


KF (X)-PRESS

Kreativt Forums nyhetsavis for deg som jobber med reklame og kommunikasjon, eller bare vil holde deg informert!

Nr 2 - Uke 2
Januar 2000

- > Kenneth Hansen slutter i Bates
- > Klart for Gullfisken
- > Reklame for Alvor
- > Folkevandring, kunder og priser
- > Utland
- > Onlinespalten

 = tilbake til denne siden

Publicis vant kjempekampanje

Publicis gikk av med seieren om en omfattende kampanje for å markedsføre laks i Frankrike, Tyskland og Spania. Kampanjen skal på luften i 2. halvår av 2000 og omfatter reklamefilm, print og butikk-aktiviteter.

Ledige stillinger: **Mac'er til Createurene » AD/Designer til Alfa & Omega » AD, Copy og Mac'er til Eden »**

På denne førstesiden kan du klikke på de sakene du vil lese om. Eller du kan printe ut de andre sidene og lese som før.

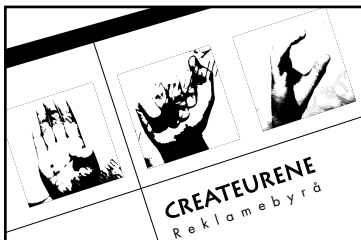
Jeg har et tips...



 Skriv ut

 Abonnere?

 Avslutt



Vi søker : mac'er

Vi trenger en person med erfaring på Mac som skal jobbe med utforming og produksjon av trykksaker samt Web-design. Har du IT-kjennskap er det en fordel.

Send søknad med CV, eller mail oss og vi tar kontakt. Har du spørsmål kan du kontakte Janka eller Oddbjørn.

Createurene AS

Hvamstubben 17 (Olavsgård), 2013 Skjetten. Tlf. 64 83 27 00. E-post: janka@creat.no

Kreativt Forums nyhetsavis for deg som jobber med reklame og kommunikasjon, eller bare vil holde deg informert!

Kenneth Hansen slutter i Bates

Etter tre år i Bates, har kreativ leder og tidligere vinner av Gullblyantens ærespris, Kenneth Hansen, valgt å forlate byrået. Fra 1. April begynner han som strategisk rådgiver og partner i Virtual Garden. Dette skjer kort tid etter at Bates mistet en annen kreativ leder, Aris Theophilakis, i tillegg til Preben Moan og Camilla Bjørnhaug til ulike jobber i Bates, Asia. Men at dette vil utgjøre dramatiske forandringer i Norges største byrå, avsløres av Frode Karlberg.

– Med hensyn til Kenneth Hansen, er det en stund siden han fungerte som kreativ leder for reklamebyrået. Den siste tiden har han vært forretningsutvikler for vår største kunde, Telenor. Sånn sett får det liten betydning for den kreative delen av byrået. Når det gjelder personene som nå har forsvunnet til Asia, ser vi utelukkende positivt på at folk herfra får muligheten til å bryne seg på slike utfordringer. Det viser bare at folk fra Bates Oslo er attraktive for byråer i vårt internasjonale nettverk. Jeg konkluderer uansett med, at vi kreativt sett, står like sterkt som før, sier Karlberg.

Kenneth Hansen, som også er fungerende styreformann i Kreativt Forum, vil bli en res-

Forts side 2

Publicis vant kjempekampanje

Publicis gikk av med seieren om en omfattende kampanje for å markedsføre laks i Frankrike, Tyskland og Spania. Kampanjen skal på lufta i 2. halvår av 2000 og omfatter reklamefilm, print og butikk-aktiviteter.

Trygve Lorentzen

Som en følge av lakseavtalen mellom Norge og EU inviterer Eksportutvalget for Fisk i år 65 millioner kroner i fellesmarkedsføring av atlantisk laks i EU. Oppdraget var naturligvis ettertraktet og de fleste ledende byråene meldte sin interesse.

Hard konkurranse

Byråkonkurransen om laksekampanjen har da også vært en omfattende prosess. Eksportutvalget For Fisk var først i kontakt med hele 16 byråer, man inviterte seks av dem til konkurransen, plukket så ut tre byråer, for å avslutte med en finale i København den 11. Januar. Her presenterte Bates og Publicis sine løsninger for representanter fra fiskerinæringen i Norge, Irland, Skottland samt folk fra Eksportutvalget For Fisk. Publicis ble valgt ut fra en helhetsvurdering av strategi, kreative løsninger og det nettverket byrået representerer i Europa.

