

FOREVER
80's

FOREVER

80's

**Het levensgevoel van de jaren
tachtig in advertenties**

**Roelof Bouwman &
Minke de Vogel**

NWADAM

Het grootste deel van de illustraties in dit boek komt uit de collecties van Roelof Bouwman en Minke de Vogel. De auteurs en de uitgever hebben ernaar gestreefd de rechten van de advertenties te regelen volgens wettelijke bepalingen en alle rechthebbenden te achterhalen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog wenden tot de uitgever.

© 2022 Roelof Bouwman en Minke de Vogel / Uitgeverij Nieuw Amsterdam

Alle rechten voorbehouden

Boekverzorging bij Barbara

Omslagbeeld © (met de klok mee) Bacardi (Bacardi), Cloetta Holland (Topdrop), Essity Netherlands (Libresse), ING (Postgiro), Heineken (Buckler), Claudia Sträter (Claudia Sträter), Nissan (Nissan), Kees van Kooten & Wim de Bie (De Tegenpartij), Grolsch (Grolsch)

Foto auteurs © Quintalle Nix

P. 111: Imagery approved by The Woolmark Company. The Woolmark logo is a registered trade mark in many countries.

P. 234: Copyright Corporate Archives Henkel AG & Co. KGaA, Germany.

Pp. 24, 40, 42, 44, 48, 96, 128, 130, 188, 200 : Reproduced with permission of Koninklijke Philips N.V.

NUR 686

ISBN 978 90 468 3084 0

www.nieuwamsterdam.nl



Inhoud

Keerpunt 80's. Toen we werden wie we zijn	6	Nederland videoland	125
Het leven als stijl. Reclame in de jaren tachtig	18	Hip, light en gezond	133
		Geen gezeik, geen zure regen	149
		<i>Uitgelicht:</i> De groenten van Hak	159
		Cocktails on the beach	161
Van tipp-ex naar MS-DOS	25	Mooi meegenomen	175
Vorbij de seksuele revolutie	31	<i>Uitgelicht:</i> Buckler	183
Muziek voor jezelf	41	BN'ers te koop	185
<i>Uitgelicht:</i> Melk. De witte motor	53	Let's get physical	195
Automatisch geld	55	Strak wonen	205
Roodgloeiende lijnen	65	<i>Uitgelicht:</i> Petje Pitamientje	217
Boter, kaas en invaders	71	Breed van boven	219
<i>Uitgelicht:</i> Zwitserlevengevoel	87	Born in the USA	237
Shuffelen in de BX	89		
Zij is de baas	103	Literatuur	250
Uitgerookt	113	Register	254
<i>Uitgelicht:</i> United Colors of Benetton	123		

Keerpunt 80's

Toen we werden wie we zijn

Maar liefst 79 procent van de mensen is minimaal één keer per week nostalgisch, becijferde *Psychologie Magazine* in 2009. Het is, schreef Peggy van der Lee in het begeleidende artikel, een fascinerende emotie.

Het ophalen van nostalgische herinneringen kan een uitstekende manier zijn om je stemming op te vijzelen – dat is de ene kant van het verhaal. 'Maar wie terugdenkt aan het eindeloos rond de tafeltennistafel rennen op vakantie, aan de eerste zoen in de schemer en vrijpartijen onder de maan, aan de studentenjaren die vooral uit tijd en goede ideeën leken te bestaan of de zorgeloosheid van het leven zonder relatie of kind, zal onherroepelijk ook een gevoel van gemis ervaren.'

Dat is het rafelrandje van nostalgie. Het gevoel van 'was het nog maar, had ik nog maar, kon ik nog maar eens'. Wie nostalgisch is, voelt zich vaak goed en slecht tegelijk.

