

AUTO VISIE

opa vertelt.



Afscheid

Naar aanleiding van het stoppen van Ton Roks, is er wat reuring. Goede vent of juist niet. Der dagen zat of markt in paniek. Ik ga het antwoord niet geven al zal ik dat van die markt in paniek niet ontkennen. Wel meen ik, en niet alleen op callcenterervaring met het blad, dat de hoogtijdagen al langer voorbij waren.

Een Autoweek echter, die alles even mooi vindt op hun website, mag evenmin journalistiek heten. Terwijl ik me nog goed herinner hoe het was toen ze begonnen. "Het verstand van auto's," lekker knallen en niks risico's mijden en vrienden maek'n..

Picture it: 11 oktober 1986

Archiveren is classificeren. Salon Parijs, duurtest 33 maar vooral Kadett Gsi die Golfd en Escort uitdaagt moeten me ertoe aangezet hebben de geveerde vijfeneenkwart gulden te lappen in die tijd.

Je ziet vooral dat meester Tesselaar het nog zelf moest rooien. De reclames zijn (relatief) een lust voor het oog. Nu kan Volvo niet eens twee coherente zinnen in een fullcolour fullglossbrochure schrijven (ik snap dat niet, begrijpt u wel). De 33 in de duurtest, Croma en Alfa 75 spread en achterzijde. En terecht, want het is de Kadett die zoveel van de AlfaSud wegheeft en hij zet mooie cijfers neer. Toyota pronkt met twee pagina's

borstklapperij over de MR2, Supra en nog meer; zelfs de Delta Lloyd en de Postbankpagina's zijn goed te doen. De kleintjes dealerpagina laat veel BMW noteren, oerNederlands Rabobank doet een 340 reclame, inclusief blonde barbie dochter met linten in 't Nellekeblonde haar (en wat Bratz waren konden we toen niet eens vermoeden).

Bij een artikel over overweldigend tweedehands aanbod kijken we tegen een Jetta en een Sunny sedan aan. En een Kim Wilde-kapsel. Dit terzijde.

Eén helder verschil met nu, is de Crocodile Dundee-factor van de commercie anno nu. Elders op deze site leest u complimenten over de folder van de 21 Nevada: mensen met veel kroost, hechtend aan vrije tijd, hebben weinig geld. Volvo's brochures tonen ons onveranderlijk 23-jarige Spanjaarden bij XC-90's. Overigens bepaald niet het vermogendste land in de EU. Zoniet in 1986. Een Merc 260 verhaalt over verhuizen naar de polder. Hoogmoedige achterkant, markant silhouet, vroeger was 't maar behelpen. Broek in Waterlandplaat d'r bij. Kijk, dat *slaat* ergens op (pak anders de urennormpagina's in het Belastingdienstboek erbij, als je niks aanneemt zonder gezagsargument). Die Croma en de 75 vanaf 34 respectievelijk 32k zijn natuurlijk ook afgestemd op die GSi van 35. Voor zo'n broodje toentertijd even slikken; de beide Italianen zijn lekker groot met dito value for money.

(laat me, even een zinnetje uit de C30 brochure)

'Er is heel wat creativiteit nodig om een auto te bouwen met een allroundkarakter (oh?). En daar is V met zijn nieuwste telg weer prachtig in geslaagd. Zin in een dagje shoppen?'

Als je wil, als je maar écht wil, kan je dit héél cynisch lezen. Het gekke is: die RaboVolvo (340) was een uiterst modaal product dat slechts met een ondemocratisch appél op nationalisme voor uniek kon doorgaan (en goeiige raketten). Terwijl aan de C30 met zijn 14 interieurs en een 145 pk tweeliter voor zo'n 19k heus niet zoveel mis is. Misschien moeten de ontwikkelkosten weer stijgen, dat het moeite en pijn kost een model te construeren.

De Kadett kon al zoveel

In de huidige tijdschriften is iedereen altijd geweldig. Althans, de Koreanen scoren altijd net iets minder en Mazda wordt altijd afgezekend. Maar dat zegt iets over de afspraken, volgens mij bestelt Mazda dat zo.

