

De tijd dat regisseurs en productiehuisen de drie grote B's, baby's, beesten en boten, meden als de pest, is in de reclamewereld voorgoed verleden tijd. Als we ons oor te luisteren leggen bij de reclamejongens horen we immers steeds hetzelfde liedje: 'kindjes, dieren en seks', dat verkoopt altijd mijnheer! Als je zelf eens aandachtig de reclameblokken aanschouwt of door de advertenties in een magazine gaat, merk je als snel dat seks, kinderen en honden inderdaad de primaire componenten van de reclamecampagnes zijn. En wie zal ontkennen dat zijn hart niet smelt wanneer dat kleine lieve hondje aan de haal gaat met een rol toiletpapier?



## Jouw hush puppy binnenkort...

### DE CREATIEVELINGEN VAN DE RECLAMEBUREAUS

Wanneer een bedrijf haar producten of diensten bij het brede publiek of in een gespecialiseerd vakgebied wenst te promoten, is de meest voor de handliggende methode het opstarten van een doelgerichte reclamecampagne. Het bedrijf heeft uiteraard het laatste woord in het bijschaven en het al dan niet publiceren van een uitgedacht concept, maar het zijn de reclamebureaus die de concepten bedenken en uitwerken. De eerste hindernis die daarbij moet worden genomen, is de keuze tussen een productcampagne of een imagocampagne. Het spreekt voor zich dat een imagocampagne heel wat ruimer en creatiever kan worden uitgewerkt dan een productvoorstelling. Wie de fenomenale geluidskwaliteit en de levenechte beelden van de laatste *Full HDI* televisietoestel wil promoten, kan moeilijk een meute puppy's laten aandraven. Bij de promotie van een hondensnack, dat hét wondermiddel is voor stramme botten, is het evident dat enkele viervoeters de hoofdrol spelen.

### IMAGOCAMPAGNES

Met imagocampagnes kan je alle kanten uit. Een hond staat symbool voor wel duizend verschillende eigenschappen. Door bepaalde raskeuzes te gebruiken in weldoordachte situaties, kunnen de reclamejongens heel makkelijk accenten leggen die door de kijker onbewust worden geassocieerd. Instinctief herkent de kijker de trouw van de golden retriever die met een bejaard koppel in het avondlicht over het strand wandelen. De aangeboden pensioenverzekering is dan vanzelfsprekend even betrouwbaar. Wat denk je van de elegantie van de koningspoedel die met de poepchique dame door winkelstraten dwaalt. De voorbeelden zijn onuitputtelijk. Denk maar aan de rottweilers en dobermannen die de bewaking van een duur pand voor hun rekening nemen. Of de Ierse wolfhond die een bekend whisky merk het nodige avontuurlijke en stoere elan moet geven. Je kunt geen merk van reinigingsmiddelen opnoemen of er heeft een viervoeter de hoofdrol gespeeld in hun televisiecampagnes. Honden zijn van nature rommelmakers en voe-

tenvegen staat niet in hun woordenboekje.

De inventieve breinen van de reclamebureaus kennen geen grenzen. Zo bedachten de creatievelingen van het bureau **TBWA** bij een campagne over isoleren aan een 'tochthond'. En jawel, enkele maanden later staat er een teckel fier op de affiches van leefmilieu Brussel de



energiepremie te promoten! Het laatste jaar is er wel opvallende nieuwe trend. De hond wordt heel vaak opgevoerd om een 'familiaal' tintje aan een interieur te geven. Om het plaatje van een gezellig ideaal gezinnetje helemaal 'af' te maken, acteren er in de reclamespot: moeder, vader de twee kinderen én een hond. Katten zijn eerder solitaire beesten en je zult hen vaker terugvinden in een spotje waarin de 'happy single' de hoofdrol speelt.



**Kleine rassen**  
worden vooral gebruikt om een  
grappig en lief accent te leggen.

tig dollar, een foto van een weemoedig kijkende basset. De foto die sindsdien op miljoenen schoendozen en advertenties staat.

