

Wildwater is vernieuwd, en hoe!

Was het voorheen vooral grafisch vormgever Peter Fransz die aan de naam van het creatieve communicatiebureau gekoppeld werd, nu is dat wel anders. "De gedachte achter het nieuwe Wildwater is vooral ontstaan vanuit klantbehoeften.

En zo hoort het natuurlijk ook. "Met dertien ervaren communicatiemensen die allemaal hun eigen specialisme hebben, kunnen we klanten over de hele breedte bedienen.

En dat vanaf 1 locatie, in een 'creatief pakhuis' in Leeuwarden." De Zakenspiegel ging naar het Open Huis van Wildwater op 5 oktober jl. en stelde vast: *het creatieve en energieke van de club spat ervan af.*

organisator, een verpakingsontwerper en een specialist die helemaal thuis is op het gebied van video en motion graphics. "Het is natuurlijk geen toevallig tot stand gekomen gezelschap" aldus Jouke Wijnalda, voormalig Hoofd Communicatie bij Friesland Bank en de generalist in het gezelschap. "De verschillende expertises die de Wildwater-mensen inbrengen, sluiten goed op elkaar aan. Bovendien zijn de mensen in staat om op basis van hun ervaring over de grenzen van hun eigen specialisme heen te kijken. Dat maakt het tot een sterk team.

In het Wildwater-pakhuis hebben inmiddels 13 professionals een vaste werkplek. Daaronder niet alleen een 'traditionele' tekstschrijver en dito vormgevers, maar ook een consultant strategie en transitie, een communicatieadviseur, een online ontwerper en websitebouwer, een app-ontwikkelaar, een online marketing specialist, een evenementen-

Een jaar geleden kwam Jouke Wijnalda bij toeval in contact met art director Peter Fransz. Samen deden ze de communicatie rond het klassieke muziekfestival CityProms in Leeuwarden. Het succes daarvan smaakte naar meer. "Inmiddels is er meer, in meerdere opzichten. Qua organisatie hebben we de juiste mix van mensen. En het werkt. Bestaande relaties doen nu ook al een beroep op ons doen als het gaat om andere communicatie-activiteiten dan voorheen."

Maximale betrokkenheid, minimale overhead

Initiator Peter Fransz legt uit waarom Wildwater juist anno nu van meerwaarde is: "Ik heb de behoefte vanuit het bedrijfsleven met name in de laatste jaren van mijn 30-jarige reclamecarrière snel zien omslaan. Opdrachtgevers vragen niet alleen om andere vormen van communicatie, maar ook om andere vormen van samenwerking. Ze willen vaker zelf bij de regie betrokken zijn. Dus direct aan tafel bij de mensen die het echt voor ze bedenken en niet schakelen via de accountmanager. Van een bureau verwachten ze daarnaast maximale betrokkenheid en minimale overhead. En dat is precies wat Wildwater kan bieden."

De Wildwater-formule

Yvonne Bleize is de strateeg bij Wildwater. Ze is gespecialiseerd in reputatiemanagement & corporate communicatie en adviseert bedrijven, instellingen en overheden op het gebied van duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen en de wegen om dat te bereiken. Bleize: "Wildwater is ook het resultaat van een veranderende arbeidsmarkt. Goeie

mensen willen vaak niet meer in een klassiek dienstverband werken. Ze willen meer autonomie, meer loon naar werken, minder hiërarchie. Neem onze Gerard, een dertiger en autoriteit op het gebied van social media en online marketing; die laat zich echt niet de les lezen door het type 'reclamebaas met rota-erkenning'. Niet voor niets zijn dit soort professionals afgelopen vijf jaar massaal zzp-er geworden. Maar ze willen wel collega's. Daarom zoeken ze naar andere vormen van samenwerken, waarin professionele inspiratie en commercieel voordeel hand in hand gaan met plezier in je werk. Bij Wildwater werken we ook zo. We opereren als een hecht team onder de naam Wildwater, formeel gezien is ieder van ons zelfstandig. Het samenwerken vanuit 1 locatie heeft als grote voordeel dat we goed op de hoogte zijn van elkaars activiteiten voor de klant. Door het delen van kennis en ervaringen met vakgenoten stimuleren we elkaar enorm. Dat merken onze opdrachtgevers natuurlijk ook.

Het was druk bij het 'Open Huis' van Wildwater.