Niets overtuigt mij anno 2011 ervan, dat de auto's zelfs maar gereden worden; de uitslag is toch al bekend. Dit stukje 1986 heeft relatief genomen, een peilloze diepgang. De Kadett is even snel als de anderen, vrolijker van interieur en pront van kont. En Opel was indertijd al helemaal marktleider. Men zegt het daarom subtiel. Want subtiel is het: in de tekst stuit de nauwkeurige lezer op een Opel met de minste wielspin bij sprint vanaf nul ondanks een soepeler vering, eentje met 0,0 aandrijfreacties en eentje wiens achterzijde goed beheersbaar is bij slinger testen. Hij wint niet eens in de conclusie, maar de voorpaginafoto spreekt boekdelen waarbij *neuslengte voorsprong* het codewoord is.

Fraai.

Misschien is het interview met Fred -kakelverse Leylandchef- ook zo te duiden. Agossie en een leuke kerel, maar met PR alleen ben je er niet dus let op. 10,6% van de markt is Kadett, dat is wat. Micra, Sunny en Cherry 3,5% toch ook een verschil, denk ik. En VW! In de top 15 nauwelijks twee, Meer Skoda's 130 dan Audi's 80 (97 om precies te zijn). Sorry, genoeg generd.

Die waarschuwing aan het adres van Alfa is gemeend. Meelevend toont men enkele interieurgrapjes en 8 liter sproeisels op de koplampen. Toch wel ja, roestplekje, elektrisch dingetje, terwijl de Kadett met wegligging en zitpositie scoort. Waar, als gezegd, Fiat op reageert met Croma en 75 op de zo belangrijke laatste pagina's van het blad..

Dit, Viola en heren, is tijdschriften maken.

Zoals ik de redactiechef ken, hoef je met showdonttell-vertel niet eens aan te komen (want de tijdschriftklant is wat hem betreft dom, zij het dat het prijsniveau dat niet eens zo onaannemelijk

maakt. En ja, dat is gewoon wie de grootste heeft, want de abonnee, wie kent hem. Dat gold naar mijn gevoel altijd al). En dan de fotografie: de Ibiza vijfdeurs naast een tweedeurs BX conceptcar, dat is toch aardig gevonden?

Het niet recyclen ..

van advertenties zal ik wel nooit begrijpen. Een merk als BMW hoeft eigenlijk nooit meer iets te verzinnen, in de jaren van BBS-bumpers en de 3-serie de markt instampen heeft ze genoeg tekst slogans opgeleverd.

Want uw huisfilosoof bladerde eens in een '91'er met schreeuwende Japanreclame (en ze heet Christy Thom en zal later in Arnold Schwarzeneggerfilms verschijnen terwijl ze desgevraagd droomt van Stallone dus wat scheelt dat) en trof inderdaad de dienstdoende Alfa 75promo.

Slechter. Dat is toch gek? In '86 een ronkende tekst over de autostrada die geen autobahn is. Garrett hier, dinPK daar. 'De kracht van karakter,' is bepaald geen Svedexkastenkijkerskopen of likkebaardendlekkerkloekdrinkendfris. In '91 geflankeerd door 'alle rechten voor wie Alfa kiest.' In alcoholievernietlettertype. Uh, okee, mijn weekend was ook zwaar, om even thematisch te blijven. De huidige Volvo slogan is ook een vak apart, "Er is meer in het leven dan een Volvo; daarom rijdt u Volvo."

Tussen die twee zinsdelen een niet-bestaand beeld: een vriend met wel twee vriendinnen. Wellicht dat uitgekiend observatie-onderzoek bewezen heeft dat de geeky koper via een fotomodelman en zijn twee vriendinnen geprikkeld wordt? Een en ander voorgesorteerd met luttele pagina's ervoor Fabienne de Vries en waar FHM-man daar geen Fabienne de Vries, dat is in elk marketinghandboek terug te lezen. Zoiets? En dat geekmans toch overtuigd wordt?

