

NATIONALE DAG VAN DE BRIEVENBUSRECLAME

JURYRAPPORT FOLDER VAKPRIJS 2009

Het juryrapport van de Folder Vakprijs 2008 begon met twee citaten uit Adformatie: **Nederlanders raken ‘foldermoe’** en **Nederlanders ‘in’ voor online folders**. Het juryrapport van de Folder Vakprijs 2009 refereert dit keer niet aan Adformatie, maar aan een enquête van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) uit april van dit jaar. Uit deze enquête blijkt, dat de Nederlanders zich momenteel ernstig zorgen maken over de economie. Tweederde van de Nederlanders verwacht, dat de economie het komende jaar zal verslechteren, met alle gevolgen van dien. Mensen zeggen minder snel een auto of huis te gaan kopen, meer op hun uitgaven te gaan letten en ook bewuster te gaan kopen. Niet in alle gevallen persé negatieve voornemens. Uitgesproken positief – voor al die adverteerders, die de reclamefolder als belangrijk medium hanteren – is de conclusie uit de enquête van het SCP, dat de NEE/JA-stickers weer van de brievenbus worden gehaald, omdat mensen weer de folders met de aanbiedingen willen ontvangen! Dankzij die vermaledijde crisis van ‘NEE’ tegen folders naar weer ‘JA’ tegen folders in krap een jaar tijd!

Voor de reclamedrukwerkbranche dus een goede zaak. Het belang van de folder staat in deze tijden van recessie – in iedere geval vanuit consumentenperspectief – blijkbaar niet (meer) ter discussie. Hoe staat het met de kwaliteit van al dit reclamedrukwerk? Opnieuw heeft een vakkundige jury zich hierover gebogen. Deze jury bestond dit jaar uit de volgende personen: Diana Janssen van de DDMA, Ron Cijs van Pluspoint, Vincent van den Hurk van Roto Smeets en Charles Borremans (juryvoorzitter) namens Lowe/DraftfcB.

Vorig jaar kreeg ‘innovatie’ extra aandacht in de beoordeling door de vakjury. Ook dit jaar speelde ‘innovatie’ weer een belangrijke rol, maar nu net zo belangrijk als de criteria ‘opvallendheid’, ‘regelmaat’, ‘merkbouw’ en ‘onderdeel van de mediamix’. Een extra accent kreeg dit jaar het criterium ‘creativiteit’.

De jurering heeft dit jaar in twee rondes plaatsgevonden. In de eerste ronde zijn 31 folders en brochures beoordeeld. Uit deze longlist zijn 10 adverteerders geselecteerd, die nog onderworpen zijn aan een korte vragenronde. Deze adverteerders waren in alfabetische volgorde: Albert Heijn, Aldi, Bart Smit, GAMMA, HEMA, Intratuin, KARWEI, Kruidvat, PLUS en V&D. Uiteindelijk zijn uit deze 10 kandidaten drie adverteerders genomineerd voor de Folder Vakprijs 2009. Het betreft, wederom in alfabetische volgorde: GAMMA, HEMA en KARWEI.

DE GENOMINEERDEN

GAMMA

Met bijna 160 vestigingen in Nederland positioneert Gamma zich als dé klusautoriteit. Zoals de website van moederbedrijf Intergamma het aangeeft, wil 'GAMMA voorzien in de behoefte van de consument bij het verbouwen, onderhoud en verfraaien van de gehele woning en de directe omgeving, zoals de tuin en de garage. Bij GAMMA staat de klant centraal en is het product de oplossing'. De Intergamma-website vervolgt verder: 'GAMMA wordt gezien als basic, stoer, robuust en innovatief'. De GAMMA-'krant', die eenmaal per twee weken wordt verspreid, straalt dit ook uit. Deze GAMMA-krant met het prominente blauw-witte GAMMA-logo is een goede bekende op de Nederlandse deurmat. Voordelig klusmateriaal en vaak interessante aanbiedingen, die buiten het standaard assortiment vallen, kenmerken de inhoud van de folder (brochure). De GAMMA-krant scoort bij de vakjury vooral hoog op de criteria 'opvallendheid', 'merkbouw' en 'onderdeel van de mediamix'. Het is een goede, herkenbare folder, die meer is dan een opsomming van artikelen. Voordeel, inspiratie, goede instructies in zes stappen en niet te missen 'krachtpatserige' aanbiedingen, maken van de GAMMA-krant een folder waar je écht wat aan hebt.