### WELKE MODELLEN ZIJN 'HOT'?

Wanneer de reclamebureaus een natuurlijke associatie kunnen vinden tussen een hond en het product of de dienst die ze moeten aanprijzen, is de kans groot dat er een hond voor de campagne gebruikt zal worden. Welk

ras de productie zal gebruiken is afhankelijk van het concept. Kleine rassen worden vooral gebruikt om een grappig en lief accent te leggen. De Franse en Engelse bulldog en puppy's van grotere rassen doen het heel goed in deze niche. Grotere rassen zijn dan weer multifunctioneel inzetbaar. Het verschil in fysiek grote met hun humane tegenspelers is kleiner. Daardoor zullen ze in een ruimere omgeving prominenter aanwezig zijn. Een bernersennen, labrador en Duitse doggen doen het goed om een familiaal tintje te geven aan een woonkamer of tuinafereel. In film en theaterproducties zijn de rollen bijna altijd weggelegd voor acteurs met een lichtere vacht. Een donkere bouvier wordt al snel een zwarte vlek in een fel verlicht landschap. Voor een televisiespotje filmen ze vaak op één welbepaalde locatie en voor een fotoshoot bouwen ze het decor volgens de wensen van de klant. De vachtkleur is dan geen beperking, de regisseur kan de belichting en achtergrond zo aanpassen dat de gekozen viervoeter met voldoende contrast en doortekening kan worden weergegeven. »

## in een reclameblok?

### HUSH PUPPIES, VAN GEFRITUEERDE MAÏS TOT CULTSYMBOOL

Sommige internationale supermodellen, topsporters en popsterren worden het 'gezicht' van één of ander prestigieus modemerken. De kans dat 'man's best friend' zo'n ambassadeursrol gaat vertolken is klein. Maar een onbekende basset, wiens naam niemand nog kan achterhalen, is er in geslaagd om het icoon te worden van een waar cultmerk **Hush Puppies**.

De mascotte van Hush Puppies is zo ingeburgerd, dat enkel de doorgewinterde hondenkenner nog de basset als rasnaam kent. De merknaam 'Hush Puppies' viert dit jaar zijn vijftigste verjaardag en de basset wordt door het merk dan ook uitvoerig in de spotlights gezet. De alom bekende basset wordt met een knipoog aangekleed in maar liefst vier stijlen die de vier belangrijkste periodes doorheen de tijd karakteriseren: Flower Power, Disco, Punk en Hip Hop. Speciaal voor de vijftigste verjaardag heeft het schoenenmerk een nieuwe website [www.hushpuppies50.be](http://www.hushpuppies50.be) gelanceerd die over-

loopt van leuke games en om het geheel nog interactiever te maken, kan zelf je eigen knotsgekke e-cards creëren.

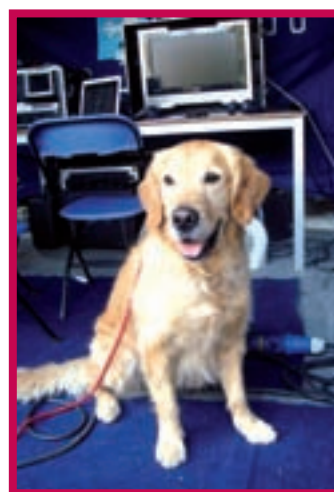
### HET BASISIDEE. OF IDEEËN?

Maar hoe komt een schoenmerk er bij om van een basset de ambassadeur zijn producten te maken? Daarvoor moeten we zo'n vijftig jaar terug in de tijd. Een verkoper van het schoenmerk was op bezoek bij een goede vriend. Op het menu stond vis en een soort gefrituurde zoete maïs die men in het lokale dialect 'hush puppys' noemde. De man ontdekte dat de boeren deze 'hush puppys' ook als een soort snoep gebruikte om hun honden te laten zwijgen. En omdat vermoeide voeten ook wel eens lachwekkend 'barking dogs' (blaffende honden) werden genoemd, bedacht de man dat als de gefrituurde maïs blaffende honden het zwijgen kan opleggen, dan kunnen mijn zachte, comfortabele schoenen hetzelfde betekenen voor de pijnlijk vermoeide voeten. 1 Juli 1958 werd het 'Hush Puppies' trademark geregistreerd. Kort daarna kocht het bedrijf, voor amper vijf-



## OVER DE HOND VAN DE REGIEASSISTENTE EN MODELLENBUREAUS

Van zodra het concept door de klant van het reclamebureau aanvaard is, moet de campagne in productie gaan. Het is dan de taak van de regisseur of fotograaf om op zoek te gaan naar de geschikte acteurs of modellen. In de mensenwereld is het een evidentie om te



