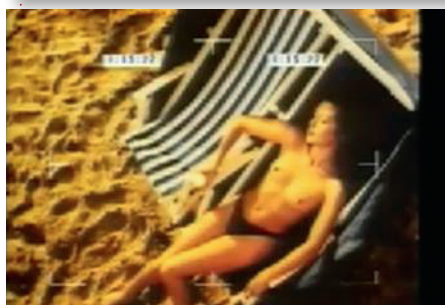


tekst Willem Jan Nouwens*



DE D IS VAN DOMMELSCH

Het ReclameArsenaal laat een aantal mooie creaties zien waarvan zelfs enkele van reclamemakers die stiekem op veel vlakken een jongensachtige fantasie vervullen, maar die ons misschien ook ongewild een kijkje in de toekomst geven. Een voorbeeld is Dommelsch. Veel mannen dromen van een bril waarmee ze door vrouwenkleden heen kunnen kijken. De creatief van Dommelsch, vast ook een man, had een soortgelijke droom en heeft het voyeurisme een mooie voorspellende draai gegeven. De reclamespot gaat als volgt: vanuit een satelliet wordt naar de aarde gekeken. De satelliet maakt foto's en zoomt stapsgewijs in op Europa, op Nederland, op Zandvoort en komt uit op het strand. Uiteindelijk wordt er ingezoomd op een strandstoel met daarin een mooie, mysterieuze, donkere vrouw die relaxed topless in een strandstoel ligt te genieten van de zon. Heel subtiel zoomt de camera niet in op haar blote rechterborst, maar op haar hand. De hand omklemt een bierglas. En wat ligt er onder haar arm? Jawel, een Dommelsch-bierdopje. De desbetreffende strandtent is waarschijnlijk die van Tijn Akersloot waar toen al het huidige P.C. Hoofdstraatpubliek kwam; slanke Ulla-modellen met Chanel-zonnebrillen, geflankeerd

door grijzende mannen die qua leeftijd hun vader hadden kunnen zijn en die in een witte linnen broek op hun Harley-Davidson naar Zandvoort waren gekomen.

We spreken over een commercial uit 1988. Zouden de reclamemakers van het filmpje zich ervan bewust zijn geweest dat hun concept ook een voorspellende waarde had? Of diende het Dommelsch-filmpje van toen voor Larry Page en Sergey Brin als inspiratiebron om tot de rijksten der aarde te gaan behoren? Zullen ze een biertje gedronken hebben bij het uitwerken van hun grote jongensdroom Google en Google Earth?

**Willem Jan Nouwens is partner bij De Media Maatschap.*

De aanleiding voor deze rubriek, samengesteld door Kees Sterrenburg, is de tentoonstelling *100 jaar ReclameKlassiekers*, die tot en met 27 februari 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 te kijken naar de reclamehistorie.

ABC **D** EFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