Bij terugdenken aan vervlogen tijden hoort ook dat je stuit op magische jaren, kantelmomenten en keerpunten. Behalve uit ons eigen leven kennen we die ook uit de schoolboekjes en de geschiedwetenschap. Naar voorbeelden is het niet lang zoeken, zelfs niet als we ons beperken tot de laatste honderd jaar:

- 1929** beurscrash op Wall Street
- 1933** Adolf Hitler rijkskanselier van Duitsland
- 1945** einde van de Tweede Wereldoorlog
- 1949** communistische machtsovername in China
- 1969** eerste mens op de maan
- 1989** einde van de Koude Oorlog
- 2001** terreuraanslagen van Al-Qaida in de Verenigde Staten
- 2020** begin van de coronapandemie

Al deze grensverleggende gebeurtenissen hebben gemeen dat er maar weinig mensen waren die ze ruim van tevoren zagen aankomen. Zelfs naderhand is er vaak nog discussie over het precieze historische belang ervan. Daarbij komt het regelmatig voor dat 'ondergesneeuwde' jaren *in hindsight* alsnog belangrijker worden dan we aanvankelijk hadden gedacht.

Een mooi voorbeeld is 1979. 'Forget the fall of the Iron Curtain,' schreef de vermaarde Britse historicus Niall Ferguson in 2009 in *Newsweek*. 'The real revolution came 10 years earlier.' In 2013 kreeg Ferguson bijval van *Washington Post*-journalist Christian Caryl, in een prachtig boek: *Strange Rebels. 1979 and*



the Birth of the 21st Century. De cover werd gesierd door de vier hoofdpersonen:

Ayatollah Khomeini, die in 1979 het middelpunt was van de islamitische revolutie in Iran.

Deng Xiaoping, de Chinese vicepremier die in 1979 de Verenigde Staten bezocht en in dat jaar tevens een begin maakte met het hervormen van de nog op maoïstische leest geschoeide economie van zijn land.

Karol Józef Wojtyła, die in 1979 voor het eerst als paus Johannes Paulus II een bezoek bracht aan zijn vaderland Polen en daar miljoenen gelovigen inspireerde tot anticommunistisch protest.

Op de grens van de jaren zeventig en de jaren tachtig begon ook in Nederland een ingrijpende transformatie

En Margaret Thatcher, die in 1979 in Groot-Brittannië de grootste conservatieve verkiezingszege boekte sinds de Tweede Wereldoorlog. Het werd een internationale trend, want soortgelijke rechtse *landslides* kwamen vervolgens ook voor rekening van Ronald Reagan (1980) en Helmut Kohl (1983).

Wát een jaar, bij nader inzien – en wat een implicaties. In Iran verscheen de politieke islam als machtsfactor op het wereldtoneel. In Oost-Europa ontwikkelden zich anticommunistische verzetshaarden die in niet geringe mate zouden bijdragen aan de ineenstorting van het Sovjetimperium. En in China en Groot-Brittannië beleefde het kapitalistische marktdenken een doorbraak die de hele wereld economie een nieuwe dynamiek zou geven.

Onze huidige wereld, concludeerde Caryl, is in 1979 als het ware in de grondverf gezet. Want wat er dat jaar in essentie gebeur-



de, is dat de progressieve, naoorlogse consensus over religie ('is achterhaald en op de terugtocht') en de markt ('moet door de overheid zo veel mogelijk worden beteugeld') werd doorbroken. Zonder die zekerheden begonnen we ruim veertig jaar geleden aan een nieuw tijdperk dat voorlopig nog niet is afgelopen. Of zoals Caryl het formuleerde: 'The story is still playing itself out'.

Op de grens van de jaren zeventig en de jaren tachtig begon ook in Nederland een ingrijpende transformatie, schreef historicus en journalist Hans Wansink in *Het land van Beatrix* (2014).

Tot dan toe had ons land zich in 'de luwte van de geschiedenis' bevonden. Met uitzondering van de Franse periode (1795-1813) en de Duitse bezetting (1940-1945) hadden we niet te lijden gehad van langdurige vreemde overheersing, en ook was Nederland een van de weinige landen in de wereld zonder afscheidingsbewegingen van opstandige minderheden binnen de grenzen of onderdrukte landgenoten buiten de grenzen. Revoluties of burgeroorlogen? Overal, maar niet bij ons.

In de jaren zestig en zeventig van de twintigste eeuw, memoreerde Wansink, namen de welvaart en de individuele vrijheid een hoge vlucht: 'Iedere Nederlander mocht zelf weten wat hij deed of vond, mits hij zijn medeburgers daarmee geen overlast bezorgde. Van geweld en gezag was de Nederlander minder dan ooit gediend. Dat de meeste Nederlanders in die jaren tevreden waren over hun leven en vaderland, was volgens vele waarnemers niet meer dan terecht. En dan is het nog maar één stap verder om de als superieur ervaren ma-



nier van leven van de Nederlanders aan de rest van de wereld ten voorbeeld te stellen.'

