

tekst Peter van Zijp*

DE G VAN GROTE DONORSHOW



Achteraf hadden veel mensen 'het altijd al gezegd'. Maar toen Patrick Lodiers tijdens de live uitzending op 1 juni 2007 het beeld in stapte en verklaarde dat zelfs BNN niet zover wilde gaan om een gezonde nier inzet te maken van een veredelde beautycontest, bleek daar toch weinig van. We waren er met z'n allen ingestonken, de Tweede Kamer en de internationale media inclusief. En de storm van verontwaardiging die de weken voor de uitzending had gewoed, had intussen het thema orgaantransplantatie een ongekende hoeveelheid aandacht bezorgd. Als je dat met een 'gewone' campagne in betaalde media had willen bereiken ... tja, hoeveel budget was er dan wel niet nodig geweest? Dat is misschien wel de beste reden om de *Grote Donorshow* op te nemen in een serie over beroemde campagnes. Als

mijlpaal in middelenvrij denken. Waar we vroeger op de automatische piloot hadden gekozen voor een emotionele commercial of zes 1/1 pagina's long copy (ik had ze graag willen maken, daar niet van), verzoon BNN een gewaagde stunt - een leugen eigenlijk - waarmee miljoenen op het verkeerde been werden gezet. En waarbij het risico op ontdekking wekenlang levensgroot was. Je moet maar durven. De Grote Donorshow won het jaar daarop nogal wat (reclame)prijzen, inclusief een zilveren ADCN lamp. Decennialang waren jury's gewend om concepten van tastbare middelen te beoordelen. Nu werd een totaal ander idee bekrond. Een idee dat niet 'kapot' kon gaan aan een matige cameravoering of een rommelige lay-out. En ook niet kon struikelen over een onhandig geformuleerde

kopregel of een typografie die net niet meer van deze tijd is. Daarvoor was het te ongrijpbaar. Mooi is dat. De wereld verandert, het vak verandert; ideeën blijven leidend. Of zoals John Hegarty jaren geleden al eens zei: *'It is ideas that change the world - not the letter spacing in your headline.'* En zo is het. Met de typografie en de spatiering van het logo in het decor van de Grote Donorshow was trouwens ook niks mis.

**Peter van Zijp is creatief directeur en copywriter bij Baas en Van Haastrecht.*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

