

Andermaal spittend in de duizenden stukken uit het Max Lewin archief komt er wederom een grote verrassing naar boven. Wat hebben de volgende reclames met elkaar gemeen? Cleever Toffee's, Wagemakers verf, Brillant kousen, Caprice hoeden, Transporto Internationale Expeditie, Callo haarwater en Wester Coach Wintersportreizen? Het waren de reclamespots die gedraaid werden gedurende de testuitzendingen van Radio Veronica totdat de reguliere uitzendingen in mei 1960 een aanvang namen. Het is terug te vinden in: 'Adriadne, een leidraad door de wereld der reclame', nummer 6, juni 1960. Een uitgave van N.V. Three Castles in Amsterdam. In het betreffende artikel: 'Nederland heeft commerciële radio' wordt verder ook ingegaan op de allereerste reclametarieven van Radio Veronica.

Hans Knot

NEDERLAND HEEFT COMMERCIELE RADIO

Sedert anderhalve maand is er een Nederlands commercieel radiostation in de lucht. Nederlands, omdat Nederlanders de exploitatie voeren van deze zender waarover Nederlandse adverteerders zich — vanuit de reeds door Hugo de Groot verdedigde vrije zee — richten tot een Nederlands publiek. Het begin is nog wat magertjes, mede tengevolge van de groots opgezette tegenwerking die de Nederlandse overheid — zich bewust van internationale verplichtingen — organiseert. Maar de Amsterdamse radio- en tv-handelaar H. Oswald, die door de één een fantast en door de ander een doorzetter wordt genoemd, en die op verbluffende wijze tot nu toe alle hindernissen genomen heeft, zag kans een duidelijke lijn in de ontwikkeling te brengen.

Bij het ter perse gaan van dit nummer was de toestand zeer onduidelijk. Panama — onder welks vlag het schip is uitgevaren — heeft gelast de uitzendingen te staken. Het beroept zich daarbij op de door dit land mede ondertekende radio-conventie van Atlantic City van 1947. Op grond van deze conventie is vier maanden geleden ook de registratie ingetrokken van het in de Sont liggende Deense radioschip Mercur. Panama spreekt ook over gevaar, dat de uitzendingen opleveren voor de scheepvaart. Bij niet-opvolging van het bevel zal de Veronica niet langer de Panamese vlag mogen voeren.

En wat dan? De heer Oswald, die veel te veel geld in de onderneming heeft zitten om er nog mee te kunnen ophouden, gaat door met zenden. Op het ogenblik dat u dit leest is wellicht al de registratie ingetrokken. „Zolang wij in open zee blijven, kan ons niets gebeuren”, is een van de uitspraken van de initiatiefnemer, die overigens al veel heeft gezegd, en ook wel eens een uitspraak heeft moeten terugnemen. In marine-kringen zou men menen, dat een schip zonder registratie vogelvrij is — een piratenschip, dat mag worden aangehouden en opgebracht, ook als het zich in extra-teritoriale wateren bevindt. De staatsrechtgeleerden, zijn het, als zo vaak, niet eens: wel vogelvrij; niet vogelvrij; slechts een supra-nationaal gezag zou hier kunnen optreden, dat zijn de meningen die men hoort verkondigen. Zeker is evenwel, dat de Veronica niet meer zal kunnen uitvaren, als het schip, door wat voor reden ook, gedwongen mocht worden een haven op te zoeken. En reeds de vorige maal, ging dat uitvaren met grote moeilijkheden gepaard.

Nog tijdens de Paasdagen moest de heer Oswald naar Embden, waar de

havenmeester op verzoek van de Nederlandse consul het in Veronica omgedoopte voormalige lichtschip Borkum Riff belette uit te varen. Voordien was reeds twee maal zendapparatuur in beslag genomen. Toen dan ook de Veronica na Pasen toch zee kon kiezen — met bestemming Southampton — en vijf mijl uit de kust bij Noordwijk, na „breken” van de sleep-tros, maar meteen voor anker ging en met technische proefuitzendingen begon, toen bedroegen de gemaakte kosten volgens mededeling van de heer Oswald al 350.000 gulden; een bedrag dat wel tot 5 ton zou oplopen vóór er van geregelde uitzendingen op de geprojecteerde sterkte van 20 kilowatt sprake zou zijn.

De eerste opzet is geweest met een straal van 60 kilometer de randstad Holland te dekken. Gebleken is, dat men geheel Nederland bereikt, maar toch biedt men adverteerders slechts een garantie voor de randstad met zijn 5½ miljoen mensen, daar men nooit getwist wil hebben over minder goede ontvangst op de Drentse hei.

