



Interlanden stopt, maar niet met werven

Verspreidingsbedrijf Interlanden wordt opgedoekt. Eigenaar Deutsche Post DHL ziet geen toekomst meer in Nederland en sluit per 1 mei de deuren. Blijkbaar moet dat nog even bezinken bij het hoofdkantoor in Apeldoorn. Want bij de folders op de deurmat zit een wervingsfolder van Interlanden. 'Op zoek naar de leukste bijbaan? Word folderbezorger!' Achterop pocht Interlanden nog heel levenslustig over zichzelf: 'Interlanden is al meer dan dertig jaar de grote specialist in het bezorgen van ongeadresseerd drukwerk. Interlanden is een volledige dochter van Deutsche Post/DHL. Met haar 25.000 bezorgers zorgt Interlanden elke week voor verspreiding van huis-aan-huis-drukwerk in heel Nederland.' Zo. Dat liegt er niet om. Het lijkt allemaal gewoon door te gaan. Of is de flyer per ongeluk verspreid? Nee, zeker niet, zegt Interlanden. 'We hebben nog bezorgers nodig, want tot en met 30 april bezorgen wij nog steeds folders', zegt commercieel medewerker binnendienst Maarten van den Berg. Er zeggen altijd weer bezorgers op, en Interlanden wil nog wel een goede dekking hebben voor die laatste weken. 'Opdrachten lopen tot en met week 16 door.' Hij snapt wel dat Interlanden stopt. 'De markt zit niet mee.' Maar het is een 'bittere pil'. Hij kreeg het slechte nieuws eind januari te horen. 'Wij zijn helaas onze baan kwijt en de bezorgers ook.' De volgens Van den Berg 21.000 bezorgers in Nederland bezorgen elke week een sealpakket met wel 7 of 8 folders op 6,3 miljoen adressen. Dat is dik 2,5 miljard Kruidvatten, Mediamarkten, Saturns en DA's per jaar. Die gaan nu allemaal naar de twee andere grote verspreiders in Nederland, Alfa Groep Verspreidingen en Netwerk VSP. Van Netwerk VSP viel van de week al een flyer in de bus: 'Word folderbezorger en verdien iets xxtra's!'. Netwerk VSP is een 100 procent-dochter van TNT Post. U weet wel, dat bedrijf dat 11.000 postbodes ontslaat.

'TOEN GOOGLE BESLOOT MEER LOKALE BEDRIJVEN MET EEN PLATTEGRONDJE TE TONEN, ZAKTE DE OMZET OVERNIGHT MET 5%. WANT DAAROP KLIKKEN LEVERT GOOGLE GEEN INKOMSTEN.'

COO BEN LEGG VAN EUROPEAN DIRECTORIES EN EX-GOOGLE SCHETST HET DILEMMA VAN GOOGLE TUSSEN SERVICEVERLENING EN WINST, OP SMA SALESEVENT OP 10 FEBRUARI.



Lekker dan

'Lekker belangrijk.' Ook net iets te vaak klinkt al dat ge-lekker op zaterdagse voetbalvelden. Bij elke beetje balcontact roepen ouders massaal langs de lijn: 'Lekker, Mees!', 'Lekker Sam!'. Dus wat beden je dan als je een slogan voor een nieuw mobielmerk zoekt? Precies: 'Sizz Lekker mobiel'. En voor een condoompromotieactie kom je al gauw op 'Maak seks lekker veilig' (en 'Maak seks lekker duidelijk' voor de aanpalende wensen-en-grenzen-campagne). En wij zeker denken dat de lekker-wedloop in de reclame zijn hoogtepunt al bereikt had. Van 'Douwe Egberts koffie, lekkere koffie' naar 'Lekker fris, lekker anders!' (Heinz Sandwich Spread) naar 'Jamin, Dat is lekker' via 'Rivella, een beetje vreemd, maar wel lekker' naar 'Wat je dichtbij haalt, is lekker' (Spar) en 'Echt lekker voordelig' (Jan Linders) naar 'Verduivel lekker' (Duyvis) via 'Lekker, lekker, van Lassi' naar 'Je voelt je lekkerder in een Peugeot' om uit te monden in 'Veronica, Keihard de lekkerste'. Lekker belangrijk.

'ALSOE DE LIDL EEN PARTIJ GOEDKOPE DVD'S HEEFT INGEKOCHT EN ER NU ZO SNEL MOGELIJK WEER VAN AF MOET.'

LEZER MAARTEN VERSTEEGH UIT WIJK BIJ DUURSTEDE SMEEKT DE VOLKSKRANT OF ZE IETS MINDER RECLAME WILLEN MAKEN VOOR HUN WINKEL MET DE DVD'S VAN DE COEN BROTHERS.



'ZZP'ERS LEVEN VAN BOOMERANG'

Zolang zij zich herinnert haalde **Didi Feuth (27)** kaarten uit de Boomerang-rekken. Nu is ze beeldredacteur bij het bedrijf.

Waaruit bestaat jouw werk?

'Ik onderhoud de contacten, voornamelijk virtueel, met 12.000 creatieven die zijn aangesloten bij het Boomerang-platform en die regelmatig meepitchen naar opdrachten. Anderzijds ben ik verantwoordelijk voor pr en conceptontwikkeling.'

Dus kaarten zijn niet meer hoofdzaak bij Boomerang?

'Nee, het is nu een veelzijdig mediabedrijf. We maken ook campagnes, posterscreens en bladen. En al die creatieven pitchen gratis mee? 'Nou ja, het is een mooi podium voor je werk en als het wordt uitgekozen staat daar een vergoeding tegenover. Bijvoorbeeld met het bedenken van gadgets voor Amstel was laatst vijfduizend euro te winnen. Sommige zzp'ers kunnen ervan leven. Dit past in het nieuwe werken.'

Er zijn vaak grappige uitingen, maar wie bewaakt het auteursrecht?

'Dat moet de maker zelf doen. Er is een groot grijs gebied, want als je zeven dingen verandert ontstaat er een nieuw beeld.'

Soms doet jullie werk denken aan Loesje, altijd goed voor een glimlach.

'Daar heb ik ook vaak om gelachen. Zoals de kreet: aan het eind van mijn geld houd ik altijd een stuk maand over. Haha, dat voelt toch alsof het over jezelf gaat.'

Wat is jouw achtergrond?

'Ik ging naar de kunstacademie, maar werd daar niet blij van. Toen ben ik psychologie gaan studeren. Ik heb een half jaar in Engeland gestudeerd en in 2009 de Hallo-academie conceptontwikkeling gedaan. Ik ben altijd op zoek geweest naar wat consumenten beweegt. Maar begon ooit met mijn passie, mode. Daar ben ik afgehaakt wegens te weinig diepgang.'

Wat boeit je het meest in je huidige baan?

'Dat kwajongensfeertje met een intelligente ondertoon. Je staat middenin de wereld, mag geen dag het nieuws missen. Ik heb van huis uit meegeregren hoe hard de zakenwereld kan zijn, maar door wat ik nu meemaak aan loyale samenwerking tussen mensen raak ik overtuigd van de positieve energie die dat oplevert.' TV