

tekst Edward Bardoul*

DE N VAN NACHTWACHT



De bloeiperiode van de Nederlandse reclame, de jaren tachtig, had in sociaal-economisch opzicht iets weg van de 17de eeuw. Ook creatief. Het waren perioden van bloei voor commerciële kunstvormen. Paul Meijer en Jim Prins waren misschien wel de Rembrandt van Rijn en Frans Hals van hun tijd. Ook zij sleepten grote opdrachten binnen om hun honger naar status en erkenning te stillen.

Opdrachtgevers waren er zat, zoals schuttersverenigingen. Frans Hals schilderde bijvoorbeeld de officieren en onderofficieren van de St. Jorisdoolen. Keurig schuttersstuk. Iedere geportretteerde staat er herkenbaar op. In daglicht en netjes op rij. De opdrachtgever zal tevreden zijn geweest. Maar wie kent het?

Dan Rembrandts bizarre schuttersstuk *De compagnie van kapitein Frans Banning Cocq en luitenant Willem van Ruytenburgh maakt zich gereed om uit te*

marcheren, later bijgenaamd *De Nachtwacht*.

Hoe moeilijk het is om zestien man aan klanzijde te overtuigen, weten we. Maar als je daarbij bedenkt dat de zestien opdrachtgevers ieder gemiddeld een half jaarsalaris betaalden om ver-eeuwigd te worden, dan moet de halsstarrigheid van Rembrandt even monumentaal zijn geweest als het eindresultaat. Enkel zijn teruggebracht tot een paar vegen. Eén is half afgedekt door de arm van een ander. Een onbekend meisje steelt, in volmaakt clair-obscur, de show. Verder maakten de irrationele aanwezigheid van een hond, een dwerg en de schaduw van de hand van Banning Cocq die grijpt naar het kruis van Van Ruytenburgh van de vereniging een allesbehalve gelukkige klant. Rembrandt hield echter voet bij stuk en Banning Cocq heeft het werk, onder protest van de andere compagnieleden, uiteindelijk toch aanvaard.

Het resultaat is wereldberoemd en staat in ons collectieve geheugen gegrift. Rembrandt heeft Banning Cocq meer dan waar voor zijn geld gegeven. Laten we De Nachtwacht als oeruiting opnemen in het ReclameArsenaal om adverteerders en creatieven er blijvend aan te herinneren dat werk in opdracht de briefing altijd kan en soms moet overstijgen.

**Edward Bardoul is creative partner bij Etcetera.*

In 26 afleveringen krijgen even zoveel mensen de kans om via de rijke wereld van www.reclamearsenaal.nl te kijken naar de historie. Elke aflevering komt een nieuwe letter aan bod. Deze rubriek wordt samengesteld door Kees Sterrenburg.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