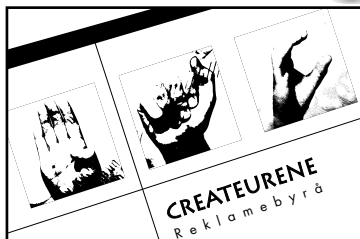
– Dette er en meget viktig seier for oss. Ikke minst med bakgrunn i at vi har klart å bevise at

vi kan være med å kjempe om de største kundene her til lands. Å vinne et slikt prestisjetungt oppdrag i konkurranse med alle landets beste byråer, er ikke annet en fantastisk morsomt, sier adm. direktør i Publicis-Gruppen, Peter Krogh.

Opprydding

Høsten 1999 meldte KF-X-Press at Krogh hadde klart å snu en negativ trend bestående av flere år med minustall i regnskapsbøkene. Negativ omsetning i 1998, ble snudd til overskudd i 1999, og nå har altså byrået fått en "flying start" på det nye årtusenet.

– Nå går det helt klart rette veien for oss, noe som først og fremst skyldes at vi har funnet en riktig måte å organisere byrået på. I tillegg mener jeg at vi disponerer både dyktige og riktige kreative ressurser, som er dyktige nok til å dra en slik kjempekampanje i land. I 1999 gjorde vi 14 aksjeselskap om til to, og staben ble mindre. Det gjorde nok sitt til at folk følte mer tilhørighet og følte at de jobbet mot et felles mål, sier Krogh.



Vi søker : mac'er

Vi trenger en person med erfaring på Mac som skal jobbe med utforming og produksjon av trykksaker samt Web-design. Har du IT-kjennskap er det en fordel.

Send søknad med CV, eller mail oss og vi tar kontakt. Har du spørsmål kan du kontakte Janka eller Oddbjørn.

Createurene AS

Hvamstubbena 17 (Olavsgård), 2013 Skjetten. Tlf. 64 83 27 00. E-post: janka@creat.no

Kenneth Hansen forts fra side 1
sursperson for Virtual Garden. Dette mener i hvertfall Nils Petter Nordskar, som vil være blant dem som vil jobbe tett med Hansen i årene fremover.

-Vi har kjent hverandre i mange år og har

sågar hatt noen prosjekter sammen tidligere. Vi må gjennom en modningsprosess, men det er helt klart at Kenneth vil bidra til å løfte Virtual Garden enda et par hakk. Tittelen hans, strategisk rådgiver, kan virke litt misvisende. Det er AD han er, og det er denne kapasiteten vi vil utnytte, sier Nordskar, som muligens vil utgjøre et av reklame-Norges mest slagkraftige team når han slår seg sammen med Kenneth Hansen.

Klart for Gullfisken

Sølvfiskvinner fra desember ble "Rewind" fra Freia med Leo Burnett som byrå. Teamet bak kampanjen er tekstforfatter Bendik Romstad, AD Anne Gravingen, konsulent Bjørn Polmar og prosjektleder Iren Taihaugen. Filmen er produsert av Leo Film med regissørene Sven Gelin og Calle Larsson.

"Rewind" kompletterer dermed listen

Tipsmail: trygve@kreativt-forum.no

over Sølvfiskvinnerne fra 1999 som alle går videre til det TV-sendte Gullfisken som avholdes på Chateau Neuf førstkommande lørdag. Foruten nevnte "Rewind", er følgende finale-deltagere klare:

"Ringekoder" for Telenor Global. Byrå: Bates Reklamebyrå
"Odd Børretzen" for Freia Melkesjokolade. Byrå: Leo Burnett

"Spytt" for Toyota. Byrå: New Deal

"Norwegian Stiffness" for Ringnes. Byrå: SLB

"American Gourmet" for Tine. Byrå: Leo Burnett

"Stasjonen" for Norsk Tipping. Byrå: New Deal

"Cowboy" for Solo. Byrå: D'Arcy

"The Circle" for McDonalds. Byrå: Leo Burnett

"Internett" fra K-Bank. Byrå: Leo Burnett

"Pass" for Braathens. Byrå: Dinamo

"Puppy Love" for VG. Byrå: New Deal

Vil du ha
KF X-PRESS
tilsendt på fax
istedet for mail?

Send en mail til:

post@kreativt-forum.no

Reklame for Alvor

Husk utdeling og presentasjon av arbeidene i Reklame for Alvor den 27. januar kl 18.00 - 19.30 i Oslo Rådhus.

Eden trenger flere flinke folk

Etter vel et års drift står utfordringene i kø og du kan være med å forme byrået videre. Vi jobber med sterke merkevarer på huset og søker etter **AD** og **Copy** som har erfaring fra reklamebyrå og har bevist at du/dere kan. I tillegg søker vi en god og dreven **Mac'er**.

