

מוטי רובינשטיין

הענף המפתיע לא מפסיק לייצר כותרות

מגעים לרכישת משרד הפרסום 'טריו'

שני משרדי פרסום חרדיים מנהלים מגעים קדחתניים בשבועות האחרונים, לרכישת הבעלות על משרד הפרסום המגזרי 'טריו' מבית 'אדלר חומסקי' • תגובת הנוגעים בדבר: "אין תגובה" • כל הפרטים



של 50-60 מיליון דולר. את המניות של אדלר במשרד (40%) קונים השותפים הצעירים ב'אדלר חומסקי', שהמרכזי בהם הוא אייל חומסקי, שמחזיק כ-40% ב-40%.

כנראה שמשרד הפרסום 'טריו', חברת בת של 'אדלר חומסקי', כאמור, לא מספיק קורץ לבעלים החדשים. מנהלי 'אפיקים' ו'גל אורן' - שני המשרדים הגדולים הממוקמים באותה משבצת בדירוגי 'יפעת' בסיכום החציון הראשון של 2010 - נצפו מנהלים שיחות אישיות עם בכירי המשרד המוצע למכירה. יו"ר 'קבוצת אפיקים', יגאל רווח: "אין תגובה". גם מנכ"ל משותף

שדיווחה על המיזוג. המיזוג, בסופו של דבר, התברר כ'מיזוג אוויר'. 'קרימלובסקי כהן' נשאר במקומו המכובד, ו'טריו' נכנסה מנהלת חדשה, הלא היא בינה פלדשטיין. גם על המאורע הזה דיווחנו בהרחבה. כך או כך, הדיווח הנוכחי, ייצא, אי"ה, אל הפועל במהלך החודשים הקרובים, אם בכלל. הדיבורים, הפגישות והתגובות - מוכיחות יותר מכל על קיומם של מגעים, קדחתניים יש לומר.

אדלר מוכר, 'טריו' למכירה

בעיתונות הכלכלית פורסם בשבוע שעבר כי ראובן אדלר, אחד הפרסומאים הוותיקים והמשפיעים בישראל, ייצא בהדרגה מהבעלות על משרד הפרסום 'אדלר חומסקי' ויישאר יו"ר פעיל. על פי ההערכות, העסקה משקפת למשרד שווי

בענף הפרסום, כמעט ואין דבר מובן מאליו. כל דבר, כמעט, יכול לקרות בו. הפעם, הכותרת שלנו דרמטית מתמיד, על פניו, אך כבר היו דברים מעולם. הדיווח הנוכחי מבשר על כך כי 'טריו', מגדולי המשרדים המגזריים, עומד בפני שינוי משמעותי בצמרת ההנהגה. נכון למועד כתיבת שורות אלו, מוצאי יום הכיפורים, המשרד עומד תחת בעלותה של חברת האם, 'אדלר חומסקי אנד ורשבסקי'. מה יקרה בעוד מספר שבועות? אין לדעת.

לפני מספר חודשים, עת התפטר מ'טריו' המנכ"ל, מוטי קוטיינה, בערה האש מתחת לפני השטח. דיבורים על מיזוג אפשרי עם 'קרימלובסקי כהן' עשו את כל הדרך משולחן הישיבות אל אוזנו של כותב השורות, שהצליב את המידע באמצעים העומדים לרשותו והחליט לצאת בכותרת (דרמטית)

המצעד החרדי

15.9-9.9

המפרסמים

\$28,294	ברכת הארץ
\$25,252	קופ"ח מאוחדת
\$19,654	קופ"ח מכבי
\$19,654	שופרסל
\$16,901	סוכות ירושלים

העיתונים

משפחה	47 עמ'
יתד נאמן	45 עמ'
המודיע	27 עמ'
המבשר	18 עמ'



לתשומת לב!