En dus kregen we 'gidslandneigingen'. Onze ontwikkelingshulp en onze wereldwijde inzet voor vrede, veiligheid en mensenrechten waren, zo meende vooral het weldenkende deel der natie, toonbeelden van deugd.

Nergens in Europa hakten de tweede oliecrisis van 1979 en de wereldwijde recessie er zo hard in als in Nederland

Hetzelfde gold voor onze milde omgang met wetsovertreders, onze ruim geoutilleerde verzorgingsstaat, onze liberale abortuspraktijk en ons gedoogbeleid voor drugs, pornografie en prostitutie.

Maar eind jaren zeventig, begin jaren tachtig werd 'Nederland gidsland' door een hardhandige confrontatie met internationale ontwikkelingen uit zijn comfortzone getrokken. Nergens in Europa hakten de tweede oliecrisis (1979) en de wereldwijde recessie die daarop volgde er zo hard in als in het land dat meende aan de hele wereld het goede voorbeeld te kunnen geven.

Als gevolg van een verouderd en niet competitief bedrijfsleven, schreef Wansink, liep het aantal werklozen op tot bijna een miljoen. 'Het gedrang op de arbeidsmarkt nam door het aantreden van een nieuwe generatie hoog opgeleide jongeren, (her)intredende vrouwen en migranten nog in hevigheid toe. Dat leidde tot een sociaal verschijnsel dat sinds 1945 niet meer was opgetreden: het risico van daling op de maatschappelijke ladder. Door sanering van hele bedrijfstakken en een hausse in overnames



kreeg de Nederlandse economie een ander aanzien.’

De naoorlogse maatschappij-van-de-gelijke-kansen sloeg in de jaren tachtig om in

Jongens willen status en seks, meisjes zekerheid: veel filmcritici bespeurden in *Spetters* een boodschap die ze niet beviel

een stressmaatschappij – een cesuur van jewelste. Iedereen, aldus Wansink, moest blijven presteren om zijn plaats in de maatschappelijke rangorde te consolideren. Kennis en vaardigheden verouderden steeds sneller; permanente inspanning was nodig om de kwalificaties op peil te houden.



De economische tegenspoed, het verdampen van onze gidslandpretenties en de noodzaak ons te schikken naar de dynamiek in de wereld droegen tevens bij aan een mentaliteitsverandering. ‘De nieuwe zakelijkheid’ werd het genoemd, naar de artistieke stroming uit het interbellum. Wie goed keek, zag overal de symptomen. Op het witte doek bijvoorbeeld.

Op 25 februari 1980 ging *Spetters* in première, de nieuwste speelfilm van regisseur Paul Verhoeven. Met ruim 1,1 miljoen bezoekers werd het – na *Flodder* (1986) en *Ciske de Rat* (1984) – de grootste Nederlandse bioscoopshit van het decennium.

In *Spetters* wedijveren drie motorcrossende vrienden om de verleidelijke Fientje (Renée Soutendijk), die in een rijdende frituurkraam werkt. Aan het eind van de film kiest ze – heel opportunistisch – voor een beter leven door in zee te gaan met Hans





(Maarten Spanjer). Hij is weliswaar de onhandigste van haar aanbidders, maar beschikt wel over voldoende geld om een café annex eethuisje te beginnen.

Jongens willen status en seks, meisjes zekerheid: veel filmcritici bespeurden in *Spetters* een boodschap die ze in het geheel niet beviel. 'Iedereen handelt uit materieel gewin: dat bikkelharde viel verkeerd bij mensen die nog in de vrijheid, blijheid en solidariteit van de jaren zeventig leefden,' analyseerde conservator Emjay Rechsteiner van Eye Filmmuseum toen *Spetters* in 2012 in een gerestaureerde versie opnieuw in première ging.

Paul Verhoeven, zo stelde historicus Hans Schoots in 2004 vast, liet in *Spetters* zien dat ons land een nieuw tijdperk was binnengegaan. 'Zonder de grootse verwachtingen van weleer, maar met een onverminderde dadendrang. In de eindbeelden zien we hoe de auto met de frietkraam erachter een steeds kleiner stipje wordt in de wegenwirwar van het verkeersplein onder aan de Rotterdamse Brienoordbrug – een mooie metafoor voor de Nederlandse samenleving.'

