

Beste lezer,

Proficiat aan alle winnaars en genomineerden van de AMMA Awards. Woensdag 29 april werden deze prijzen al voor de derde keer uitgereikt aan mediaspecialisten die zich onderscheiden hebben in één van de 7 categorieën. De namen van de winnaars vindt u verder in deze brief.

360°, offline en online, sampling, activatie, imago, redactioneel ... Dit waren de woorden die we regelmatig hoorden op de voorstelling van de cases. In MediaSpecs vindt u alle relevante informatie, overzichtelijk en gebruiksvriendelijk.

Van sampleboxen tot blogs, van vrachtwagenreclame tot tijdschriften voor zwangere vrouwen. Van digitale media tot huis-aan-huisbladen. Alles netjes per soort en per categorie, up-to-date en zo compleet mogelijk.

Met deze service hopen we de mediaspecialisten een heel eind op weg te helpen.

Veel succes.

Bart Kuypers

*Deze newsletter, 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 [www.mediaspecs.be](http://www.mediaspecs.be). 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](mailto:info@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 [www.mediaspecs.be](http://www.mediaspecs.be).*

In deze nieuwsbrief:

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



## Nieuws over MediaSpecs

[terug](#)

- Nieuwe klanten: **Pubmarket!** (full service reclamebureau in Hasselt), **AB** (full service reclamebureau in Waregem), **RCA** (full service



reclame- en PR-bureau in Hasselt, ook HR), **Roularta B2B Media** (uitgever en regie vakpers)

De volledige lijst van de abonnees van MediaSpecs staat op de homepage.

- De MediaSpecs-database bevat op 1 mei 2009 **3.682** titels:

|             |     |                     |     |
|-------------|-----|---------------------|-----|
| Magazines   | 924 | Vakpers             | 694 |
| Dagbladen   | 184 | Huis-aan-huisbladen | 558 |
| Out-of-Home | 544 | Digitaal + Radio/TV | 930 |

- Palmares AMMA Awards – 2008 (uitreiking 29 april 2009)**

Best Media Strategy

Winnaar: **Space / Ethias – David against Goliath**

Genomineerden: ZenithOptimedia / Puma – Launch V1.08 Speed Boot  
en Mindshare / Nike – Nike envahit le terrain digital lors de l’Euro 2008

Best Media Research

Winnaar: **Corelio/Rossel/Trustmedia/RGP/JFB – Newsbrand Qualifier**

Genomineerden: JC Decaux – I-Check Lab en Persgroep/TNS Media – BMM (Brand Media Monitor)

Media Representative of the Year

Winnaar: **Stefan Lameire – RMB**

Genomineerden: Bart Demeulenaere – Passe-Partout en Erik Portier – Google

Best Creative Media Use

Winnaar: **Saatchi & Saatchi / Fost Plus & OVAM – Zwerfvuilcampagne**

Genomineerden: Dubois meets Fugger / 180 – ESF (Europees Sociaal Fonds) en Famous / Klara – Tuymans Experiment

Media Sales House of the Year

Winnaar: **JC Decaux**

Genomineerden: VMM TV en Beweb

Media Advertiser of the Year

Winnaar: **Philippe Wallez – ING Belgium**

Genomineerden: Isabelle Maes – Beiersdorf Belgium en Yves Callebaut – Chrysler Belux

Media Agency of the Year

Winnaar: **OMD Belgium**

Genomineerden: Space en MPG

---

**Nieuw verschenen media**

[terug](#)



## Digitaal + Radio/TV

- **iZone: teletext 2.0 bij VMMA**

VTM heeft een totaal nieuwe teletext-formule gekregen, bereikbaar via de rode knop. De klassieke tekst en kleur van teletext maken plaats voor foto's en kaarten. De interactieve bediening gebeurt door scrollen en klikken, hetgeen de afstand met internet steeds kleiner maakt.

De informatie is opgedeeld in rubrieken (nieuws, meteo en andere). Er kan ook doorgeklikt worden naar iWatch om programma's op te vragen. Adverteerders krijgen veel meer visuele mogelijkheden die vergelijkbaar zijn met bannering op internet. "Het is meer dan teletekst alleen, de iZone is de poort naar alle digitale applicaties: votings, informatie, teletext, adverteerders, iWatch, ..."