הנתונים מבוססים על פי מחירי מחירון של כל מודעות הפרסום שהתפרסמו בעיתונים המודיע, יתד, משפחה ובקהילה. המחיר הריאלי נמוך בכ-60%. ט.ל.ח.

הבהרה

הסיקור מתייחס לשבוע שבין כסה לעשור, החל מיום חמישי (ר"ה) עד יום רביעי (ערב יו"כ). בשבוע זה הופץ עיתון 'משפחה' מוקדם מהצפוי, ביום רביעי, ונכנס לדירוג. 'בקהילה' יצא ביום הקבוע ומשום כך, נעדר מן הרשימה.

למדני חוקין

מוטי רובינשטיין סייר בין מסדרונות מכללת 'לומדה', ישב עם התלמידים, השתתף בהרצאה על יחסי ציבור והפנים כל מילה • יח"צ במסווה של ראיון בלעדי ומיוחד עם מנהל מערך הלימודים? גם את זה התלמידים לומדים שם



הרב ישראל איינלר מרצה על עיתונאות

"יש לנו מחלקת פיתוח שכל תפקידה הוא לבחון את השוק כדי לגלות עוד צרכים. המחלקה מחפשת לפתוח קורסים שכלל לא קיימים בשוק", אומר וינט ומביא דוגמאות: "יש לנו קורס של עריכה תורנית, ובו שלושים תלמידים. יש גם קורס להוראה מקדמת בגמרא, בשיתוף מכון יד צבי". הקורס מקנה כלים לטפל בקשיים לימודיים וחסמים פסיכולוגיים דרך הגמרא, בשיטה ייחודית. קורס נוסף שאנחנו פותחים יהיה קורס יינגות. "העניין הוא, שבמקום לומר כל הזמן 'תלמדו מחשבים, תלמדו גרפיקה', אנחנו אומרים 'בואו נחשוב על דברים ייחודיים, שתוכלו גם להתפרנס מזה'. ואז גילינו שהנושא של ייצור יין מספיק מבוקש, והשוק לא רווי".

תלמידים באים גם מחוץ לירושלים?

"בוודאי יש תלמידים מכל הארץ. אגב, סיימנו לאחרונה את המחזור השלישי במגמת טכנות, קורס שפיים יש בחור, אלי שוורץ שמו, שהגיע ללמוד מצפת. הוא סיים את לימודיו בהצלחה ובזכות מחלקת ההשמה שלנו, הוא היום עובד בתחום ומאוד מצליח".

מה המטרות של 'לומדה'?

"לקחת אנשים שנאלצו לצאת ללימודים ורוצים לכלכל את ביתם, ולתת להם את המסגרת המקצועית, החרדית, ברמה הגבוהה ביותר, כדי שיוכלו להשתלב בעבודה ולעשות את מלאכתם על הצד הטוב ביותר".

הוותק", אומר וינט. "יש הרבה מאוד אלמנטים שמאפיינים את 'לומדה' והופכים אותה לייחודית מסוגה. יציבות לאורך זמן, ניסיון מקצועי שצברנו, עבודה מול הציבור החרדי, אבחון, מרכז השמה, מיקום, תוכניות לימודים, סגל מרצים וכו'".

אנו מבקשים ממנו לפרט עוד קצת בנושא האבחון ובנושא החשוב מאין כמותו - ההשמה.

לדבריו, כל תלמיד עובר אבחון תי"ל. מדובר במבחן בו התלמיד יושב מספר שעות מול מחשב במסגרת מבחן פסיכו-טכני. לאחר מכן, הוא יושב עם יועץ תעסוקתי המנתח את יכולותיו המקצועיות. "אנחנו לא בודקים ידע", מציין וינט. "אלא יכולות מקצועיות וכישורים פרופר. כך אנחנו יכולים להתאים אותו למקצוע הרלוונטי, למרות שהנבחן מגיע בלי ידע במתמטיקה, באנגלית או בתחום אחר".

