

tekst Peter van Zijp*

DE H VAN HEADING



NEW AMEV POSTBUS 2072, 3900 HB UTRECHT TEL: 030 - 5723390

Weet uw pensioen al dat u langer gaat leven?

Bent u iemand die op een goede dag z'n laatste sigaret doofde, of van plan is dat te gaan doen? Die alcoholvrije bierjes lust en sinds kort in staat is voor een overheerlijke kroket te bedanken? En die nog niet zo lang geleden tot de pijnlijke ontdekking kwam dat een mens spieren heeft?

Dan moeten wij eens met u praten. Door er een zo gezonde levenswijze op na te houden, loopt u namelijk een goede kans dat u langer zult leven. En daar moet uw pensioen van op de hoogte zijn, nietwaar?

Een fitte zestig-, zeventig- of tachtig-plusser zijn immers pas echt interessant als je ook nog 'ns een buitenlands reisje kunt maken. Of een autootje kunt kopen. Of er een aardige liefhebberij op na kunt houden.

Sta daarom even stil bij uw pensioen. En zorg nu het nog kan, voor een goede oudedagsvoorziening. Dat kan op nogal wat verschillende manieren.

Welke voor u de beste is hangt af van uw leeftijd, uw mogelijkheden en natuurlijk

uw persoonlijke wensen. Wilt u bijvoorbeeld gedurende een aantal jaren een vast bedrag voor later reserveren of bekijkt u liever per jaar hoeveel u er voor over heeft?

Geeft u de voorkeur aan een goed rendement gekoppeld aan zo veel mogelijk zekerheid of durft u voor een hogere opbrengst enig risico te nemen?

Misschien vindt u het allemaal knap ingewikkeld. Toch is het eenvoudiger dan u denkt. En ook voordeliger. Want betalingen voor een pensioen zijn fiscaal aftrekbaar. Leest u het boekje 'Pensioen abc' van AMEV maar 'ns.

Het loodst u in begrijpelijke taal door de wereld van pensioenen en laat u zien dat sparen voor een pensioen zeer lucratief kan zijn.

Uw verzekeringsadviseur heeft dit boekje voor u klaarliggen. Hij of zij is tevens de persoon die antwoord op uw vragen kan geven. Plus een op uw persoonlijke situatie toegespitst advies.

Log even bij hem of haar langs. Dan wordt uw pensioen tenminste even gezond als u.

AMEV maakt er gewoon meer werk van.

Creatie: Monique Gerritsen en Gerard Foekema.

In gewoon Nederlands: de kopregel. Wat is daar eigenlijk mee gebeurd? Hij lijkt van het toneel verdwenen. Zeker als je *heading* - heel subjectief - definieert als: een prachtig geformuleerde zin die de lezer bij zijn nekvel grijpt en niet meer loslaat. Moeten we daar rouwig om zijn? Hebben we hem nog wel nodig?

Vergelijk de volgende twee advertenties, beide voor een camera met zoomlens. In 1995 schreef Tony Barry de heading: *Take one more shot of me and I'm going to cross that street, jump over that fence, run through that wood, swim that river, climb to the top of that mountain and ram that camera right down your throat* bij een visual met een close-up van een woedende vrouw. Ruim tien jaar later: een advertentie zónder kopregel. Visual: hand richt camera op ruig berglandschap. Op het scherm zie we

Osama Bin Laden zitten, beeldvullend. Allebei briljant. Maar welke is de beste? Als copywriter ben ik geneigd te zeggen: de eerste. Maar ik zie de tweede eerder een triomftocht door social media maken.

Persoonlijk mis ik 'm wel, die goeie oude heading. *Het zijn weer tijden om je te abonneren op Vrij Nederland* (1978), of *Donkere kamer voor ongeduldige fotografen* (Polaroid, 1979). De jaartallen zeggen genoeg: voor de betere moeten we ver terug.

Ook in het reclameonderwijs is zijn rol inmiddels uitgespeeld. Je kunt een stagiair niet erger martelen dan door te vragen om het eens te zeggen in een poster. Nee, geen QR-code erin, geen acteurs erbij, maar 'gewoon' een tweedimensionale poster die een boodschap in je gezicht laat ontploffen. Paniek! Misschien is dat wel het meest kwalijke

aan de teloorgang van de heading. We verleren een kunst die nog steeds ongelofelijk belangrijk is: iets goed zeggen. Zo goed dat mensen geraakt worden en in beweging komen. Zoals in bovenstaande AMEV-advertentie uit 1991. Ik ben daarna meteen gestopt met hardlopen.

*Peter van Zijp is copywriter en algemeen directeur BVH Groep.

In 26 afleveringen krijgen even zoveel mensen de kans om via de rijke wereld van www.reclamearsenaal.nl te kijken naar de historie. Elke aflevering komt een nieuwe letter aan bod. Deze rubriek wordt samengesteld door Kees Sterrenburg.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