De andere VMMA-zenders, 2BE en JIM, zullen pas later deze nieuwe techniek toepassen op hun schermen. iZone werd intern ontwikkeld door VMMA en Paratel en de regie wordt ook gezamenlijk verzorgd.

- **Vacatures op JIM in JIM Jobs**

Bij JIM bestaat sinds kort de mogelijkheid om als Belgische onderneming jouw vacatures in de kijker te zetten. Rekruteerders kunnen via JIM Jobs vooral jongeren tussen 18 en 25 bereiken. Het tv-programma kan ondersteund worden door spots, billboards en een e-news.

- **VMMA zet nieuwsvideo's op topwebsites**

Videonieuwsberichten van vtm zijn voortaan ook te zien op sites als knack.be, hln.be, DeMorgen.be en gva.be. De Vlaamse Mediamaatschappij (VMMA) en Paratel, die verantwoordelijk is voor de regie, willen belangrijke spelers worden op de markt van online video's.

- **RTBF introduceert C'Top: een interactieve webradio voor kinderen**

RTBF zendt via het web een radio uit gericht op kinderen tussen 8 en 13 jaar. C'Top moet kinderen warm maken voor het medium, interactiviteit is dus belangrijk. De programmering, zowel muziek als aangekaarte onderwerpen, worden volledig door de kinderen zelf gekozen, mits toestemming van de ouders. De webradio C'Top is volledig reclamevrij.

## Magazines

- **NOWW, nieuw mode- en designmagazine**

NOWW richt zich zowel naar vrouwen en mannen, sociale groepen 1-3. Redactionele onderwerpen: mode, design, kunst, reizen en beauty. Het magazine wordt verdeeld naar first en business class reizigers van Brussels Airlines, Eurostar en Thalys en andere luchtvaartmaatschappijen in Brussels Airport, ook in tophotels, galerijen en evenementen. Verschijnt 4 keer per jaar op 10.000 ex.

- **aLook: nieuwe glossy over bril en gelaat**

Nieuw: luxemagazine dat extra aandacht besteedt aan het gezicht, accessoires en zonnebrillen. aLook is vanaf 30 april te verkrijgen bij de betere dagbladhandel in België. Het magazine is uitgegeven door OBOS, een marketingbedrijf gespecialiseerd in het coachen van zelfstandige ondernemers. Naast de brillenmode verschijnen er in het

magazine ook interviews, fotoreportages en interessante dossiers. De tweetalige glossy verschijnt in 2009 in mei en november, op 45.000 exemplaren. Het OBOS-team verzorgt zelf de creatie en regie. Tarief 1/1 pagina quadri 4.250€, "speciale condities in overleg".

- **Idélis: multi-channel voor medioren (magazine, samplebox, website, newsletter en events)**

Sinds april geeft Belona Marketing & Consulting het Idélis Magazine uit, gericht naar de medioren of "actieve babyboomers". Verspreiding via de Idélis box, een samplebox voor medioren, en als alleenstaand medium. Het magazine wordt in het Frans en het Nederlands gepubliceerd, 120.000 exemplaren, volgende editie komt uit in september. Daarnaast wordt voor dezelfde doelgroep ook een website en newsletter gemaakt waarin kan geadverteerd worden. De events "Soirée Barque à Jack" (zie ook website [www.verbodenonder40.be](http://www.verbodenonder40.be)) kunnen dan weer gesponsord worden.

Alle info in MediaSpecs.

Onder "Sampling" vindt u 29 zoekresultaten, onder "Medioren/Senioren" zijn er 24 titels.

- **Minoc Business Press lanceert Shoot**

Shoot is "het eerste Belgische fotomagazine" en voorziet fotografen van tips en informatie, 100 pagina's, Nederlands. Betapress verdeelt het blad in België en Nederland, Minoc zelf verzorgt de regie. Shoot verschijnt 4 keer per jaar op 30.000 exemplaren.