בשנים האחרונות הגיעו בהנהלת 'לומדה' למסקנה כי עליהם לסייע לתלמידיהם למצוא עבודה. לשם כך, הצטיידו בחברת השמה שפועלת לצד המכללה ודואגת לשיבוצם של התלמידים במקומות עבודה עם תום הלימודים.

מדוע בחרתם להקים דווקא בית ספר לתקשורת?

"השתתפנו בכינוס של הג'וינט בנושא תעסוקה לחרדים", מספר וינט. "מנהל של אחד המשרדים בתחום הפרסום היה שם ואמר כי לדעתו יש צורך דחוף למקצע אנשים בתחום. הוא אמר שחסרים, לדעתו, כחמישים

לפני כשבועיים ביקרנו ב'לומדה', במטרה להתרשם פיזית מהמקום. בהזדמנות זו, הזמינו אותנו להשתתף באחת מההרצאות. ההרצאה עסקה ביחסי ציבור, והתלמידים קיבלו המחשה מוחלטת לגבי עבודתו היומיומית של היחצן, או הדובר החרדי.

"עכשיו אציג בפניכם סרטון ובו נאום במליאת הכנסת", אמר ירח טוקר, דובר ועדת הכספים, לתלמידים. "תחשבו שאתם יועצי התקשורת של הנואם, תנסו לאתר כותרת מתוך הנואם ולכתוב ידיעה לעיתונות".

בשעתיים שחלפו מאז נכנסנו לכיתה ישבנו מרותקים. הרמה של התלמידים הפליאה אותנו. המרצה עבר על כל הידיעות שנכתבו, ורובם ככולם, כך אנו מסיקים יחדיו, היו יכולות לעבור היישר אל רשימת התפוצה של מאות עיתונאים בישראל. "יש בשר", אומר טוקר בסיפוק. "הם הביאו חומר מעניין".

חוגגים עשרים, ולא בשביל הכותרת

"תפקידנו ליצור מקורות פרנסה חדשים לציבור החרדי", אומר לנו מיכאל וינט, מנהל מערך הלימודים במכללה הירושלמית הוותיקה. "אנחנו חוגגים עשרים שנות פעילות. לא בשביל הכותרת, באמת חוגגים עשרים".

ברקות הקרובות הוא יציין נקודות מרכזיות בחייה של המכללה. "מלבד

קשה עליי פרידתכם

קשה עליי פרידתכם, קוראים יקרים.

אני עוזב את 'מרכז העניינים' בתחושה מעורבת. מצד אחד אני נכנס לעבודה מקיפה יותר, אף היא בתחום העיתונות. מאידך, השינוי מאלץ אותי להיפרד מבית, בית בו גדלתי וחונכתי מקצועית. דרכי בעיתון זה רצופה, בין השאר, בשבעים מדורי פרסום. בזכותם - ובזכות התגובות שלכם - זכיתי להחכים ולהשתפר.

'מרכז העניינים' נתן לי את הבמה הראויה ביותר להתפתח. הוא הכניס אותי למעל מאה וחמש עשרה אלף בתים מדי שבוע. אליכם, הקוראים, שידעתם לקרוא ולהגיב. אין מי בין עמיתי בעיתונות החרדית שזוכה לקבל תגובות כה רבות, ממגוון כה רחב של אנשים, כמו שהיו לי ולנו, כותבי 'מרכז העניינים'. אינני רואה צורך בפירוט הסיבה הנעוצה בכך. זו בדיוק עבודתם של אנשי השיווק, שיודעים להסביר דבר או שניים על החשיפה הייחודית והאפקטיבית של העיתון החרדי, שהוא ללא ספק הנפוץ במדינה. היו שלום. תמשיכו ליהנות מעיתון נפלא שקשוב לקהל קוראיו, מעיתון שהשתפר והשתדרג לאין ערוך גם על פי ההערות שלכם.

תודה לכם, מאות אלפי קוראינו היקרים. תחסרו לי.

מוטי רובינשטיין