## AFHANKELIJK VAN BUDGET

Voor een gerichte campagne gaat de producer dus zelf op zoek naar de modellen of maakt hij gebruik van castingbureaus, maar voor illustraties en verfraaiingen van websites en magazines zijn de budgetten daarvoor te klein. De grafisch vorm-

werken met één of ander modellenbureau, maar honden of ander huisdieren hebben ze niet in hun portfolio. Waar zoeken de producers dan de viervoeters voor hun campagne? Dat hangt af van wat het hondje moet kunnen en hoe groot de budgetten zijn. Voor een eenvoudige fotoshoot of een hond die als onderdeel van een familiaal decor fungeert, gebruiken ze al eens de hond van de cameraman of belt de regieassistenten enkele fokkers op. Maar voor de complexere opdrachten consulteren ze vaak een castingbureau dat gespecialiseerd is in huisdieren. Deze agentschappen hebben een uitgebreide databank met foto's en karakterbeschrijvingen van dieren die bij hen zijn aangemeld. In overleg met de producer wordt dan bepaald welke honden aan een bepaald project zullen meewerken. Wanneer de opdrachten complex zijn, is het niet uitgeslo-

ten dat er meer dan één hond op de fotoshoot of set aanwezig is. Vooral bij het inblikken van reclamespots maken ze gebruik van meerdere honden. Wanneer de hond een opdracht voor het eerst uitvoert, zijn de beelden vaak het meest spontaan. Het kan als eens gebeuren dat de hond de actie perfect uitvoerde, maar dat het licht net niet perfect genoeg was ingesteld, of de acteur net te laat of te vroeg was met zijn actie. Als een scène veel moet herhaald worden, kan de hond zijn motivatie verliezen. Een tweede hond biedt dan een oplossing. Ook wanneer er met pups wordt gewerkt, voorzien ze steeds voldoende hondjes. De pups zijn snel moe van alle indrukken en de drukte omheen de set. Voor de opnames van *nintendog*, waarin het pupje met bevulde poten op de sofa en de witte bloes van de actrice moest springen, werden tien pups ingehuurd.

gever gaat dan meestal te rade bij stockbureau. Stockbureaus hebben databanken van duizenden foto's die de klant, on-line en via kernwoorden snel kan doorzoeken. Door bijvoorbeeld te zoeken op kernwoorden als 'hond' en 'vakantie' vindt de klant dan alle gerelateerde beelden zoals een hond aan een zwembad, een hond met zonnebril en een reiskoffer of meer spontaan, een koppeltje dat met hun viervoeter in het avondlicht over een feeëriek strand kuurt. Professionele fotografen kunnen hun beelden via zo'n stockbureau verkopen. Het bureau neemt wel een commissie op de verkoop, maar in ruil daarvoor verzorgen zij de relatie met potentiële klanten. Zo kan de fotograaf zich ten volle concentreren op het fotograferen van al die leuke pups.



## ENKELE CASTINGBUREAUS IN DE KIJKER

Wil je jouw bobby laten figureren in een reclamespot, of wil je hem zijn schitteren in een glossy magazine, dan maak je het meeste kans door bobby aan te melden bij een castingbureau. Doorgaans is er aan de inschrijving een financieel plaatje verbonden, maar wie niet waagt, niet wint. Krijg je een opdracht, dan word je, afhankelijk van het agentschap per uur of per dagdeel vergoed. We zetten voor jou de belangrijkste castingbureaus op een rijtje.

## NEDERLANDSE DUIZENDPOOT

### PASPOORT:

Tijn, golden retriever

### AGENTSCHAP:

Tijn is ingeschreven bij Animaux Dieren-casting

### WAPENFEITEN:

Tijn heeft al in veel spotjes gefigureerd en heeft er een rijke ervaring als model in de studiofotografie. Voor de campagne van *Frontline* moest Tijn mooi op een bankje zitten met de poten in de lucht. Er werden meerdere honden individueel gefotografeerd. Nadien werden de foto's via de computer samengebouwd tot een compilatie waarbij de honden rond een tafeltje zitten te poken.

### Animaux Dierencasting

In de Benelux is Animaux zonder meer het belangrijkste castingbureau. Navraag binnen de sector leert ons dat bijna elk reclamebureau of publiciteitsfotograaf de naam Animaux



Ook voor *Mio* stond Tijn model. Zelfs als pup kon Tijn zijn mannetje staan. Hij figureerde in een spotje voor Nintendog, een computergame van Nintendo. De opnames voor Nintendog duurden maar liefst vier volle dagen! Met proefdraaien en ombouwen was men soms een hele middag bezig voor een fragment van amper vijf seconden.

Trots baasje **Ivonne van Raaij** is kynologisch gedragstherapeut bij de Martin Gaus hondenschool in Rotterdam. Haar ervaring als trainer stellen Ivonne in staat om kort op de bal te spelen tijdens de draaidag of in de fotostudio. Een trucje is in een oogwenk aangepast of bijgeleerd.