'The boy with the cold hard cash is always Mister Right,' zong Madonna in 1984. 'Cause we're living in a material world and I am a material girl.' Het had het lijflied van Fientje kunnen zijn.

Ook jongeren die – anders dan de motorcrossende en patatbakkende hoofdrolspelers uit *Spetters* – nog leerplichtig waren, konden worden betrap op een nieuwe, meer zakelijke levenshouding. In een spraakmakende coverstory in de *Haagse Post* portretteerde Lieve Joris in 1981 de leerlingen van een



Noord-Hollandse scholengemeenschap voor mavo, havo en vwo.

‘Ze zijn,’ zo begon haar verhaal, ‘de kinderen van de grote democratisering golf van de jaren zestig. Hun ouders demonstreerden tegen de bom en bezetten de universiteiten. Op de middelbare school krijgen ze nu les van de generatiegenoten van hun ouders: geëngageerde leraren met verlichte ideeën over onderwijs. Maar vallen die verworvenheden wel in goede aarde bij de scholieren van nu?’

Nee, zo bleek. ‘Als wij vroeger op school folders kregen van de politieacademie, verscheurden we die meteen. Nu hoor je niemand meer lachen als een leerling zegt dat hij bij de politie wil,’ klaagde een docent met een verleden als studentenactivist.

‘Alternatief is wel het laatste wat jongeren willen zijn, de term is een scheldwoord geworden’

‘Eigenlijk willen ze niks geen filosoferen, ze willen braaf leren,’ tekende een collega aan. ‘Daarom vinden ze wiskunde ook vaak zo fijn. Sommetjes maken, daar komt altijd wel een antwoord uit.’

‘De leraar,’ zo vatte Lieve Joris de toestand samen, ‘klaagt dat zijn leerling geen kritische vragen meer heeft, de leerling vraagt zich af waarom zijn leraar niet in een pak voor de klas verschijnt: ambtenaren lopen er toch ook netjes bij? De meesten willen gewoon leren en geen gezeur.’

Na hun laatste lesuur, zo besloot het arti-







kel, rennen de leerlingen direct naar de fiet-senstalling. ‘Ze hebben wel wat beters te doen dan op school rond te hangen. In de week-ends of na school zijn ze druk met allerlei baantjes, van verkoper of inpakker bij V&D tot schoonmaker in een bedrijf. Vóór hun zestiende sparen ze voor een brommer, op hun achttiende willen ze hun rijbewijs op zak hebben. Het komt steeds vaker voor dat leer-lingen als reden voor absentie opgeven: rij-examen.’

In een groot omslagverhaal in *Elsevier* werd de jongste lichtung tieners in 1982 ge-typeerd als ‘Nieuwe Realisten’: niet idealis-tisch, doorgaans ongeëngageerd, harder en materialistischer dan hun ouders en positie-ver over nieuwe technologische ontwikkelin-gen: ‘Alternatief is wel het laatste wat jongeren willen zijn, de term is een scheldwoord gewor-den. Bebaarde vaders in tuinbroeken, net terug van de encountergroep, vinden hun

zoon bij thuiskomst in *college-look* achter de huiscomputer. Na afloop van de moeder-mavo treft moeder – geen spoor van make-up, Indiajurk – haar dochter voor de spiegel aan, de laatste hand leggende aan een *Californian blond*-gezicht, met het oog op een avondje disco. Leraren die zich laten voorstaan op hun persoonlijke aandeel in de revolutie van de jaren zestig stuiten op een meewarige interes-se, als er al belangstelling bestaat. Sommige scholieren vragen bijna verwijtend waarom ze niets over computers leren. De generatie die anti-autoritair is opgevoed met een groot wantrouwen tegen prestatie, neemt prestatie-gericht deel aan de ratrace.’

Bij de Tweede Kamerverkiezingen van 1982 veroorzaakten de ‘Nieuwe Realisten’ een kleine revolutie. De vvd, die het in 1977 onder de 18-24-jarigen nog had moeten doen met 16,5 procent van de stemmen, werd nu met 29,9 procent de grootste partij in deze

leeftijdsgroep. Tieners en twintigers met een behoudender stemgedrag dan de generatie van hun ouders: zoiets was in Nederland nog nooit vertoond. De vvd hield er een record-aantal van 36 Tweede Kamerzetels aan over en hielp vervolgens het crisiskabinet-Lubbers in het zadel.