Drie mogelijkheden

Drie mogelijkheden worden de adverteerder geboden: sponsor-programma's, die f 1.000 per kwartier kosten, spots van 7,5 tot 35 seconden (resp. f 100 en f 400) en een „Plaatje met een praatje” à raison van f 100. Daarbij wordt bovendien onderscheid gemaakt in A-tijd en B-tijd. Dit laatste slaat op de uren die samenvallen met televisie-uitzendingen. In navolging van radio Mercur, die van de in de Sont gelegen trawler „Cheeta” Kopenhagen en een deel van Zweden bestrijkt, wordt voor B-tijd 25% korting gegeven. Elders geven wij de volledige tarieven.

Bij de sponsor-programma's wordt contractueel vastgelegd hoe de verdeling moet zijn tussen reclame en de rest; men



H. OSWALD
... doorzetter ...

mag uiteraard geen kwartier of half uur vol praten. Radio Veronica behoudt zich een vetorecht voor. De spots gaan geheel over het geadverteerde artikel, en bij het „Plaatje met een praatje” wordt alles overgelaten aan de praatvaardigheid van de disc-jockey, die bij voorbeeld aan de grammofoonplaat „Won't you have another cigarette?” Lexington zou kunnen vastbabbelen. Hiervoor wordt geen tijd gecontracteerd, maar de omroeper weet natuurlijk wel binnen welke grenzen hij zich moet bewegen.

De reclameboodschappen worden „normaal voorgelezen”, men breekt nooit een plaat middenin af om de luisteraars op het hoogtepunt met reclame aan boord te komen. Uiteraard wordt er speciaal populaire muziek uitgezonden. Men houdt zich verre van politiek.

De proefuitzendingen geschieden met een zender van 1 kilowatt. Als de beoogde 20 Kw bereikt zijn (en de stoorzenders geen roet in het eten gooien) kan men beginnen met geregelde uitzendingen, 's avonds van 10 tot 12 uur (op zaterdag en zondag tot 2 uur 's nachts),

waarbij het accent zal liggen op dansmuziek (huisfeestjes!). Het plan is, om de aanvangstijd iedere week een uur te vervroegen en tenslotte te komen tot uitzendingen van 24 uur per etmaal. De heer Oswald meent nl. dat er van de zijde der adverteerders belangstelling zal zijn voor de nachtelijke uren, tegen een zeer laag tarief, en bovendien is het afsluiten en aanzetten van de zender volgens hem duurder dan continu afdraaien van heel lange banden.

De vaste medewerkers zijn thans mej. Ellen van Eck, programmaleidster, die vroeger werkte bij Curon, het commerciële station op Curaçao, disc-jockey en copy-writer Max Groen, vroeger werkzaam in het filmbedrijf; en Tony Vos, een voormalig musicus, die als saxofonist nogal naam maakte. Frans Nienhuis verleent medewerking met het verzoekprogramma „U vraagt, wij draaien”, dat hij vroeger bij de VARA bracht.

Aan adverteerders wordt geen exclusiviteit geboden. Wel streeft men er naar concurrerende artikelen zo min mogelijk in één programma te brengen. Reeds een dertigtal adverteerders zou zich, naar de heer Oswald verklaart, hebben aangemeld; daaronder zouden zijn cigarettensigaren, drank, frisdranken en cosmetica. Tijdens de proefuitzendingen kon men de namen horen van Cleever toffee's, Wagemakers verf, Brillant kousen, Caprice hoeden, Transporto internationale expeditie, Callo haarwater van dr Jos de Cocq, en Wester Coach wintersportreizen. Geen namen dus van grote adverteerders. Later kwamen Lexington en Kent er bij.

Exploitatie

De advertentie-exploitatie is in handen van een hiertoe opgericht bureau „Koraal”, gevestigd te Den Haag, Suezkade 118, telefoon 070-63.70.42, onder leiding van de heren B. Beeuwkes en H. Hordijk. De zaken worden op normale voet geëxploiteerd; men verleent kortingen overeenkomstig de Regelen. Te gelegenertijd wil men een onderzoek doen instellen naar de luisterdichtheid.

De ervaring is, dat de meeste bureaus een enigszins gereserveerde houding aannemen. Een van de „grotere adverteerders” zou gekomen zijn ondanks tegenstand van het betrokken bureau. Deze adverteerder — die zijn budget voor dit doel verhoogd zou hebben — zou van plan zijn kwart pagina's in de dagbladen te gaan brengen „luister naar ons programma...”