Dan moet ie de Omega sector last line of defense uit True Lies ook herkennen (ik wel, qed). -ZAP-Nordic oak, Leksand blond. It's Jill Johnson. 442 Java metalen underbody. Fruitcake? No, just never met the right woman. Crazy? Crazy, that's talking to a cat, watching 3 hours of women's basketvball, dating Paula Abdul. Libra 16" diamond cut zal dan ook wel een code of een mos wezen, secret of a superhero? A COSTUME



(gaat het weer een beetje, meneer Heijm?)

I AM THE HOURGLASS muhahahah

Visie (na het voorafgaande is niets logischer dan dat ik de man voor visies ben)

is een mensending. Directeuren, politici, wannabee astronauten hebben een visie. Wellicht dat het blad binnen de Telegrof media groep gewoon een beetje een lastige titel is.

(en wie is in G-naam die opvolger, ik ben al blij op mezelf dat ik weet wie Viola Robbedop is)

(costume, Superhero srijl)
rhp-producties.nl

Sorry, ik werd er een beetje melig van maar moet je dan serieus proberen te begrijpen en puntgewijs uitleggen .. hoe kan nu een dergelijk stukje print de pers afrollen, dat nog lang niet klaar is? En als het Engels was, is het net zo goed ineffectief neergeklodderd.

'En daar is een goede reden voor, omdat maar weinig autofabrikanten Volvo kunnen evenaren aan (?) het record aantal innovaties op het gebied van veiligheid en onze toewijding aan veiligheid (dubbele woordwaarde?), hetgeen (mitsgaders, zou ik nog toevoegen) al meer dan 80 jaar onze drijfveer (oogmerk?) is.'

Vandaag de dag een Volvo rijden staat gelijk aan een vooruitblik op de opwindende toekomst van auto's – een toekomst waarin gepassioneerde engineering en ontwerp u beter helpen het beste uit uw leven te halen.

Manman

'De diverse karakteristieken die zorgen voor de uitstekende handling (wie praat er zo? Kent u iemand?) en reageren (wie? Die karakteristieken?) nog beter (dan andere karakteristieken? the dragonfly, Mork, Mindy, Barbabella, Yogi bear) als u kiest voor het verlaagde chassis. '

'Iedereen wordt uniek geboren. En de Volvo zorgt ervoor dat dat zo blijft (aldus geen pocketprotector maar een DNA-tijdmachine-freeze-frame-inrichting).'

Mocht het zo zijn dat de tijdschriften zo in de war lijken te zijn, omdat de fabrikanten het met name en ook vooral (reeds) zijn, dan heb ik niks gezegd en kunt u dit stukje als niet verzonden beschouwen.

Hmmmm, even over de fotografie. Naast de tekst *Leef nu* wordt een stukje morphtechiek ten beste gegeven, waarbij de verschillende vrouwspersonen er bepaald niet fraaier op worden. Voor de beeld- en lichaamstaalgeschoolde vat de gedachte dan toch post, dat de maker iets kwijt wil. Een keer talk to the hand. Een dubbelhandige bakhand eindigend in een vuist en dan die meervoudig asymmetrisch gemorphde mombakkes. De heren ogen heel normaal... A tale of love isn't a fairytale? De Fabienne en haar weerschijn in de glimtafel is zelfs reuze Devil's Advocate, met die verdwaalde handjes en vingers.

Verder maakt de folder uitbundig gebruik van de kleur zwart. Apart, alles.

Omdat dat allemaal maar niks nie aardig is voor de qua lichaamsvet en polsbreedte uitgedaagde vrouwmens die het zelf ook zwaar heeft op de datingmarkt en anders wel omdat het belang van borsten voor/vanuit/in de denkwereld van/ een vrouw nauwelijks overschat kan worden en anders waren er ook geen operaties voor bedacht, laat ik u weten dat de sps superstar te utrecht cs meeleeft, want dank zij mijn Elle-girl kennis weet ik dat laagjes en ruches in wol uigevoerd voor de magere bedoeld zijn.