Het agentschap heeft een heel uitgebreide online database die door de geïnteresseerden kan worden geraadpleegd. De website is meer dan alleen een database voor mogelijke klanten. Je vindt er een schat aan informatie over alles wat met casting te maken heeft. Erg leuk zijn de verhalen van modellen die via Animaux een opdracht hebben volbracht. Wanneer er bij Animaux een opdracht binnenloopt, stellen ze volgens hen de meest geschikte honden voor. Als het gaat om een uitgebreide fotoshoot of een reclamespot, gebeurt het zelden dat de casting bij de producer zelf gebeurt. Aan de hand van proefopnamen selecteert de regisseur dan zelf het meest geschikte exemplaar. Het castingbureau gaat zelf niet op zoek naar nieuw talent. Maar wie denkt dat zijn trouwste vriend sterallures heeft, kan via een formulier op de website zijn kandidatuur kenbaar maken. Inschrijven kost je eenmalig 25 administratie. In ruil krijg je een plaatsje in hun database en verzorgen ze alle communicatie met hun klanten. Foto's voor de database moet je zelf aanleveren. Lukt het je niet om je hond mooi in beeld te brengen. Geen probleem, het agentschap prijst een aantal professionele fotografen aan die zich gespecialiseerd hebben in de beestenboel. Om hun klanten nog beter te bedienen, staat er bij Animaux een nieuw project in de startblokken. In de nabije toekomst plant het bureau workshops waarin specifiek op film en fotografie getraind wordt.



**PASPOORT**

Trees, Franse bulldog, 1,5 jaar oud teefje.

**AGENTSCHAP**

Trees is ingeschreven bij Casting Tails.

**WAPENFEITEN**

Wie af en toe het televisietoestel aanzet heeft Trees zeker al gezien. Trees figureert in de recente reclamespots voor het internetbedrijf Telenet. In een spotje waarin een vader ho-

**Casting Tails**

Is een piepjong castingbureau dat ontstaan is uit de fotostudio Tails dat gespecialiseerd is in het fotograferen van allerhande dieren. **Maité** en **Greetje**, de fotografes achter de fotostudio TAILS, kregen van uit de reclamesector regelmatig vraag naar de identiteit van de honden op hun foto's. Het starten van een eigen castingbureau was voor de dames een evidente stap. De ervaring van Tails in fotografie en beeldverwerking wordt mooi gecombineerd in

hun overzichtelijke website. Omdat het agentschap alle honden in hun database zelf hebben gefotografeerd, hebben ze een reëel beeld van de kwaliteiten van de hond op een set of in een fotostudio. Deze informatie stelt hen in staat om een zeer gerichte selectie te maken wanneer er een opdracht binnenloopt. Het meest bekende model van Casting Tails is de Franse bulldog **Trees**, die momenteel in verschillende filmpjes voor het internetbedrijf Telenet een glansrol speelt. Bobby hoeft overigens geen

## DE BULLDOG VAN TELENET

peloos probeert om een wenende baby te sussen en een flesje te geven, licht Trees zuchtend te wachten tot de baby eindelijk van het flesje drinkt. In een ander spotje kijkt Trees samen met een koppeltje digitale televisie en komt de dochter des huises het einde van de film verklappen. Twee voorbeelden dus waarbij een hond wordt gebruikt om het tafereel een familiaal tintje te geven.

**TROTS BAASJE**

**Saskia** uit Lier, is onnoemelijk fier op haar bulldog. Het geeft haar een geweldig gevoel

om Trees zo op de televisie te zien schitteren. Ook de reacties van vrienden en familie zorgen voor een ware euforie. De opnames zelf namen per spotje zowat een volledige dag in beslag. De eerste dag is Trees en Saskia door Tails op de set begeleid. Wat Saskia ongelofelijk sympathiek vond, is de hondvriendelijkheid waarmee de crew Trees benaderden. Wanneer nodig, werd er voldoende gepauzeerd en de regisseur had aandacht voor de mogelijkheden van Trees en de ruimte voor een eigen inbreng in het script.



rashond te zijn. Ook bastaardjes doen het goed in de databank van Tails. Inschrijven in de castingdatabank van Tails kost je 50 euro. Een fotoshoot in de studio van Tails is inbegrepen. Zo leren Maité en Greetje niet alleen het karakter van je Bobby kennen, je ben meteen verzekerd dat je hondje op een mooie en glimoureuze wijze aan het publiek wordt getoond.

