

---

## Gisteren deed ik het nog...

**De jaren 70 door het oog van de reclame**  
**10 juli t/m 24 oktober 2010**

In de jaren zeventig schrokken we van beelden uit Vietnam, demonstreerden we tegen de neutronenbom, vochten we met de Mobiele Eenheid en smurften we mee met Vader Abraham. Tussen de nieuwsfeiten door wilden we mee naar Japie, want daar hadden ze King Corn brood, was Meneer Jamin een huisvriend, rookten we nog zorgeloos Caballero's (25 in een pakje!) en kregen we rode konen van een blote dame op een verkiezingsaffiche.

Advertenties en reclamespots gaven een geïdealiseerd beeld van de jaren zeventig, het decennium waarin we ineens geld en tijd hadden om buiten Nederland op vakantie te gaan, waarin we sommen maakten op een rekenmachine en de wijn- en bierconsumptie net zo hard omhoog schoot als het energieverbruik. Loeki de Leeuw werd geboren, en al snel ingezet om reclamespots op tv te verdedigen. Want Tweede Kamerleden, Rooie Vrouwen, journalisten en De Gewone Man hadden het niet zo op die wasmiddelenpotjes en hondenbrokkenreclames. Er werd een motie ingediend door twee ARP-Kamerleden om de publieke omroep reclamevrij te maken, terwijl de Rooie Vrouwen van de PvdA de rolbevestigende spots bekritiseerden met filmpjes waarin ineens de man aan de afwas stond.

Reclame in de jaren zeventig was uitleggerig, producten en diensten werden met lange teksten uitgelegd en aangeprezen. Soms waren advertenties en spotjes uitgesproken lelijk, of leken ze gemaakt in de jaren vijftig. Anderen waren vooruitstrevend, kunstzinnig haast waarbij je met een vergrootglas moest zoeken naar een logo. De jaren zeventig waren het begin van langlopende campagnes, bijvoorbeeld voor Grolsch ('Vakmanschap is meesterschap'), Volnij ('Namnamnam!'), Bokma ('Schat...') en Douwe Egberts ('En dan is er koffie'). Werden spotjes en foto's aanvankelijk nog door Engelsen en Amerikanen gemaakt, gaandeweg het decennium kregen Nederlandse cameramensen en lichttechnici het vak steeds beter onder de knie. Ook werd acteren in spots voor Bekende Nederlanders als Toon Hermans, Johnny Kraaijkamp en Kees Brusse steeds minder erg gevonden. Als het maar leuk was, humor werd steeds vaker ingezet in de reclame.

Gisteren deed ik het nog... is dankzij vele advertenties, affiches en tv-spots een feest der herkenning, maar propagandaposters gaven ook een minder geïdealiseerd beeld van de maatschappij van toen.

[Terug](#)

**Artikel delen:**