

WOUTER VAN NIEUWLAND



Tekst: Ramona Vlaun
Fotografie: Willeke Machiels

Hello! Goodbye!

Sinds zestien jaar staat het hoofdkantoor van De Heeren van Vonder (DHvV) in het centrum van Eindhoven. Samen met mede-eigenaar en creative director Wouter van Nieuwland kijken we terug op een bewogen 2014 en bespreken we de toekomst van het reclamebureau.

"Bij DHvV voegen we graag een extra P aan de marketingmix toe: Plezier! Voordat we met DHvV begonnen, heb ik bij diverse reclamebureaus gewerkt. Het langst als art director bij een groot internationaal reclamebureau. Daar heb ik veel geleerd en gewerkt voor klanten van Tokyo tot New York. En nog belangrijker, ik heb daar zowel mijn vrouw Saskia, als mijn compagnon Antonie leren kennen. Met name vanwege die extra P zijn Antonie en ik in 1998 begonnen met DHvV. Onze internationale ervaring combineren we met een sterk regionaal netwerk. Dat levert een hele boeiende mix aan klanten op. Zo werken we al jaren voor het high-end audio-merk Marantz en tegelijk voor Vishandel Koelewijn, bekend van de Eindhovense weekmarkten. We ontwikkelden ook de campagne met Birgit Schuurman voor Huawei Nederland, en tegelijk de huisstijl voor een plaatselijke kapperszaak. Het is juist die afwisseling die veel plezier in het werk oplevert. Het succes voor de klant is dan een natuurlijk gevolg."

Goodbye 2014!

Merkpositionering

Het ontwikkelen van merken is een belangrijke specialiteit van DHvV. Merknaam, merkpositionering en corporate identity vormen hierbij de basis. "Een mooi voorbeeld daarvan is Marantz. Uit passie voor muziek is Saul B. Marantz 60 jaar geleden begonnen met het bouwen van versterkers. Dit komt nog steeds tot uitdrukking in de pay-off 'Because Music Matters'. Voor de huidige global campaign van Marantz hebben we foto's gemaakt in de jazzclubs in New York waar Saul vroeger zelf kwam." Andere voorbeelden van merkpositionering zijn Anna Royal Dutch Caviar, Hypotheek Visie en KP&T. Al bijna 10 jaar

bestaat de samenwerking met KP&T. "Wij hebben hun huisstijl ontworpen, 3 jaar geleden opgefrist en afgelopen jaar compleet vernieuwd. Bovendien hebben we hun ambitie en werkwijze vertaald in een aangepast logo en visuals. Het onderscheidende vermogen is te zien in de beelden."

Dutch Design Week 2014

Bezoekers die afgelopen DDW in het Klokgebouw bij Expositie zijn geweest, hebben daar kennis gemaakt met de creativiteit van DHvV. In eerste instantie zag je daar een vervormd beeld van de Nachtwacht van Rembrandt. Als je echter vanuit één uniek punt keek, viel alles op de juiste plek, en zag je dit beroemde schilderij in het juiste perspectief. Wanden, vloer en zelfs losse objecten vormden opeens één visueel geheel. "Looking at the right perspective' hebben we dit concept genoemd. Een opvallend effect dat veel aandacht trok en enthousiaste reacties uit binnen- en buitenland opleverde. We hebben de vinger weten te leggen op de presentatie van hun grootformaat-print-projecten naar de architect en ontwerper. Directeur Vincent van Herk vond dat mede door het gebruik van trendcombinaties als 'Hollandse Meesters' en perspectief Expositie een zeer succesvolle DDW heeft beleefd. Betere feedback kunnen we niet wensen van onze klanten."

Goede doelen

DHvV zet zich graag in voor goede doelen en ook afgelopen jaar is dat doeltreffend gebleken. "Een sympathiek voorbeeld is de Sports for Children foundation, een concept dat we in opdracht van Janssen-Fritsen hebben ontwikkeld. Dit is een fabrikant van sporttoestellen. Deze stichting, met Epke Zonderland als ambassadeur, verzamelt en repareert gebruikte sporttoestellen in Nederland en schenkt deze aan arme landen, om zodoende het sporten voor kinderen te stimuleren. Op dit moment zijn er al tientallen vrachtwagens vol uitstekende materialen geschonken. Een goed doel dat écht effect heeft. Onlangs is Janssen-Fritsen geselecteerd als leverancier voor de Olympische Spelen 2016. Een ander mooi initiatief is de medewerking aan het Gala van de Linda Foundation. DHvV verzorgde als hoofdsponsor de



communicatie i.s.m. Chantal Jansen Events, waarmee ruim anderhalve ton is opgehaald voor dit goede doel van Linda de Mol." Ook komend jaar zal DHvV nieuwe doeleinden sponsoren en steunen.

Hello 2015!

Grafische vormgeving van boeken

Naast communicatie concepten zijn er ook al heel wat grafische ontwerpen op de tekentafel van DHvV ontstaan, zoals lifestyle-boeken voor Jan des Bouvrie, Eric Kuster en Axel Vervoordt. En recenter nog, vrijwel alle kookboeken voor TV-zender 24Kitchen, waaronder enkele prijswinnende bestsellers van Rudolph van Veen. Ook is DHvV momenteel in samenwerking met het Van Abbemuseum bezig met een bijzonder boek over hun founder Henri van Abbe.

Interactive lab

Interactive en online media is een tak die bij DHvV altijd bijzondere aandacht heeft gehad. Daarom hebben ze hier destijds al heel snel een apart Interactive Lab voor opgezet met online pioniers, waarbinnen websites, animaties en bedrijfs-presentaties worden ontwikkeld. "2015 zit voor ons weer boordevol mooie plannen. Zo zijn we door een oud-collega benaderd die graag een DHvV-vestiging wil opzetten in Genève, waar hij een groot netwerk heeft bij hoofdkantoren van internationale bedrijven. En tegelijkertijd zijn we bezig met concrete plannen om in Amsterdam een vestiging op te zetten. Allemaal spannende initiatieven voor DHvV in 2015." ■