Christian Caryl zou de nieuwe premier misschien wel een 'strange rebel' hebben genoemd. Want de pas 43-jarige Ruud Lubbers was niet alleen de jongste minister-president ooit maar ook – over nieuwe zakelijkheid gesproken – van huis uit ondernemer.

Veertig jaar geleden begon een nieuw tijdperk dat voorlopig nog niet is afgelopen

'No nonsense' luidde zijn motto, wat in de praktijk vooral bleek neer te komen op sanering van de ontspoorde overheidsfinanciën, privatiseringen en het streven naar winstherstel van het bedrijfsleven. Het was een radicale breuk met het nog uit de jaren zestig stammende idee dat de overheid – in de woorden van journalist John Jansen van Galen – 'het welzijn van de mensen diende te financieren'.

In 1986, na vier jaar bezuinigen, boekte Lubbers de grootste verkiezingsoverwinning uit onze parlementaire geschiedenis: 54 zetels. Nog een teken des tijds: de communistische CPN verdween bij gebrek aan stemmen uit de Tweede Kamer.

In hetzelfde jaar verscheen naar Ameri-

kaans voorbeeld (*Fortune, Forbes*) een succesvol nieuw tijdschrift. Het heette *Quote* en ging – een unicum voor Nederland – louter over ondernemen, geld, carrière, netwerken en leven aan de top.

Ondertussen had onze nieuwe, in 1980 aangetreden koningin Beatrix laten weten dat ze, anders dan haar moeder Juliana, niet met 'mevrouw' maar met 'majesteit' wenste te worden aangesproken en lanceerden Kees van Kooten en Wim de Bie hun twee meest legendarische typetjes: de vrije jongens F. Jacobse en Tedje van Es. Nieuwe zakelijkheid, maar dan op z'n plat Haags.

Ook was er weer volop belangstelling voor de in de jaren zeventig leeggelopen studentencorpora en verscheen in 1983 bij Veronica – hard op weg om 's lands grootste omroep te worden – Jan Lenferink op het tv-scherm. Een jonge, keurig gekapte talkshowhost, gekleed in een onberispelijk streepjesoverhemd met das. Voor zich op zijn desk: een glas melk. Roel van Duijn, de Maagdenhuisbezetting en het Kralingse popfestival leken opeens lichtjaren geleden.

Eveneens in 1983 debuteerde bij de VPRO het culturele praatprogramma *Hier is... Adriaan van Dis*. De stijlvolle presentator – 'Het is in zekere zin goed dat we restauratieve tijden beleven,' zei hij in een interview met *Playboy* – viel op door zijn zorgvuldige dictie, zijn hoffelijkheid en de hardnekkigheid waarmee hij zijn gasten met 'u' bleef aanspreken. En dat bij een omroep die jarenlang had gegrosierd in ongemanierde sloddervossen.

In 1985, in een themanummer over 'het reveil van oude vormen en gedachten' bracht de *Haagse Post* – op de cover stond een thee-



muts – in kaart in wat voor decennium we waren beland: ‘Nog maar vijf jaar terug leek het dat jongelui geen zin hadden een colbert aan te trekken als de patroon dat verlangde; nu blijkt dat geen punt meer. Boeken waarin te lezen staat hoe men zich heeft te gedragen tijdens een etentje bij de baas vinden vlot aftrek. De gedachte dat iemand die mooi fluiten kon eigenlijk ook kunstenaar was en dus gesubsidieerd diende, is verlaten voor een strikte opvatting die hoge eisen stelt aan kwaliteit en vakmanschap. De partnerruil dan wel groepsseks, toentertijd een wapen in de

strijd voor de algehele vrijwording van de mens, ziet zich geconfronteerd met een herwaardering van de monogamie. Nadat het belachelijk gemaakt en doodverklaard was, wordt het huwelijk weer in ere hersteld, de paardbespannen koetsjes waarmee het bruidspaar ten stadhuize wordt gereden kunnen de gretige vraag nauwelijks aan.’

