

Juryrapport Uncle Bill

Met hun uitgesproken visie dat humor een van de sterkste aanjagers is van merkimpact, weet Uncle Bill zich in korte tijd opvallend krachtig te positioneren binnen het creatieve bureaulandschap. De jury van de SAN New Kids On The Block Accent 2025 was unaniem onder de indruk van de manier waarop het bureau fun weer centraal zet in advertising — niet als gimmick, maar als strategisch en effectief fundament. De vondst “FUNdamenteel” vat hun gedachtegoed treffend samen: een scherpe combinatie van plezier, creativiteit en business ownership.

De energie spat van alles af: van campagnes en brand character tot presentatie en positionering. Uncle Bill laat zien dat fun en effectiviteit elkaar niet uitsluiten, maar juist versterken. Hun geïntegreerde aanpak — strategie, creatie en productie in één — gecombineerd met een creator-first mentaliteit, resulteert in werk dat zowel raakt als werkt. Dat dit aanslaat blijkt uit de indrukwekkende klantenlijst die zij in slechts twee jaar hebben opgebouwd, met merken als ABN AMRO, Tikkie, Funda en Woolsocks.

De jury roemt daarnaast de heldere en moeilijk kopieerbare propositie. Alles klopt: de positionering, het werk, de uitstraling en de overtuiging waarmee het bureau opereert. Uncle Bill voelt als een bureau dat vanuit de adverteerder is gedacht — een bureau waarmee je wilt werken. Daarmee vervullen zij een duidelijke behoefte in de markt én tonen zij overtuigend toekomstpotentie. **Precies daarom bekroont de jury Uncle Bill als winnaar van de SAN New Kids On The Block Accent 2025.**