorisatie van de campagnes.
- **Think Media Outdoor maakt Wave-netwerken moduleerbaar**
Vanaf 2010 kan geopteerd worden voor 3 netwerken 20m²: Wave Noord 300 panelen, Wave Zuid 150 panelen (ipv 190) en Wave Nationaal 450 panelen waarvan de reclaimedragers zich voornamelijk in de new Cimseden bevinden. Adverteerders kunnen ook kiezen voor Full Wave versies. In dat geval worden de 20m²-netwerken gecombineerd met 120 reclaimedragers (ipv 100) 8m², "deze zijn complementair aan de 20m²-selectie en bieden een bijzondere impact in Brussel, Antwerpen en Gent".

Dagbladen

- **La DH krijgt nieuwe lay-out**
Sinds 23 november verschijnt "La Dernière Heure" in een nieuwe structuur met twee katernen en sportbijlage "Les Sports" in het midden. In de eerste katern wordt algemeen nieuws, regionale informatie en "Zoom" samengebracht. Elke rubriek kreeg bovendien een eigen kleur. Regie is in handen van RGP.

Bericht aan de uitgevers/regies

[terug](#)

U kan op elk moment wijzigingen doorvoeren aan uw titels/media die opgenomen zijn in de MediaSpecs-database. Gelieve ons te informeren over alle nieuwe projecten en ook de tarieven 2010 zo snel als mogelijk door te sturen.

De module "**Specials & Actions**" blijft ook volgend jaar beschikbaar voor al uw **speciale nummers en thematische edities**. U kunt uw acties en specials via uw servicepagina zelf in onze database invoeren of u kunt ze naar ons doorsturen. Zodat elke mediaplanner meteen weet wat er op uw planning staat.

Met vriendelijke groeten,

Bart Kuypers
MediaSpecs
015-61 79 23
info@mediaspecs.be
www.mediaspecs.be

MediaSpecs-database is de gebruiksvriendelijke online zoekmachine met tarieven, technische gegevens, foto's en adressen van alle media in België en Luxemburg. Deze informatie- en inspiratiebron geeft zowel advertentie- als redactiegegevens. Alle mediaprofessionals kunnen de database consulteren op basis van een abonnement. De database is reclamevrij. Deze newsletter bevat publicitaire banners. Kijk voor alle informatie op onze [homepage](#).

MediaSpecs News geeft een kort en bondig overzicht van nieuwe media en belangrijke wijzigingen. Tegelijkertijd vertellen wij hoe de MediaSpecs database evolueert. Begin van elke maand sturen we deze e-mail naar alle geïnteresseerde mediaprofessionals. Als u zich wilt aanmelden voor deze maandelijkse nieuwsbrief, dan kan dat via onze [homepage](#).

Als u deze nieuwsbrief niet meer wilt ontvangen, dan kunt u zich [automatisch afmelden](#).

Suggesties, kritiek of vragen kunt u richten aan info@mediaspecs.be.