HEMA

'Met z'n retailformule weet HEMA zich absoluut te onderscheiden. De winkels verkopen producten voor dagelijks gebruik. Die producten laat HEMA allemaal zelf maken. Ze stralen stijl en kwaliteit uit. En dat is precies wat de folders van HEMA ook doen. De retailer weet in de huis-aan-huis-communicatie prima aan te sluiten bij de beoogde merkbeleving van HEMA'... zo begon het juryrapport van mijn voorganger Allard Frederiks in 2007, toen de HEMA-folder – net als nu én net als in 2008 – ook genomineerd was. Deze introductie van 'de' HEMA behoefte volgens de vakjury van de Folder vakprijs in 2008 geen verdere toelichting en ook in 2009 sluiten we ons er weer graag bij aan.

Drie jaar lang achter elkaar genomineerd. Dit is op zich al een felicitatie waard. In die drie jaar heeft HEMA met z'n folder (brochure) niet stil gezeten. Zo heeft de HEMA-folder in die afgelopen drie jaar een nieuw uiterlijk gekregen. Een nieuw 'smoel' met nóg meer aandacht voor de consument. Met fotografie, die zó bij u thuis gemaakt had kunnen worden. Leuke initiatieven zoals het 'ontwerp het zelf'-nummer uit augustus 2008 en goed geïntegreerd met de tv-campagne 'met liefde gemaakt' uit het najaar van 2008. Interessant is ook het goede doel, dat in de HEMA-folders een plek heeft gekregen, zoals de stichting Return to Sender van Katja Schuurman. Naast deze 'softe' elementen blijft HEMA de voor de consumenten zo aantrekkelijke prijs/waardeverhouding van haar producten en diensten in de folder helder uitdragen. Af en toe afgewisseld met 'harde' promoties zoals de 'Plakken en Pakken'-promotie of de 'Op Hol'- en 'Stapelgoed'-acties.

De HEMA-folder is in Nederland een begrip. Zowel bij de consument als bij de mensen uit het vak. Bij de jury van de Folder vakprijs scoorde de HEMA-folder hoog op 'opvallendheid' en 'innovatie' en zeer hoog op 'merkbouw'. 'Echt HEMA' luidt de pay off van HEMA. Die pay off doet z'n naam alle eer aan, zeker ook waar het de HEMA-folder betreft.

KARWEI

Ook het tweede doe-het-zelfmerk van Intergamma, KARWEI, is genomineerd voor de Folder vakprijs 2009. Ook dit is een felicitatie waard! KARWEI is met 120 winkels de onbetwiste nummer drie op de Nederlandse doe-het-zelfmarkt. 'KARWEI positioneert zich als een grote bouwmarkt, die de klant alles kan bieden voor klussen in en rondom het huis. Daarbij ligt het accent op de verfraaiing van het huis. Door de toegepaste huisstijl, zijn de bouwmarkten te karakteriseren als licht, open en kleurrijk', aldus de Intergamma-website. Deze lichte en kleurrijke huisstijl is ook terug te vinden in de KARWEI-'krant', die in een oplage van vier miljoen stuks tweewekelijks in heel Nederland wordt verspreid. Lavendel, azuur, mauve, fuchsia en aquamarijn zijn zo wat namen van kleuren, die heel regelmatig de folders van KARWEI sieren. Hiermee benadrukt KARWEI met z'n folder het decoratieve karakter van de bouwmarkt. De KARWEI-krant scoorde daarom bij de jury van de Folder Vakprijs ook hoog op de onderdelen 'opvallendheid' en 'merkbouw'. Het decoratieve karakter van de formule wordt nog verder versterkt met klusmagazine ZieZo. Trends, nieuwe materialen, kleuren en dessins spelen een hoofdrol in dit uitnodigende kwartaaltijdschrift, dat daarnaast vol staat met allerlei handige klusentips en -instructies, maar toch ook altijd weer verkoopstimulerend afsluit met een kortingbonnenpagina. Dit alles nadrukkelijk gericht op een duidelijke doelgroep: vrouwen.

WINNAAR FOLDER VAKPRIJS 2009

Het kiezen van een winnaar van de Folder Vakprijs 2009 was geen sinecure. GAMMA, HEMA en KARWEI zijn alle drie instituten op het gebied van reclamedrukwerk in Nederland. Standvastige adverteerders, vasthoudend aan hun strategische en creatieve uitgangspunten, daar waar het hun folders – of beter gezegd brochures – betreft. Op het gebied van opvallendheid, regelmaat, merkbouw, onderdeel van de mediamix en innovatie lagen de drie kandidaten dicht bij elkaar. Uiteindelijk heeft het criterium 'creativiteit' de doorslag gegeven. Creativiteit óók in economisch moeilijke tijden, waarin het er op aankomt niet (te veel) toe te geven aan de druk die de crisis ons oplegt. Vasthouden aan creativiteit bij de ontwikkeling en uitvoering van folders is niet gemakkelijk en verdient een beloning. Een beloning in de vorm van de Folder Vakprijs. In 2009 gaat deze prijs naar: HEMA!

Amsterdam, 1 mei 2009

Namens de jury van de Folder Vakprijs 2009,

Charles Borremans
Voorzitter