

Van oudsher staat het Rüsselheimse merk niet bekend om vooruitstrevend design. In Nederland bovendien, kleeft een imago aan het merk dat voortkwam uit het clientèle. Alpenkreuzer, Schwarzwald. Een dochter en een zoon: doe maar gewoon. Opel is echter druk met veranderen. De hitsigste Astra heeft tegenwoordig 240 pk's. Nieuw is de Astra cabrio. Met deze nieuwigheid omvat hun assortiment zodoende een tweede cabrio, naast de al langer bestaande Tigra. Maar.. een cabrio, moet dat een Opel zijn? Is dat niet meer iets voor chiquere merken zoals Saab, Lexus of Mercedes?

De ene of de ander..

Zo'n cabrio is natuurlijk toch de imago-bouwer van het merk. Dus dat moet wel een beetje toonbaar wezen. Wat heet, u betaalt ook voor het ontwerp. Maar hoe mooi moet ie dan precies zijn? Op zich kost het de Opel-ontwerpers heus geen moeite een Maserati te tekenen. Dat kunnen ze ook. Maar dan is de kans groot dat ze daarmee hun doelgroep van zich vervreemden. De cabrio-Astra mag dus wel mooi zijn, maar moet toch nog net genoeg girl-next-door zijn om Opel te heten.

Dat lijkt wel leuk, auto's ontwerpen; maar het is buffelen.

Die opdracht - mooi genoeg om vaandeldrager te zijn en precies voldoende girl next door - da's zo eenvoudig nog niet. Alsof je op toneelcursus nieuwsgierig maar tegelijk bang moet spelen. Of 80-jarige als je 18 bent. Ga d'r maar aan staan.

Niet getreurd, ik ga u helpen. De dames links en rechts zijn vrijwel even lang, mager en mannequinderig en ze kijken ons allebei zo schalks door de wenkbrauwen aan. Toch zijn er verschillen.



Links: Dior model in LBD¹. Rechts: Essex-girl Denise van Outen. Essex-girl laat zich niet echt makkelijk vertalen (of juist wel: Essex is de stad Essex. Maar veel wijzer bent u dan nog niet). In het wetenschappelijk- en anderszins onverantwoorde Topgear werd de Essex-girl gedefinieerd als iemand die je lichtmetalen velgen cadeau geeft op je verjaardag. Jouw interesses zijn dan voetbal, gti's, Denise van Outen (logisch) en je bent werkzaam in visverwerking of containerreparatie. Does that paint a picture?



Alsof het Essex vraagstuk niet complex genoeg is, brengt Suzuki een auto op de markt, de SX4, uitgesproken als Essex four. Goeie naam voor een band of een viertal gentleman treinrovers bijvoorbeeld. Kijk je naar het publiek van de kleine pientere autootjes, dan lijkt het meer op een foutje in de typecasting: dat zijn toch nette mensen bij uitstek.

De SX4 overigens, verhoudt zich tot de Swift als de Picasso tot de Xsara of de Modus tot de Clio; zonder écht MPV te kunnen heten, vanwege gebrek aan ruimte.

¹ Als u niet weet wat LBD is, behoort u zeker tot het kamp-Denise.

Terug naar de cabrio's. De Astra heeft een electro-hydraulisch wegklappend dak dat net zo ingewikkeld is als dat van de Dior-merken. Open én gesloten is de Astra mooi consistent van lijn – sommige coupé cabrio's steekt ze daarmee royaal naar de kroon. En dat dak vergt evenveel kofferruimte, dat blijft. Liefde is lijden, bedacht Ovidius al in de oudheid.

Als u het oeuvre van Charlize Theron kent, weet u dat ze ook die film met Emma en Billy Bob in Reno² gemaakt heeft. En inderdaad: een Diorbolide kan zich - als een volleerd actrice - aanpassen aan allerlei soorten publiek.

Maar is dat een doel? Koopt u daarom een cabrio? Koopt u hem voor uzelf, of voor de anderen? De koper van zo'n kostbare dakloze trotseert al zoveel tegenwind van verstandige mensen, dat die anonieme anderen er nog best bij kunnen.

Misschien moet ik het hier ook bij laten. U bekijkt gewoon uw trouwfoto en gaat na welke categorie uw stijl is. En dan koopt u de bijpassende cabrio.

Of juist die andere.



² Waking up in Reno. Geloof me: Charlize is in die film helemaal Essex. Geen spoor van Dior.

SBB analyse volgens methode Plattel en partners voor het stuk "De een of de ander"

Alinea opbouw

-intro: dat valt niet tegen, de Astra Coupe. Eerst even over Opel's oude imago, op het einde van de alinea volgt de kern: moet je dat willen, zo'n badge op je cabrio? Of toch liever Saab, Lexus of Mercedes? Waar de titel mooi achter past.
-het is niet zo dat er maar één ontwerper fraaie auto's kan maken. Het zijn keuzes, indachtig (merk-)imago en doelgroep.
-na omzwervingen via acteren is best lastig naar de beide dames, die uiterlijk tamelijk vergelijkbaar zijn, maar een andere marketing/positionering en doelgroep hebben.
-met LBD, de echtgenoot en kenmerken van de Essex regio een beeld geschetst
-uitstapje naar Suzuki. Opel en Suzuki gaan redelijk gelijk op qua doelgroep - als we het over auto's hebben, tenminste. Beide GM, dus dat is geen toeval. Met woordkeuzes als Essex en typecasting en ook een nieuw veelbelovend model bij een ander merk, versterkt deze alinea vooral het beeld/gevoel van het artikel. Het blijft niettemin een uitstapje, strikt genomen kan het ook uit het verhaal weg.
-Tweede pagina. Metafoor: met een bolide van een sjiek merk kom je altijd goed voor de dag. Val je nooit uit de toon. Charlize Theron kan dat ook.
-Maar is dat je doel? Met de naar minnares hintende slotregel erachter. De ander...

Nog twee opmerkingen over de inhoud en vorm:

De uitspraak over buffelen echoot een (reclame? ik weet de bron niet meer) slogan over modellen 'het lijkt allemaal wel glamour, maar het is kei - hard werken' (uitgesproken met pruilende intonatie en gooise R).

De jurkjes van de beide dames in het zwart ondersteunen een en ander. Die van Denise is toch net dat tikkie ordinaarder.

Samenstelling doelgroep

De lezer van de mannelijke kunne.

Secundiar doel(groep):

Er spreekt de nodige bewondering uit voor acteren. En voor Charlize Theron. Maar da's geen nieuws meer, toch?

Bagage

Ik doe niet zo moeilijk over Topgear als absolute marktleider. Ik vind ze goed, en gun ze dat succes. De uitspraak over de lichtmetalen velgen en Essex girls zit in een uitzending met Denise en Jimmy Carr - waarin hij bovendien het concept 'stagworld' uit de doeken doet. Je krijgt meer dan je koopt, in zo'n autoprogramma. Best interessant voor een blad als het uwe, dus die uitzending eens nazoeken is wellicht een goed idee.

Behoefte:

Ik zou zeggen dat uw blad graag aandacht besteed aan vrouwen en auto's.

Robbert Heijm
06 444 80308