

tekst Dieuwer Bulthuis*



DE Z VAN ZWANEN

Het ReclameArsenaal-alfabet over reclameklassiekers wordt samengesteld door Kees Sterrenburg.

Metaforen in de reclame. Ik ben er niet zo dol op. Sterker nog, ik heb een enorme hekel aan metaforen in de reclame. Want daar waar ze doorgaans bedoeld zijn om de boodschap te verduidelijken, zorgen ze juist voor verwarring en omslachtigheid. En al helemaal wanneer ze in het dierenrijk worden gezocht. Maar ook op mijn regels zijn er uitzonderingen. Ik noem de zwanen van KLM. Wat mij betreft één van de grootste reclameklassiekers die Nederland ooit heeft gekend.

Een campagne uit duizenden, gemaakt van BBC-beelden en stockgeluid. Gebaseerd op de ideale metafoor, die nota bene leeft tussen de huisstijlkleuren.

Een campagne die na vijftien jaar moeiteloos nog vijftien jaar had kunnen lopen. Die op ReclameArsenaal goed is voor zeven pagina's aan zoekresultaten. En daarbuiten voor tientallen reclameprijzen, waaronder 's lands eerste Gouden Loeki.

Maar bovenal een campagne die anno 2012 nog steeds leeft. Terwijl de zwanen zelf al zeker zeven jaar uit de lucht zijn. Ga maar na in uw omgeving. Grote kans dat er tenminste één iemand bij zit die denkt dat de campagne nog gewoon loopt. Bij mij waren het er vijf. Of kijk naar uzelf, toen u bij het open slaan van deze bladzijde bovenstaand plaatje zag. Tien tegen één dat u direct

moest denken aan KLM. En dat terwijl bovenstaand plaatje helemaal niets met de campagne te maken heeft. De zwanen van KLM zijn de dierlijke ambassadeurs van het Swiebertje-effect. Of ze nou zwemmen in de gracht, of zitten op je hotelbed. Zie je een zwaan, dan denk je aan KLM. En dat maakt deze campagne tot één van de grootste klassiekers uit de Nederlandse reclame. Zelfs een metaforenhater als ik moet dat beamen.

**Dieuwer Bulthuis is copywriter bij TBWA\Neboko.*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

