

Persbericht

Amsterdam, 7 mei 2009

### **Betrokken leden scharen zich achter nieuwe koers BVA**

Verantwoord communiceren, effectiviteit en netwerken. Dat zijn de nieuw geformuleerde kerndoelen, die de koers van BVA bepalen. Daarmee stemden de aanwezige BVA leden in tijdens de Algemene Ledenvergadering van BVA bond van adverteerders op 7 mei jl. in het Mirandapaviljoen te Amsterdam.

BVA voorzitter Jan Driessen schetste drie trends, die het speelveld van adverteerders ingrijpend hebben veranderd: de mondige mediawijze consument, toenemende regelgeving vanuit de overheid, en de crisis die alle budgetten op scherp heeft gesteld. De adverteerder moet op een actieve en betrokken manier met deze veranderingen omgaan, want anders wordt hij 'door de heg getrokken', aldus Driessen. Dat betekent niet meer alleen zenden maar de dialoog aangaan. En gezamenlijk het voortouw nemen. "Juist nu, in deze onvoorspelbare en roerige tijden, is het van groot belang samen op te trekken. Samen de krachten te bundelen om ook de komende jaren sterk te staan als communicatiebranche," aldus Driessen.

Het doel van BVA daarbij is het behoud van maximale bewegingsvrijheid in communicatie. Het middel is het nemen van verantwoordelijkheid in communicatie. "Wil je vrijheid behouden dan kan dat alleen vrijheid in verantwoordelijkheid zijn," aldus de BVA voorzitter. Op het gebied van verantwoord communiceren steekt BVA dit jaar veel energie in belangenbehartiging via het Centrum voor Merk en Communicatie (CMC) over issues als 'leen'reclame, reclame gericht op kinderen en alcoholreclame. Ook is er contact met het FNLI over de voedingscode en worden de banden aangescherpt met de Stichting Reclame Code (SRC).

Naast verantwoord communiceren blijft BVA onder de noemer 'effectieve communicatie' vanzelfsprekend transparantie en betrouwbaarheid in commerciële communicatie bevorderen (bereikcijfers, contracten met bureaus, juridisch advies). Activiteiten in dat kader voor 2009 zijn onder meer de omvorming van Stichting Internetreclame (STIR) in een joint industry committee (JIC) en de opbouw van het JIC Buitenreclame.

Ook de peiler 'netwerken' wordt in 2009 flink geladen. BVA bestaat 90 jaar en organiseert onder die vlag diverse events. Zo volgt binnenkort de eerste bijeenkomst van de BVA Alumni Club voor oud bestuursleden, die ter gelegenheid van het jubileumjaar is opgericht. Deze zomer volgt ook een tweede editie van het succesvol gebleken BVA Zomer Golfevent en op 1 oktober a.s. staat het BVA 90 jaar Symposium op de agenda.

BVA Directeur Helen Faasse liet op de jaarvergadering weten dat BVA weer een aantal nieuwe leden heeft mogen verwelkomen. In 2008 meldden Danone, Bol.com en Nationale Postcode Loterij zich aan. Nieuwe leden in 2009 zijn Terra Travel, Sparta, Inbev, E.On, Ditzo en Bizner. BVA telt nu in totaal 160 leden die samen goed zijn voor circa 60 procent van de totale mediabestedingen in Nederland.

BVA toont een zeer gezonde financiële balans. De totale baten 2008 blijven 2,5 % achter bij de begroting, de totale lasten zijn echter bijna 12 % lager dan de begroting gebleven. Het exploitatieresultaat van 2008 bedraagt 83.308 €.

### **Bestuur**

Na de vele bestuurswisselingen in 2008 is het BVA bestuur op goede sterkte voor de komende periode. Daarbij werpt de vorig jaar geïntroduceerde portefeuilleverdeling zijn vruchten af, want zo kunnen de druk bezette bestuursleden zich focussen op die speerpunten van BVA die ook hun bijzondere interesse hebben. De enige bestuurswisseling die deze middag plaatsvond was het vertrek van penningmeester Pim Slierings, die het maximum van twee bestuurstermijnen van elk drie jaar bij BVA heeft volbracht. Naar een nieuwe penningmeester wordt nog gezocht. Loike Stelwagen zal het penningmeesterschap a.i. op zich nemen.

*Het BVA bestuur is nu als volgt samengesteld:*

- J. (Jan) Driessen; Directeur Communicatie AEGON (voorzitter)
- Ir. A. L. (Loïke) Stelwagen; Marketing Communicatie Manager H.J. Heinz (vice-voorzitter, penningmeester a.i. en portefeuille: media)
- Drs. C.J. (Cees-Jan) Adema; Director Public and Government Affairs Northern Europe PepsiCo International (portefeuille: PA)
- Drs. F.J. A.N. (Frits) Buijn; Senior Manager Business to Consumer E.on
- Drs. H.A.M. (Harry) Dekker; Media Director Unilever (portefeuille: media)
- S. (Sander) Fauth, Manager Media Communicatie KPN (portefeuille: media)
- W.A.F. (Wil) Giezenaar; Manager Marketingcommunicatie Audi (Pon) (portefeuille: PA)
- Drs. A.A.P.M.(Astrid) van den Oetelaar; Media & Communications manager P&G (portefeuille: media)
- Drs. A. (Arjan) H.M. Veraart MM; Hoofd Concerncommunicatie Rabobank Nederland (portefeuille: SRC)

**Over BVA**

BVA is dé vertegenwoordiger van adverteerders en heeft als doel: het bevorderen en bewaken van vrijheid van verantwoorde commerciële communicatie, het vergroten van de communicatie effectiviteit van haar leden en het samenbrengen van leden.

**Meer informatie:**

Helen Faasse  
directeur BVA  
Telefoon: 020 – 79 888 50 of  
E-mail: [helen.faasse@bva.nl](mailto:helen.faasse@bva.nl)