Tarief 1/1 pagina quadri 3.500€

- **Watch Trends Magazine nieuw in de krantenwinkel**

De Nederlandse uitgever Carotti Media introduceert zijn Watch Trends Magazine nu ook op Belgische bodem. Het magazine is aangepast aan de Belgische mannen en vrouwen tussen 25 en 50. Centraal staan juwelen, horloges en luxe. Watch Trends Magazine verschijnt in het Nederlands, 4 keer per jaar op 20.000 exemplaren. De regie gebeurt intern.

Tarief 1/1 pagina quadri 2.250€

- **Eerste Belgische Marie-Claire Maison verkocht**

Sanoma Magazines Belgium heeft de eerste Belgische editie van Marie-Claire Maison uitgebracht. Het magazine richt zich op de hoger opgeleide vrouw tussen 25 en 44 jaar. Marie Claire Maison biedt een "veelzijdige blik op internationale en nationale woontrends: design, futuristisch, elitair, luxueus, apart, ecologisch, ..."

Marie-Claire Maison verschijnt in twee talen, 4 keer per jaar op 25.000 ex.

Tarief 1/1 pagina quadri 4.000€

- **Nieuw van Squadra Media: Label. Fashion Focus**

Squadra Media stelt zijn nieuwe modemagazine voor de consument, Label.Fashion Focus, voor. Het magazine brengt alles voor de modeliefhebber: trends, fotoshoots, modenieuws, merken, .... Label. Fashion Focus verschijnt twee keer per jaar (april, oktober). Uitgeverij Squadra Media verzorgt de regie.

Tarief 1/1 pagina quadri 2.650€

- **Ilse De Meulemeester maakt eigen magazine IDM**

Ilse De Meulemeester geeft haar eigen magazine uit. Het blad is niet te koop maar is bedoeld voor de klanten van haar businessclub die

het op hun beurt kunnen doorgeven aan hun eigen klanten. Adverteren is niet mogelijk. In het blad verschijnen reportages over haar partners zoals Ralph Lauren en Jeep. IDM verschijnt jaarlijks op 20.000 ex.

#### Huis-aan-huisbladen

- **De Streekkrant Gent Centrum en Rand vervangt Extranet Tam Tam**

Roularta heeft het huis-aan-huisblad Extranet Tam Tam vervangen door De Streekkrant Gent Centrum en Rand. In het totaal worden er in de regio Gent 282.348 exemplaren van De Streekkrant verspreid, de nieuwe editie voor het centrum en de rand is goed voor 126.662 exemplaren.

#### Out-of-Home

- **Nieuw bij MiA: de Flip-Flop**

Mobile Interactive Advertising heeft zijn affichage-aanbod uitgebreid met de Flip-Flop. Terwijl het voertuig rondrijdt is een tweezijdig paneel (2x12m<sup>2</sup>) zichtbaar. Bij stilstand van het voertuig klapt de Flip-Flop open tot een affiche van 2x25m<sup>2</sup>.

Tarief vanaf 850€ per dag.

- **Matzi stelt bestek-en blikhouder voor**

Matzi lanceert twee nieuwe producten, beschikbaar voor bedrukking. Het gaat om een papieren "slaapzakje" voor bestek en een "neopreen" blikhouder. Beiden zullen via de horeca, festivals en de kust de klant bereiken.



#### Overig Nieuws

[terug](#)

#### Digitaal + Radio/TV

- **Acht op 18 mei van start**

Het startsein voor Acht, de nieuwe digitale televisiezender van Concentra Media, wordt gegeven op 18 mei om 20 uur. De zender zal zowel in Vlaanderen als Brussel uitzenden. Acht behoort tot het basispakket van Telenet/Indi, Belgacom TV en Numericable. RMB doet de regie.

Info terug te vinden in MediaSpecs.

- **Rossel Advertising neemt regie eigen websites zelf in handen**

Vanaf 1 juni neemt Rossel Advertising de regie van zijn websites over van Beweb. Ze blijven wel deel uit maken van de aandeelhoudersstructuur van Beweb.

- **ViaMichelin.be vereenvoudigd zijn routeplanner**

Op de website ViaMichelin.be is het voortaan mogelijk een route te plannen door vertrekpunt en eindbestemming op een kaart aan te klikken. Site in regie bij AdLINK.