Bijzonder terughoudend is de heer Oswald over de financiële aspecten van Radio Veronica. Hij wijst er op, dat het in oktober 1959 bij de minister ingediende verzoek om goedkeuring van de opgerichte N.V., is blijven liggen — terwijl veel later ingediende aanvragen reeds behandeld werden. „Toen hebben we op een keer de hele zaak verkocht aan een buitenlandse maatschappij”, zegt hij.

Wat voor maatschappij?

„Een Panamese: Veronica — Panama”. Namen van mensen geeft de heer Oswald niet. Hij duidt zich zelf aan als „general manager” en zegt: „ziet U mij maar als de man die hier alles in handen heeft”.

Lees in dit nummer:

Vandaag twee dingen, die wij in het bijzonder onder Uw aandacht willen brengen: de ontwikkelingen, die er toe geleid hebben dat nu een commerciële radiostation voor de Nederlandse kust ligt, die u — met de volledige tarieven van Radio Veronica — op de voorgaande en bijgaande pagina's vindt; maar bovenal een cri de coeur van VEA -voorzitter M. Sanders, die op pag. 450 betoogt, dat het erkenningsbeleid gekenmerkt wordt door soepelheid en tegemoetkomendheid. Op pag. 451 leest u vervolgens dat Genootschapsvoorzitter jhr W. van Andringa de Kempnaer van mening is, dat ons nationale tekentalent te weinig ontwikkelingskansen krijgt, hetgeen hij betoogde ter gelegenheid van de door Smit's Adviesbureau georganiseerde tentoonstelling van de Layton Awards. De Communauté Européenne des Organisations de Publicitaires (CEOP) is zojuist in Amsterdam van de grond gekomen (pag. 455), maar in Zürich distancieerde de VEA zich van de European Advertising Agencies Association (EAAA), die plannen heeft om individuele leden toe te laten (pag. 452). Laurens Janszoon Coster moet nodig van zolder gehaald worden zegt de heer S. W. Numann op pag. 453. Uit het nieuwe lezerskringrapport van Vrij Nederland, pag. 460, 461, zijn boeiende conclusies te trekken. Op pag. 466, 467 leest en ziet u hoe de (bescheiden en nuchtere) toekomstdroom doordringt in Amerikaanse advertenties. Een grof geval van plagiaat signaleren wij op pag. 485. Toeristische affiches worden op pag. 456, 457 besproken; op pag. 458 de Interpack. Duyvis breidde zijn assortiment aanzienlijk uit en gaat daar nog mee door. Hoe dit een nieuwe etikettering nodig maakte staat op pag. 462, 463 beschreven. Eric van der Steen schrijft op pag. 484 over de medische ethiek, die de arts — terecht — verbiedt reclame te maken. In Economisch-Statistische Berichten schreef dr G. A. M. Vogelaar een boeiend artikel, waarin hij stelt, dat de Nederlandse reclamewereld de ontwikkeling in Europees verband niet zal kunnen bijhouden zonder universitaire scholing. De hoofdlijnen van zijn betoog geven wij weer op pag. 491. De invloed van televisie op het bioscoopbezoek legde het C.B.S. kortelings vast (pag. 503); de invloed van de televisie op de bescherming van de Amerikaanse consument wordt op pag. 505 uit de doeken gedaan.

* *
*

En ach, er staat nog veel, véél meer te lezen in dit 80 pagina's tellende nummer van Ariadne — véél meer naast onze maandelijkse gasten: de schoolmeester (pag. 470), Jan van der Schaar (pag. 475, 476, 477), Lolkje Gortemaker (pag. 507) en Van Vonderen die op pag. 511 in zijn Krantenbak grabbelt.

Dat dit allemaal wat magere gegevens zijn voor een adverteerder, die een campagne zou overwegen, ziet hij bepaald niet zo. „Ze betalen immers pas na afloop. En bovendien aan een Nederlandse maatschappij — Koraal”.

Weinig mededeelzaam is hij ook over de kwestie van het over hem uitgesproken faillissement. Dit zou buiten zijn aanwezigheid geschied zijn en op verkeerde gronden („ik heb in het geheel geen schulden”), in het kader van de strijd met alle middelen die tegen hem gestreden wordt. Er wordt verzet tegen aangekend.

