De kassabon is in de reclame

In de reclame zie je vaker een Citroën DS opduiken dan op straat. iMacs van Apple, zelfde laken een pak. Dat komt doordat veel reclamemakers DS'sen en iMacs hebben. Maar dit jaar sloeg de kassabon als alledaagse inspiratiebron alles in de reclame. Wie in een recessie boodschappen doet, gaat op de prijzen letten. En dus op de kassabon. En er is nog nimmer zo druk gecijferd in de reclame als in het crisisjaar 2003. Voor adverteerders zit er in ieder geval één groot voordeel aan de alomtegenwoordigheid van de kassabon in de reclame: de boodschap staat centraal, dat lijdt geen twijfel. Een overzicht van een jaar in cijfers.

HET JAAR IN CIJFERS

Johma 'Tapa-wie?' geïnspireerd op duurbetaalde tapenade op vakantie in Spanje.

Philips ook op de Johma-toer: thuis toasten is niet zo duur als in het Grand Café, zegt Philips

Ikea houdt stoelenuitverkoop met krantenpagina-grote kassabonnen.

'Het middle management vond trouwens dat ik mijn winkelbezoeken moest aankondigen. Maar dat doet de klant toch ook niet?'

Jan Zeeman, die vier jaar geleden afscheid nam van de door hem opgerichte textielketen, in Elan.

Novib vraagt of jouw wereld groter is dan een kassabon. In dagbladen en in foldertjes in langwerpige kassabonvorm.

'Recent sprak ik een (andere) voormalige coryfee van de VPRO die zich geweldig ergerde aan de aanwezigheid van BNN op Radio 1. Tja. Misschien is BNN wel de nieuwe VPRO. Het idioom moet je wel willen verstaan.'

Jan Westerhof, zendercoördinator Radio 1 en 747AM, reageert in NRC Handelsblad op een somber verhaal van Jan Donkers over de publieke radio in M Magazine van die krant.

Directe prijsvergelijking met Albert Heijn van Deen Supermarkten: een kassabon van 61,59 tegenover 54,08 euro.

Ticcit denkt ook dat consumenten hun kassabon wel vier keer omdraaien en promoot in Adformatie zijn prijsvragen-op-de-kassabon.

Geen kassabonnen, maar de prijsstickertjes waarmee Basiq-Air stoelenuitverkoop houdt, onderbouwen de stelling 'kostprijs is king' in de reclame.

[SAMENSTELLING: ERWIN WIJMAN, M.M.V. TINEKE VERMEER]

s. helaanders en nu ietsanders

'Moe mag je bij ons niet meer zeggen'

Natuurlijk is het geen exclusief vrouwenprobleem, het combineren van fijne kinderen en leuke baan. Maar *Caroline Serré* (33) richt zich binnen haar coachingpraktijk CIC Company in Badhoevedorp speciaal op werkende moeders die vastlopen en vaak in ziektewet of WAO terechtkomen. Zelf was ze tien jaar accountmanager en projectcoördinator bij bureaus als McCann-Erickson, Saatchi & Saatchi en Bartels\Verdonk. Dat werk doet ze nu nog ad interim.

Waarom lopen moeders eerder vast dan vaders?

'Vrouwen trekken meer huishoudelijke taken naar zich toe. En hebben vaker dan mannen een schuldgevoel ten opzichte van hun kinderen. Staan vaak voor dilemma's. Is mijn carrière zo belangrijk dat ik andere dingen laat schieten?'

Geldt dat ook voor jou zelf?

'Ik heb drie dochters, maar mijn man en ik nemen allebei één werkdag in de week de zorg voor het huishouden op ons.'

Dat klinkt probleemloos.

'In het begin maakten we ruzie over wie er het meest moe was, maar op zeker moment hebben we afgesproken dat het woord "moe" hier in huis niet meer mag vallen.'

In de reclamewereld wordt niet zoveel parttime gewerkt.

'Dat zie ik ook, ja. Bij de overheid bijvoorbeeld is men veel socialer.'

Kun je je werkgever wel zeggen dat je vast dreigt te lopen?

'Soms niet. Maar dan kan die persoon zelf bij mij komen om gecoacht te worden, voor de helft van het tarief dat het bedrijfsleven betaalt.'

Hoe komen mensen bij jou terecht?

'Ik verspreid folders bij crèches, consultatiebureaus en in apotheken. Maar we werken ook hard aan een website, die komt in januari.'

En hoe kom jij in dit werk terecht? Was je zelf vastgelopen?

'Nee, ik zag het om me heen gebeuren. Ik heb een driejarige opleiding transformatiepsychologie gevolgd, in Bergen. Ik werk voornamelijk met de methode voice-dialog, die uitgaat van de verschillende subpersonen die jou drijven. De wijsheid zit namelijk altijd in jezelf.'

Je studeerde naast je baan en je gezin?

'Ja, maar dat was niet zo belastend als het lijkt. Ik vond het heerlijk om er regelmatig een paar dagen voor weg te zijn.'

Wil je niet gewoon te veel tegelijk?

'Waarom vraag je dat? Ik heb alles prima in balans.'

En mannen, krijg je die ook in je praktijk?

'Ja, maar die coach ik meestal op andere thema's, dan heb ik vooral een klankbordfunctie. En soms worden ze door hun vrouw naar mij gestuurd.'

Nemen mensen wel eens rigoureuze beslissingen door jouw toedoen?

'Laatst liet iemand mij een dag na ons gesprek weten dat ze haar baan ging opzeggen. Ik schrok daarvan en heb gevraagd of ze nog wat langer wilde nadenken. Uiteindelijk heeft ze het toch gedaan.'

Om welke reden?

'Vaak is het een kwestie van eerlijk durven zijn tegen jezelf. Ik vroeg haar of ze de problemen op de crèche niet aangreep omdat ze eigenlijk een excuus zocht om van baan te veranderen. Als je dan echt je gevoel volgt maak je de juiste keuze.' [TV]