- **AdLink verzorgt regie van vergelijk.be**  
Vanaf mei is de regie van de website vergelijk.be in handen van AdLink. Op de website kan de consument prijzen van producten en diensten vergelijken. Voor adverteerders zijn alle standaardformaten mogelijk, ook adverteren in een bepaalde sectie kan.
- **RMB regie van FooRire FM**  
Vanaf september 2009 zal RMB de regie doen van radiozender FooRire FM. Wat de formules betreft, zal RMB zowel FooRire FM afzonderlijk als in combinaties aanbieden. Voor de regionale adverteerders verzorgt RMB MediaStore de exploitatie van deze "radio van de lach".

### Magazines

- **Le Soir magazine en P-magazine in commercieel pakket**  
Rossel Advertising en Think Media Magazines maken een commercieel pakket voor de titels Le Soir magazine en P-magazine. Beide weekbladen, "vol actualiteit en ontspanning", zijn gericht op mannen tussen 18 en 44 jaar. Het pakket is een voortzetting van de combinatie die vroeger ook al werd aangeboden toen beide titels in regie waren bij IP Press. Le Soir magazine en P-magazine verschijnen samen op 160.000 exemplaren. Dit huwelijk brengt voor de adverteerder 10% korting op, tarief 1/1 pagina quadri van de combinatie 8.460€.
- **A.S. Magazine gratis bij National Geographic Magazine**  
Kopers van National Geographic Magazine in mei krijgen er gratis het A.S. Magazine bij. Normaal ligt het gratis A.S. Magazine 4 keer per jaar in A.S. Adventure-winkels, op een oplage van 150.000 exemplaren. Vanaf nu is het National Geographics Magazine ook te koop in de A.S. Stores.

### Vakpers

- **Vino Magazine vanaf nu meer gericht op consument**  
Het wijnvakblad Vino Magazine heroriënteerde zijn inhoud. Vroeger richtte het wijnvakblad zich vooral op wijnproducenten en importeurs. Aangezien de wijnconsumptie in Vlaanderen toenam, is de Vlaamse consument nu de belangrijkste doelgroep. Uitgever Vinopres friste ook de lay-out op. Vino Magazine verschijnt zes keer per jaar, in beide landstalen.
- **BlueFeed neemt regie PME-KMO over**  
Sinds 15 april is RMB Press niet meer verantwoordelijk voor de reclamewerving van de vakbladen PME en KMO. Les Editions PME-KMO en RMB Press kwamen dat samen overeen. De vakbladen pasten volgens RMB Press niet meer in zijn portefeuille. De regie is nu in handen van BlueFeed.

### Huis-aan-huisbladen

- **De Persgroep herstructureert Zone/magazines**  
De verschijningsdata van de Zone/03 en Zone/09 zijn gewijzigd. In plaats van om de 2 weken is er nu om de 3 weken een nieuwe editie. Ook de Zone/02 wijzigt, de Nederlandstalige en Franstalige uitgaven verschijnen nu in één editie, 1 keer per maand. Zone/Brussels, het Engelstalige magazine voor expats, is er voor de tweede keer.

## Dagbladen

- **Le Soir steekt in een nieuw kleedje vanaf 28 april**  
Vanaf 28 april komt Le Soir nieuw voor de dag : 4 katernen (in plaats van 3 voordien), "meer diepgang, selectiever, handiger en aangenamer!" De lay-out is dynamischer gemaakt, er zijn nieuwe rubrieken en de complementariteit met lesoir.be is versterkt.

---

## 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 eventuele wijzigingen.

Met vriendelijke groeten,

Bart Kuypers  
MediaSpecs  
015-61 79 23  
0476-41 77 86  
[info@mediaspecs.be](mailto:info@mediaspecs.be)  
[www.mediaspecs.be](http://www.mediaspecs.be)

*Als u zich wilt aanmelden voor deze maandelijkse nieuwsbrief, dan kan dat via onze homepage [www.mediaspecs.be](http://www.mediaspecs.be). 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](mailto:info@mediaspecs.be)*