Veertig jaar geleden, schreef Christian Caryl, begon een nieuw tijdperk dat voorlopig nog niet is afgelopen. Dat geldt ook voor Nederland. ‘The story is still playing itself out.’

Het leven als stijl

Reclame in de jaren tachtig

Reclame, zo is al vaak betoogd, is een spiegel van de samenleving. In die spiegel wordt iets heel intiems gereflecteerd: onze verlangens. Op die manier vertelt reclame veel over onszelf, over onze cultuur en onze mentaliteit. 'Reclame,' schreef literair historicus Herman Pleij in 2010, 'laat zien hoe het eraan toegaat in een land en welke opvattingen er bestaan over de inrichting van een aangenaam leven.'

Maar reclame is natuurlijk ook een bedrijfstak. Eind jaren zeventig, begin jaren

tachtig, ten tijde van de economische recessie, kreeg de branche zware klappen. Adverteerders, schreef reclamehistoricus Wilbert Schreurs in 2001, herzagen hun reclamebegrotingen, stelden beslissingen uit en gingen meer werk in eigen beheer doen. 'Bureau-redacteuren lieten weten dat de discussies met de klanten over de hoogte van de budgetten nog nooit zo hoog waren opgelaaid als nu. De verwachtingen waren onverdeeld pessimistisch, en niet ten onrechte. Voor de



eerste keer in de geschiedenis van de Nederlandse reclame-industrie was het aantal medewerkers in de bureauwereld afgenomen van 3385 in 1980 naar 3210 in 1981.

Toch is dat niet hele verhaal. Want de meer zakelijke levenshouding die door de economische recessie werd aangewakkerd, zorgde ervoor dat de maatschappelijke waardering voor reclame toenam. De eerste tekenen die daarop duiden, vielen te traceren in 1979. Tijdens dat jaar vond de Actie Schrijftalent plaats, een gecoördineerde wervingsactie van vijftien reclamebureaus. Voor twintig beschikbare plaatsen kwamen vierhonderd aanmeldingen binnen. Kennelijk was reclame – voorheen een aanjager van platvloersheid, consumentisme en ‘verkeerde’ rolpatronen – ineens zo vies niet meer.

Een in 1981 uitgevoerd opinieonderzoek wees in dezelfde richting. Het aantal mensen met waardering voor reclamefolders en advertenties bleek sinds 1974 te zijn gestegen van 34 naar 42 procent. Minstens zo frappant: Bekende Nederlanders met principiële be-

Reclame – voorheen een aanjager van platvloersheid, consumentisme en ‘verkeerde’ rolpatronen – was ineens zo vies niet meer

zwaren tegen deelname aan reclamecampagnes leken wel uitgestorven. Zelfs gerenommeerde schrijvers haalden er niet langer hun neus voor op. Met hun STER-spot voor Djok-





ja's, een nieuw 'achterlijk lekker zoutje' van Nibb-it, leverden Jules Deelder en Johnny van Doorn in 1984 het veelbesproken bewijs.

In het kielzog van het verbeterde maatschappelijke klimaat namen in de jaren tachtig ook de mogelijkheden en de ruimte voor reclame toe. Zo greep het fenomeen buitenreclame snel om zich heen. Abri's (bus- en tramhuisjes) werden op grote schaal voorzien van helverlichte *life size*-affiches en ook verzezen op steeds meer plekken mupi's (vrijstaande reclamezuilen) en billboards.

Tegelijkertijd verschenen commerciële boodschappen op de zijanten van stads- en streekbussen, werd in 1982 shirtreclame toegestaan in het betaald voetbal en doken in

Tegelijkertijd verschenen commerciële boodschappen op de zijanten van stads- en streekbussen



steeds meer concertzalen en expositieruimtes de logo's op van firma's als IBM, Grolsch, Heineken, Unilever, Camel en American Express. De in 1983 gelanceerde stichting Sponsors voor Kunst (voorzitter: ex-Nieuw Links-voorman André van der Louw) probeerde een en ander te bespoedigen.

Voor het eerst sinds het kortstondige bestaan – in 1964 – van TV Noordzee, kwamen er vanaf 1984 ook weer commerciële tv-stations: eerst Sky Channel, daarna Music Box, Super Channel, MTV Europe en de abonneezender FilmNet. De grote doorbraak