Na een korte speech van Peter Fransz richtten alle ogen zich op de grote witte muur waarop eerst een zelf geproduceerde bedrijfsfilm werd geprojecteerd, gevolgd door de nieuwe website. **Wildwater.nl** straalt een aanstekelijk soort energie uit. Alle associaties die de naam oproept worden waargemaakt: transparant, vloeiend en tegelijk krachtig en vruchtbaar... "Afgelopen zomermaanden hadden veel weg van een echte wildwaterbaan", aldus copywriter Frans Visser. "Niet alleen zijn een paar mooie namen aan de klantenlijst toegevoegd, maar ook een paar gerenommeerde professionals aan de formule. Nieuwe huisstijl, nieuwe website, alles roept: **kom maar op!**"

Voor de adresgegevens verwijzen wij u graag naar: www.wildwater.nl

Wildwater bestaat uit vlnr.:

Carel Nout

(Wildwater Corporate Events)

Jurgen Bakker

(Wildwater Audiovisueel)

Jelle Kingma

(Wildwater Internet)

Rudi Stuve

(Wildwater dtp | Vormgeving,

Frans Visser

(Wildwater Tekst | Concept)

Yvonne Bleize

(Wildwater Strategie | Transitie)

Bertrand Weegenaar

(Wildwater Mobile Concepts)

Gerard Duursma

(Wildwater Online Marketingadvies)

Peter Fransz

(Wildwater Creatie en

Wildwater Packaging Design)

Sake Vellema

(Wildwater Internet)

Hidde Finne Peters

(Wildwater Internet)

Eric Voigt

(Wildwater Mobile Concepts)

Jouke Wijnalda

(Wildwater Communicatieadvies)



Uit de pagina 'wie is wie' van de Wildwatersite:

We hebben ons laten fotograferen onder een koude douche. Let op het effect. U ziet ons zoals we echt zijn, ongeposeerd. Onder een golf koud water kun je geen masker ophouden. Goede communicatie werkt ook een beetje als een koude douche. Goede communicatie doorbreekt de onverschilligheidsbarrière die mensen rond zichzelf opwerpen. Echte emoties komen opeens zichtbaar aan het oppervlak. Mensen 'openen' zich. Wilt u dat mensen zich eens wat meer openen voor uw visie, of voor uw merk of product? Dan is Wildwater de partij om mee te praten. Een vrijblijvende afspraak is zo gemaakt. Wees niet bang, de meeste opdrachtgevers ervaren een kennismaking met Wildwater als een warm bad.

Wildwater is vernieuwd, en hoe!



Was het voorheen vooral grafisch vormgever Peter Fransz die aan de naam van het creatieve communicatiebureau gekoppeld werd, nu is dat wel anders. "De gedachte achter het nieuwe Wildwater is vooral ontstaan vanuit klantbehoeften. En zo hoort het natuurlijk ook. "Met dertien ervaren communicatiemensen die allemaal hun eigen specialisme hebben, kunnen we klanten over de hele breedte bedienen. En dat vanaf 1 locatie, in een 'creatief pakhuis' in Leeuwarden." De Zakenspiegel ging naar het Open Huis van Wildwater op 5 oktober jl. en stelde vast: *het creatieve en energieke van de club spat ervan af.*

In het Wildwater-pakhuis hebben inmiddels 13 professionals een vaste werkplek. Daaronder niet alleen een 'traditionele' tekstschrijver en dito vormgevers, maar ook een consultant strategie en transitie, een communicatieadviseur, een online ontwerper en websitebouwer, een app-ontwikkelaar, een online marketing specialist, een evenementen-organisator, een verpakingsontwerper en een specialist die helemaal thuis is op het gebied van video en motion graphics. "Het is natuurlijk

geen toevallig tot stand gekomen gezelschap" aldus Jouke Wijnalda, voormalig Hoofd Communicatie bij Friesland Bank en de generalist in het gezelschap. "De verschillende expertises die de Wildwater-mensen inbrengen, sluiten goed op elkaar aan. Bovendien zijn de mensen in staat om op basis van hun ervaring over de grenzen van hun eigen specialisme heen te kijken. Dat maakt het tot een sterk team.

Een jaar geleden kwam Jouke Wijnalda bij toeval in contact met art director Peter Fransz. Samen deden ze de communicatie rond het klassieke muziekfestival CityProms in Leeuwarden. Het succes daarvan smaakte naar meer. "Inmiddels is er meer, in meerdere opzichten. Qua organisatie hebben we de juiste mix van mensen. En het werkt. Bestaande relaties doen nu ook al een beroep op ons doen als het gaat om andere communicatie-activiteiten dan voorheen."

