



PERSBERICHT

Antwerpen/Roeselare, 4 april 2011

## Think Media en the House of HR richten samen *Represent op*

*Models with (an) attitude* commercialiseert de modellen- en hostessenactiviteiten en *Brand Professionals* focust op field marketing

Think Media en the House of HR (het moederbedrijf van o.a. Accent Jobs) hebben een nieuwe joint venture opgestart, *Represent*. De nieuwe joint venture zal werken met twee handelsnamen. Enerzijds zal *Models with (an) attitude* de modellen- en hostessenactiviteiten commercialiseren en anderzijds zal *Brand Professionals* zich concentreren op field marketing.

Maurice De Velder, CEO Think Media, licht toe : "Think Media heeft al jaren een getraind oog voor meisjes met uitstraling. Ze sieren niet alleen de covers van onze magazines, maar ze ondersteunen ook tal van *brand activation events* en externe bedrijfsevenementen. We hebben er samen voor gekozen om die activiteiten verder uit te bouwen en te professionaliseren binnen een nieuwe entiteit. De opsplitsing met de twee handelsnamen, met name *Models with (an) attitude* en *Brand Professionals* zal ons toelaten heel gefocust te werken in functie van onze klanten. We zijn dan ook blij met de meerwaarde die the House of HR zal bieden aangaande de specifieke administratieve handelingen die vereist zijn bij deze bedrijfstak."

Lieven Bonamie, marketing director, the House of HR: "Met the House of HR willen we aanwezig zijn in alle segmenten van de HR-markt. Het partnership dat we nu met Think Media hebben geformaliseerd zal toelaten de business rond hostessen, modellen en field marketeers erg professioneel aan te pakken, zowel wat rekrutering als administratieve opvolging betreft. De joint venture combineert het beste van twee werelden, de *operational excellence* op het gebied van loonadministratie en tewerkstelling van the House of HR en het instroommodel van Think Media."

Meer informatie:

Lieven Bonamie, marketing director, the House of HR, tel.: 051.460.473

Sven Verresen, communicatiemanager Think Media, tel.: 03 20 20 105



The House of HR hertekent voortdurend de wereld van human resources management volgens de noden en opportuniteiten die zich voordoen en aankondigen, en dat over geografische en disciplinaire grenzen heen. The House of HR is actief in het volledige landschap van HR-oplossingen, met Business Units in uitzendarbeid (Accent Jobs), interimarbeid (Just Work), detachering (Logi-technic& Peak6), dienstencheques (Home Maid), HR-media (RV-Jobs) en HR-events (Accentrique). The House of HR is actief in België, Nederland en Spanje, telt 697 eigen medewerkers en realiseert een geconsolideerde omzet van € 204 miljoen (2009). Voor meer informatie: [www.houseofhr.be](http://www.houseofhr.be)

Think Media beschikt met Think Media Outdoor, Think Media Magazines en Think Media Digital over drie sterke mediadragers met een doeltreffende slagkracht. Sinds begin 2010 herbergt Think Media ook Life!tv. Vier mediaplatformen die crossmediaal perfect inspelen op de nieuwe noden van de markt. Think Media heeft daar met twaalf verschillende magazines, dertien onlinetitels en een tv-zender een sterk antwoord op. Daarnaast beheert Think Media via zijn dochteronderneming Think Media Outdoor nog een nationaal affichagenetwerk van 8m<sup>2</sup>- en 20m<sup>2</sup>-reclameborden en een exclusiviteitscontract voor de exploitatie van de point of sales op alle parkings van Delhaize De Leeuw en AD Delhaize.

Think Media Magazines is uitgever van de magazines P-magazine, Ché, Menzo, Chief, Officieel PlayStation Magazine, Motoren & Toerisme/Moto & Loisirs, MotorWereld, Spoorwegjournaal/Journal du Chemin de Fer en Modelspoormagazine/Train Miniature Magazine. Daarmee bereikt Think Media Magazines maandelijks ruim 850 000 hoofdzakelijk mannelijke lezers. Think Media Magazines verzorgt ook de reclameregie van zijn magazines en onlinetitels.

Think Media Digital beheert de onlineactiviteiten van de magazines en een aantal toonaangevende portaalsites. Het gaat om de portaalsites Clint.be, 4Gamers.be en deMotorsite.be/Moto-online.be en de websites verbonden aan de magazines (p-magazine.be, che.be, menzo.be, chief.be, playstationpure.be, motorwereld.be, motoren-toerisme.be, moto-loisirs.be, modelspoormagazine.be en trainminiaturemagazine.be). Net zoals de magazines van Think Media Magazines spreken de websites voornamelijk mannen aan en gooien ze hoge ogen bij hun doelgroep.

Think Media Outdoor beschikt over een brede waaier aan outdoorreclamedragers, die in het visibiliteitsplan van de adverteerder op maat worden ingevuld. De keuze is gevarieerd: groot formaat 8m<sup>2</sup> en 20m<sup>2</sup>, point of sales 2m<sup>2</sup> Delhaize, evenals monumentale reclamedoeken.

Life!tv brengt Mentertainment, volledig in lijn met het bekende DNA van de online en offline titels van Think Media. Met humor, sensualiteit en stoere programma's is Life!tv er voor de bruisende man. Lekker levendig, een tikkeltje arrogant, erg mannelijk.