

tekst Hans van Walbeek\*



## DE M VAN MELK

Bijna dertig jaar geleden: 'Melk moet' wordt 'Melk. De witte motor'. Ik vat samen aan de hand van ReclameArsenaal *avant la lettre*, de jaarboeken van de ADCN, en begin met 1983: Verkeersbord, Elftal-opstelling Oranje, Heg, Schilderij, Ballet-barre, Schaken, Stropdas, Typemachine, Scrabble, Biljart, Secretaresse, Telefoonboek, Componist, Popeye en Ochtendgymnastiek. Nogmaals, dit is de selectie van de ADCN en lang niet alles dus. En ja, veel uitingen doen nu behoorlijk gedateerd aan, maar het gaat mij om de afwisseling. De jubelende levendigheid. Het oproepen van een meeleefgevoel. Het creëren van warme sympathisanten. Dan jaarboek 1984: Glazenwasser, Polaroid, Nog-zoveel-wachtenden-voor-u, Energiebedrijf, Voetgangersoversteekmantje, Lunchconcert, Wit begint, Rustsignaal en Batterijenbus. En zo *wittemotor* het door. Tot 1995!!! Inwendig zit ik inmiddels een potje te

janken. Dit voelt als een afscheid voor eeuwig. Dit zie ik echt nooit meer gebeuren. De tijden zijn veranderd, net als de middelen. Nee, naar zoiets kunnen we voortaan fluiten. Met name naar zo'n printcampagne. Of Sanoma zou zelf het initiatief moeten nemen om te laten zien dat een tijdschriftadverteerder het de lezer/consument ook naar de zin kan maken. Ja, zelfs ronduit kan plezieren. Door heel bewust voor een concept te kiezen met een *mer à boire* aan varieeropties. En het lenige vermogen trends en actualiteiten met open armen te incorporeren. Waardoor er jaar na jaar na jaar vanuit hetzelfde consistente thema met originele cadeautjes op de proppen gekomen kan worden. Met heuse blijmakers in plaats van te vervelen. Of te irriteren. Of niet eens opgemerkt te worden. Of door per alweer een nieuwe marketingmanager op alweer een nieuwe strategie te trakteren: linksaf! ... nee, rechtsaf! ... nee, duiken!

Wonderlijke vaststelling: in die twee à drie decennia dat reclame maatschappelijk in het verdomhoekje zat, waren cadeautjes-campagnes echt geen zeldzaamheid. En nu onze samenleving één en al reclame is, nu zoek je je suf naar langlopend opmerkelijk leuk. Erg treurig.

\*Hans van Walbeek, napruttelend reclame-maker.

De aanleiding voor deze rubriek, samengesteld door Kees Sterrenburg, is de tentoonstelling *100 jaar ReclameKlassiekers*, die vanaf 18 december te zien is in de Beurs van Berlage in Amsterdam. Aan de hand van het alfabet krijgen 26 mensen de kans om via de rijke wereld van [www.reclamearsenaal.nl](http://www.reclamearsenaal.nl) te kijken naar de reclamehistorie.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