

Wienerberger Koramic en Kelders Dakmaterialen winnen de Golden Roofy Award 2005

Tijdens de Nacht van het Dak op 25 januari 2006 werden de Golden Roofy Awards 2005 uitgereikt, de prijzen voor de beste en meest originele advertentie in het vakblad Roofs. Wienerberger Koramic won de titel 'beste', en Kelders Dakmaterialen mag zich vanaf nu de meest originele adverteerder van 2005 noemen.



Sander Bardeel (links), verkoopmanager Dakpannen van Wienerberger Koramic, neemt de prijs in ontvangst uit handen van Dirk Lindeman

Adverteren is een kunst. Je moet schipperen tussen uitleg geven over het product en een aantrekkelijke presentatie. Belangrijk is de vraag: wat maakt een advertentie effectief? Voor de dakenbranche is de Golden Roofy, die dit jaar voor de derde keer werd uitgereikt, een belangrijke graadmeter. Wat was de beste advertentie in jaargang 2005 van het vakblad Roofs? En welke advertentie was het meest origineel? Over die vraag oordeelde dit jaar een vakjury, in samenwerking met en onder voorzitterschap van Blok Design, com-



Jos de Nijs van Kelders Dakmaterialen, tijdens de uitreiking van de Award voor meest originele advertentie.

municatiebureau voor de dakenbranche. Tijdens de Nacht van het Dak, het galafeest van de Dakontmoetingsdagen werden de winnaars bekend gemaakt. Hieronder volgt de motivatie van de jury.

Beste advertentie: Wienerberger Koramic

In Roofs 2-2005 stond de advertentie voor de Allepanshaak van Wienerberger Koramic. De jury oordeelde dat over deze advertentie goed is nagedacht: 'Beeld en tekst zijn goed in verhouding en het product wordt op een slimme wijze in verschillende facetten gepresenteerd.' Op de afbeelding zien we een hand die een panhaak vasthoudt tussen de vingertoppen. Daarmee wordt visueel benadrukt dat – zoals de slogan luidt: "een klein detail de hele haak verandert". In de begeleidende tekst worden het nut en de werking van de nieuwe panhaak uitgelegd en nog eens extra geïllustreerd met een tweede afbeelding. De tweede prijs in deze categorie ging naar Unidek (Roofs 4-2005) en de derde prijs

werd gewonnen door Akoestikon (Roofs 2-2005).

Meest originele advertentie: Kelders Dakmaterialen

Een grote foto, over twee pagina's uitgespreid, met daarop een weids platteland in de vroege ochtend, en een vrachtwagen op een landweg. En een poëtische tekst: "Voor dag en dauw op weg, de dageraad tegemoet." Met deze foto maakt Kelders op beeldende wijze de kracht van haar logistieke organisatie duidelijk. De afbeelding wordt ondersteund door de begeleidende tekst (Roofs 10-2005). Daaruit wordt duidelijk dat het bedrijf een stipte levering, waar ook in Nederland, hoog in het vaandel heeft staan. "Kelders komt elke keer weer met iets nieuws," oordeelde de jury over de advertentie. "Dat is opvallend. Ze zijn creatief in hun uitingen. Het is een goed en ook leuk verhaal." In deze categorie werd de tweede prijs gewonnen door Opstalan (Roofs 9-2005) en de derde prijs was voor de advertentie van Afast (Roofs 8-2005).