Flinke folk får de betingelsene de fortjener.

Ring døgnnet rundt!

Kontakt Magne Friestad: **23 08 41 00** eller mob: **907 47 384**

eden

Lokaler

Kreativt Forums redaksjon og sekretariat søker kontorlokaler sentralt i Oslo. Vi trenger plass til 4-5 personer, pluss litt lagerplass for KF's arkiver. Sentralbord og felles kantineordning er ønskelig. Kontakt Annebeth eller Liv på post@kreativt-forum.no

KREATIVTFORUM



Utland

Ikea satser på e-handel

Fra og med august måned vil det være mulig for svenskene å bestille Ikeas møbler via Internett, skriver digi.no. Ledelsen i møbelgiganten regner med at e-handelen vil doble omsetningen innen fem år. Men veien frem er lang. Pr. dags dato har ikke Ikea, Sverige engang egen hjemmeside.

–Vi kan ikke ta en enda større bit av markedet, så for å doble omsetningen er vi nødt til å øke innredningsinteressen blant folk, sier Marcus Engmann i Ikea til det svenske mediemagasinet Dagens Media. Planen er at sommerhalvåret brukes til testing av nettstedet og at offisiell

åpning vil skje i forbindelse med Ikeas katalog som kommer ut i august.

Gillette slår tilbake

Etter at Gillette har fått nye konkurrenter, deriblant norske Ruud & Rye, vil ledelsen sette igang en omfattende reklamekampanje som skal sikre Gillettes Mach 3-serie en fortsatt ledende markedsposisjon. Dette gjøres i forbindelse med sluttspillet i amerikansk fotball som begynner denne uken og markedskampanjen anslås til å være verdt rundt 350 millioner dollar. Kampanjen, som også blir å se her til lands, er utformet av BBDO Worldwide og vil fortsatt spille på den kjente pay-offen: "The best a man can get".

31



...dager igjen til innlevering, dvs. 14. februar. Invitasjon for innsendelse av arbeider til Gullblyanten vil bli sendt ut medio januar.



Priser, nye kunder OG Folkevandring

Nytt fra Siste Skrik

Baard Amundsen begynner som tekstforfatter i Siste Skrik. Amundsen har jobbet som lærer, jurist og tekstforfatter og har blant annet vunnet Gullblyanten. Han kommer sist fra Gery Reklamebyrå. Siste Skrik huser med dette 17 medarbeidere i villaen på Volvat. Byrået har også fått en ny kunde, parfymekjeden Esthetique. Første oppgave er å lage en helhetlig kommunikasjonsplattform.

Jan S. Sørensen til Jørn Jørgensen AS

Jan S. Sørensen går fra Huset Mercatum AS, hvor han har vært ansvarlig prosjektleder og grafisk designer for butikkutveklingsprosjekter, til Jørn Jørgensen AS hvor han går inn i lederteamet for å styrke staben på konseptutvikling og design. Firmaet vil da i tillegg til messer og utstillinger også

kunne tilby tjenester innen butikk-kommunikasjon, design og konseptutvikling.

Dag Thorenfeldt....

...driver for tiden og registrerer fire reklamefilmer for Online Club. Thorenfeldt føyer seg derved inn i rekken av fotografer som gyver løs på filmmediet. Dette skjer i samarbeid med Paradox Produksjon og Try Reklamebyrå.

Blir senior

Tekstforfatter Bjørnar Buxrud og AD Jannicke Østlie har tatt steget opp fra junior til seniornivå. Bjørnar og Jannicke har jobbet som juniorteam i ett år og har blant annet ansvaret for Adecco, Mag og ulike kampanjer for Dagbladet. Dermed har JBR Reklamebyrå nå fem kreative team. Byrået har også fått i oppgave å utvikle merkevaren Sørlandschips. Ansvarlig team blir Anne Ormstad, Annette Briest Kriszat og Kristoffer Carlin.

art director

1+0=1

Alfa & Omega trenger en god ad til et ett års vikariat. Vi ønsker en god, dreven designer, med nettkompetanse. Du vil få en operativ stilling som krever selvstendig initiativ og ansvar for gjennomføring.

1+1=1

ELLER vi trenger to eller flere som har lyst på en friere tilknytning med deltidsengasjement, enten du er designer eller nettmenneske.

E-post oss på 1@alfaomega.no. Vi har 13 medarbeidere, et spennende kontaktnett og utfordrende kunder i Norges største bedrifter.

ALFA@OMEGA