

## Reclame voor reclame

Wat is een podium zonder publiek? Een artiest zonder podium? De wisselwerking tussen hoogstaand creatief werk en podia als de Gouden Loeki Verkiezing, dit jubileumboek of dé reclamesite van Nederland - [www.ster.nl](http://www.ster.nl) - zorgt ervoor dat televisie-reclame meer leeft dan ooit. Kennismaken met de geschiedenis. Die ene commercial terugzien. Laten weten welke commercial je de beste vindt. Erachter komen van wie die geweldige muziek is of gewoon je mening kunnen geven. Betere reclame voor reclame is er niet.



‘Moeder doet de ijskast open, pakt het product, geeft het aan de kinderen en zegt in de camera: “Ik heb weleens iets anders geprobeerd, dat was goedkoper, maar daar ben ik toch op teruggekomen.” Dat was het type reclame dat de adverteerder in die beginperiode graag zag. Simpele verhaaltjes, meer niet.’

Over dat begin, en over de vele veranderingen die zich sindsdien op het gebied van Nederlandse tv- en radioreclame hebben voltrokken, gaat dit boek. ‘Leuker kunnen we ’t niet maken’ neemt u mee op een tocht door de Nederlandse reclamegeschiedenis. Het boek belicht belangrijke ontwikkelingen die zich in de afgelopen decennia in en om de reclame hebben voltrokken, behandelt tal van klassieke campagnes, gaat in op de relatie tussen reclame en samenleving, bevat anekdotes en wekt op de bijgaande dvd een groot aantal memorabele commercials tot leven.



Wilbert Schreurs **Leuker kunnen we ’t niet maken**

# LEUKER KUNNEN WE’T NIET MAKEN

Televisie- en  
radioreclame  
1965 — 2005

Wilbert Schreurs

Wilbert Schreurs (1960) is historicus en schreef ‘Leuker kunnen we ’t niet maken’ in opdracht van de Ster ter gelegenheid van haar veertigjarig bestaan op 25 augustus 2005. Schreurs schreef eerder onder meer: ‘Collectieve reclame in Nederland’, ‘Een zondagskind in de reclame. De geschiedenis van Prad’ en ‘Geschiedenis van de reclame in Nederland.’