Maximale betrokkenheid, minimale overhead

Initiator Peter Fransz legt uit waarom Wildwater juist anno nu van meerwaarde is: "Ik heb de behoefte vanuit het bedrijfsleven met name in de laatste jaren van mijn 30-jarige reclamecarrière snel zien omslaan. Opdrachtgevers vragen niet alleen om andere vormen van communicatie, maar ook om andere vormen van samenwerking. Ze willen vaker zelf bij de regie betrokken zijn. Dus direct aan tafel bij de mensen die het echt voor ze bedenken en niet schakelen via de accountmanager. Van een bureau verwachten ze daarnaast maximale betrokkenheid en minimale overhead. En dat is precies wat Wildwater kan bieden."

De Wildwater-formule

Yvonne Bleize is de strateeg bij Wildwater. Ze is gespecialiseerd in reputatiemanagement & corporate communicatie en adviseert bedrijven, instellingen en overheden op het gebied van duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen en de wegen om dat te bereiken. Bleize: "Wildwater is ook het resultaat van een veranderende arbeidsmarkt. Goeie

mensen willen vaak niet meer in een klassiek dienstverband werken. Ze willen meer autonomie, meer loon naar werken, minder hiërarchie. Neem onze Gerard, een dertiger en autoriteit op het gebied van social media en online marketing; die laat zich echt niet de les lezen door het type 'reclamebaas met rota-erkenning'. Niet voor niets zijn dit soort professionals afgelopen vijf jaar massaal zzz-er geworden. Maar ze willen wel collega's. Daarom zoeken ze naar andere vormen van samenwerken, waarin professionele inspiratie en commercieel voordeel hand in hand gaan met plezier in je werk. Bij Wildwater werken we ook zo. We opereren als een hecht team onder de naam Wildwater, formeel gezien is ieder van ons zelfstandig. Het samenwerken vanuit 1 locatie heeft als grote voordeel dat we goed op de hoogte zijn van elkaars activiteiten voor de klant. Door het delen van kennis en ervaringen met vakgenoten stimuleren we elkaar enorm. Dat merken onze opdrachtgevers natuurlijk ook.

Het was druk bij het 'Open Huis' van Wildwater.

Na een korte speech van Peter Fransz richtten alle ogen zich op de grote witte muur waarop eerst een zelf geproduceerde bedrijfsfilm werd geprojecteerd, gevolgd door de nieuwe website. **Wildwater.nl** straalt een aanstekelijk soort energie uit. Alle associaties die de naam oproept worden waargemaakt: transparant, vloeiend en tegelijk krachtig en vruchtbaar... "Afgelopen zomermaanden hadden veel weg van een echte wildwaterbaan", aldus copywriter Frans Visser. "Niet alleen zijn een paar mooie namen aan de klantenlijst toegevoegd, maar ook een paar gerenommeerde professionals aan de formule. Nieuwe huisstijl, nieuwe website, alles roept: **kom maar op!**"
Voor de adresgegevens verwijzen wij u graag naar: www.wildwater.nl

Wildwater bestaat uit vlnr.:

Carel Nout

(Wildwater Corporate Events)

Jurgen Bakker

(Wildwater Audiovisueel)

Jelle Kingma

(Wildwater Internet)

Rudi Stuve

(Wildwater dtp | Vormgeving,

Frans Visser

(Wildwater Tekst | Concept)

Yvonne Bleize

(Wildwater Strategie | Transitie)

Bertrand Weegenaar

(Wildwater Mobile Concepts)

Gerard Duursma

(Wildwater Online Marketingadvies)

Peter Fransz

(Wildwater Creatie en

Wildwater Packaging Design)

Sake Vellema

(Wildwater Internet)

Hidde Finne Peters

(Wildwater Internet)

Eric Voigt

(Wildwater Mobile Concepts)

Jouke Wijnalda

(Wildwater Communicatieadvies)



Uit de pagina 'wie is wie' van de Wildwatersite:

We hebben ons laten fotograferen onder een koude douche. Let op het effect. U ziet ons zoals we echt zijn, ongeposeerd. Onder een golf koud water kun je geen masker ophouden. Goede communicatie werkt ook een beetje als een koude douche. Goede communicatie doorbreekt de onverschilligheidsbarrière die mensen rond zichzelf opwerpen. Echte emoties komen opeens zichtbaar aan het oppervlak. Mensen 'openen' zich. Wilt u dat mensen zich eens wat meer openen voor uw visie, of voor uw merk of product? Dan is Wildwater de partij om mee te praten. Een vrijblijvende afspraak is zo gemaakt. Wees niet bang, de meeste opdrachtgevers ervaren een kennismaking met Wildwater als een warm bad.