### Life on white

Brussels bedrijf dat in wezen gespecialiseerd is in de stockfotografie. **Eric Isselée**, de bezieler en fotograaf achter Life on white, beperkt zich niet tot honden alleen. Gewapend met camera en mobile studio reist Eric de hele wereld af op zoek naar tijgers, wasberen en zelfs amfibieën en insecten die zich gewillig op de gevoelige plaat laten vastleggen. De foto's van Life on white worden via hun website en diverse stockbureaus aan de media aangeboden. Een succesformule, want de foto's van Eric Isselée prijken op menige cover van magazines, boeken en op verpakkingsmateriaal voor dierenvoer. Het feit dat alle modellen tegen een witte achtergrond gefotografeerd zijn, stelt de grafische vormgevers in staat de beelden aan te

Het bedrijf heeft uiteraard het laatste woord, maar het zijn de reclamebureaus die de concepten bedenken en uitwerken

Energiepremies

50% TERUGBETAALD, dat geeft zin om goed te isoleren.

LEEFMILIEU BRUSSEL  
WIE 'N BRUSSELSE LEEFSTIJL VOOR WILDEBIJEN

www.leefmilieubrusSEL.be  
 Info 02 775 75 75

## ALLES VOOR DE WETENSCHAP



### PASPOORT:

Eroz, Duitse herder, net drie jaar geworden.

### AGENTSCHAP:

Anubis Animal Star Maker.

### WAPENFEITEN:

Voor een spotje dat binnenkort National Geographic zal promoten, mocht Eroz in twee fragmenten figureren. In het eerste tafereel moest Eroz doorheen de kamers van een huis wandelen zonder enige interesse te tonen voor de personen en activiteiten die daar plaatsvonden. In het tweede tafereel liet de crew vanuit een hoogtewerker tonnen papieren bladen dwarrelen. Het was aan Eroz om enthousiast naar de bladen te springen en te happen. Voor deze opdracht was het script tot op de dag zelf niet gekend. Er kon op voorhand niets geoefend worden. Jarenlange ervaring en een gezonde portie vindingrijkheid en improvisatie waren een noodzaak. Om Eroz te laten opspringen hing Walter Verhoeven zijn speelballetje aan een lange stok die van op een trapladder boven Eroz hoofd heen en weer werd geslingerd.

Trots baasje **Harry Ennekens** is heel fier op de acteerprestaties van Eroz en kijkt met spanning uit naar het moment dat de reclamespot wordt uitgezonden. Harry en Eroz trainen elke week gehoorzaamheid.



passen aan hun specifieke noden en wensen. Stockbureaus moeten het hebben van verscheidenheid aan beelden. Hoe meer verschillende rassen en dieren in hun bestand, hoe groter de kans dat hun foto's gebruikt worden ter illustratie van magazines en websites. Je kan via de website van Life on white, je hond aanbieden voor een fotoshoot in hun studio.

die snel even wat beelden nodig hebben. Waar de mogelijkheden van de andere bureaus eindigen, start de specialisatie van Anubis pas echt. Geen website met duizenden modellen, maar puur maatwerk. Wie op zoek is naar een hond die in de moeilijkste omstandigheden een spectaculair kunstje kan klaren, komt vroeg of laat bij Walter terecht. Wanneer het agentschap



### Dierencasting: Anubis Animal Star Maker.

Animal Star Maker, Walter Verhoeven, is een begrip als je het hebt over het trainen van honden en landsdieren voor theater en film. Maar ook in de reclame heeft Walter zijn sporen verdiend. Zijn klanten zijn geen reclamejongens

geen hond heeft die geschikt is voor een welbepaalde opdracht, dan gaat het op zoek naar een hond die de gevraagde kwaliteiten wel combineert. Het zoeken naar nieuw talent gebeurt soms bijna onzichtbaar bij hondenscholen en wedstrijden.

**Animaux**  
**Dierencasting**  
[www.dierencasting.nl](http://www.dierencasting.nl)  
[info@dierencasting.nl](mailto:info@dierencasting.nl)  
**Casting Tailswebsite**  
[www.castingtails.be](http://www.castingtails.be)  
[inschrijven@castingtails.be](mailto:inschrijven@castingtails.be)  
**Life on white**  
[www.lifeonwhite.com](http://www.lifeonwhite.com)  
**Anubis Dogservices**  
[www.anubisdogservices.tk](http://www.anubisdogservices.tk)

Voor grotere projecten, of om een reserve aan te leggen, organiseert Walter vaak een casting op events als 'woefstock' en 'beestjes en baasjes'. Ben je ervan overtuigd dat jouw woefie onder stress de meest veelzijdige opdrachten kan vertolken, wacht dan niet af tot de volgende casting, maar stuur Walter een mailtje.

TEKST: KURT PAS

FOTO'S: KURT PAS, TBWA, TAILS, IVONNE VAN RAAI, IOTTA COMMUNICATIONS.

