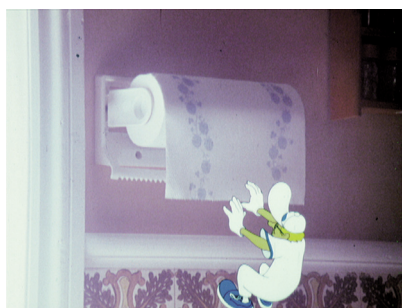


tekst Kees Schiferli*

De E van Mister Edet



Deze column draag ik op aan twee ons ontvallen coryfeeën. Beiden overleden op 67-jarige leeftijd: Rob Sikkink in 2010 en Peter Snoei in 2007. Gezamenlijk creëerden zij in 1975 Mister Edet, een karakter dat zelfs na zijn pensionering in 1982 nog jarenlang is blijven voortleven in de herinnering van zeer velen.

Eerst nog even voor de duidelijkheid: hoewel het merk meer artikelen omvatte (denk maar aan het toiletpapier), was Mister Edet uitsluitend gekoppeld aan keukenpapier: 'Het nijvere hulpje in de huishouding'.

Over het ontstaan van het karakter schreef ik in 1998 voor *Adformatie* een bijdrage voor de serie *25 Campagneklassiekers*, waarvoor Rob me de geschiedenis uit de doeken deed. Hij repte

over aanvankelijk gesteggel met de klant over een aantal creatieve concepten, maar dat het dezelfde klant was die Robs bureau (het toenmalige Lintas van Unilever) op het goede spoor zette: 'Ze noemden Amerikaanse campagnes met characters en suggereerden het in die richting te zoeken. Ik bedacht en tekende een wit mannetje met eigenschappen zoals hygiënisch en ijverig, dat in een live-action omgeving optreedt als hulpje in de huishouding. Peter Snoei heeft daar op de melodie van *Mr. Sandman, bring me a dream* een tekst voor geschreven.'

De technische uitvoering was evenwel een flinke klus, want volgens Rob bleken we hier niet over de vereiste kennis, laat staan ervaring te beschikken. 'Nu hebben we daar natuurlijk computers

voor', zei hij (in 1998), 'maar in die tijd was het allemaal snij- en plakwerk.' Nadat het account in 1982 was overgestapt naar PPGH en afscheid was genomen van het karakter, moest het nieuwe bureau een strategie bedenken die uitging van productinformatie. Een belangrijke reden was, dat de klant de productiekosten niet meer wilde opheffen. Er kwam nog wel een soort Mister Edet die vanachter een tafel vragen beantwoordde die zogenaamd waren ingestuurd, maar na een paar jaar was ook die definitief uit beeld.

**Kees Schiferli is headhunter voor mediafuncties, maar was tot eind jaren negentig journalist en publicist.*

Het ReclameArseenaal-alfabet over reclamemakers wordt samengesteld door Kees Sterrenburg.

