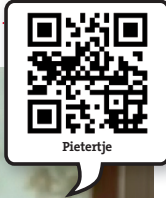


tekst Gerard Foekema\*



# DE P VAN PIETERTJE

Voor bier wordt vaak goeie reclame gemaakt. En dat geldt ook voor verzekeringen, voor auto's en zo nog een paar categorieën. Maar gek genoeg lukt het nooit voor bijvoorbeeld maagzuurremmende pillen om iets prijswinnends voor elkaar te krijgen. En dat is over de hele wereld zo.

In de zaal van het Palais de Festival in Cannes is het dan ook veel drukker bij de vertoning van de filmpjes voor *alcoholic drinks* en *cars* dan bij die voor *toiletries* en *pharmacy*. Het ene product leent zich blijkbaar beter om goede reclame voor te maken dan het andere. En wordt dan ook beter gewaardeerd door consumenten en vakgenoten. Waarom zou dat kunnen zijn? Waarschijnlijk ben je als mens gewoon ontvankelijker voor boodschappen over producten waar je een positief gevoel bij hebt. Er hangt om bier, auto's en verzekeringen dan ook een sfeer van

goede reclame, denk ik. Bier is mannelijk. Bij verzekeringen kan er op een originele manier wat misgaan. Om auto's hangt een soms erotische begerlijkheid. Bij toiletries en pharmacy, waar wat minder positiefs omheen hangt, moet je als creatief wel met iets heel briljants komen om in de prijzen te vallen. En in veel categorieën kunnen adverteerders het niet laten om veel, heel veel informatie in hun boodschappen te willen stoppen. Maar hoe meer er een folder in een commercial wordt voorgelezen, des te onaantrekkelijker die wordt.

Maar dit terzijde. Brengt ons bij de P. Er lijkt in Nederland een adverteerder te zijn met een heel eigen categorie. Die consequent een sympathieke boodschap uitdraagt over een product dat - behalve een beetje in de VS - alleen in Nederland populair is. Waar iedereen blijkbaar een positief gevoel bij heeft.

Waar al jaren heel goede reclame voor gemaakt wordt. Lampen en Loeki's. Die adverteerder begint met een C, en het product is: *pindakaas*.

\*Gerard Foekema is creative director bij UbachsWisbrun/JWT

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