Stoorzenders

Wat verscheidene deskundigen vooraf voorspeld hebben — dat de Veronica-uitzendingen door stoorzenders onmogelijk gemaakt zouden worden — is

uitgekomen. Deze insiders meenden, dat PTT als laatste middel naar een stoorzender zou grijpen. Hierbij werd dan al of niet gesteld, dat de overheid hiertoe op grond van internationale afspraken wel zou moeten overgaan.

De plaatsvervangend directeur-generaal van PTT, mr J. J. Klaasensz, die op een persconferentie verklaarde, dat „juffertje Veronica een heel gevaarlijk spel speelt”, ontkende echter met nadruk het gebruik van een stoorzender. PTT heeft deze zender gepeild — hij zit waarschijnlijk buiten onze oostgrens.

De heer Oswald is er echter heilig van overtuigd, dat PTT of een andere overheidsinstantie stoort. Radio-amateurs hebben ook de stoorzenders gepeild, en zij belandden in het PTT-station te IJmuiden en in het Noordwijkse zenderpark NORA, dat tegenwoordig onder hoede staat van de Marine en de Rijks-

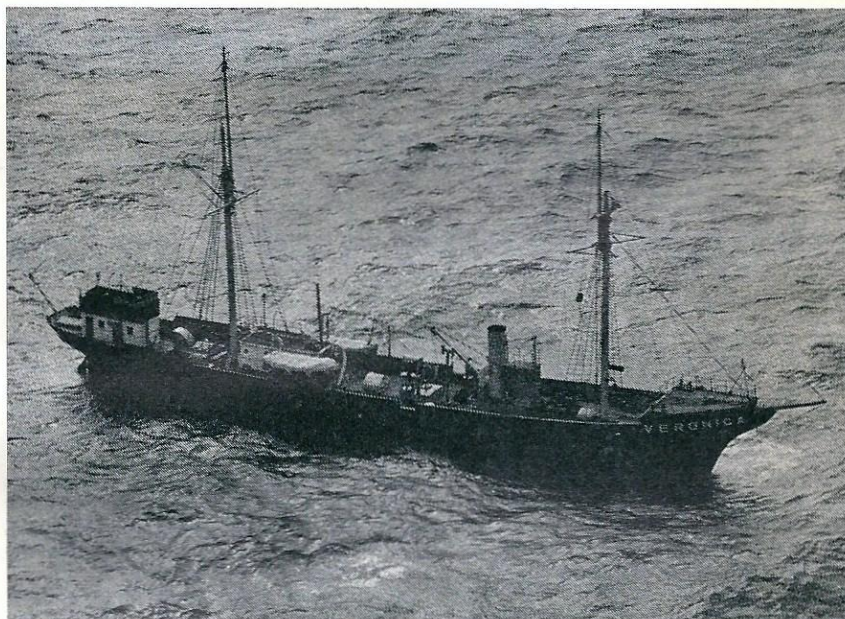
luchtvaartdienst. De Veronica is nu op eigen kracht opgevaren tot recht voor Scheveningen teneinde de zender rechtstreeks op dit punt te richten. „Dan zijn we in dit gebied zó krachtig, dat alleen een zender die zelf in dit gebied zit, ons kan storen.” Wordt de Veronica dan inderdaad gestoord, dan is dit voor de heer Oswald het bewijs, dat zijn zender van overheidswege gestoord wordt.

Op het ogenblik wordt gezonden op een golflengte van 185½ m. Het klinkt als een dreigement als de heer Oswald zegt: „Desnoods schuiven we op naar 188 meter, de golflengte van de Regionale Omroep Noord-Oost. Daar komen wij gemakkelijk overheen, en laten ze dan die golflengte maar eens gaan storen”. Overigens is hij in het geheel niet blij met zo'n „hard tegen hard”-methode. Hij ontkent niet, dat de verdeling van golflengten een ingewikkelde materie is, maar „als ze welwillend zijn” is er wel ruimte. Als we aan één tafel gaan zitten komt er zeker een oplossing”.

Maar daarvan wilde de heer Klaasenz niets horen. Hij noemde Radio Veronica een groot gevaar voor de scheepvaart en zei overigens dat „een rechercheur een inbreker ook niet aan een adresje helpt waar een diefstal het minste kwaad zou kunnen.”

Over golflengte-verdeling lieten wij ons vertellen, dat hierover „jaren geconfeerd wordt”. Ieder land brengt zijn wensen naar voren op het gebied van omroepen, radio-telefoon en -telegrafisch verkeer, scheepvaart, militaire- en burgerluchtvaart. Al die wensen bijeen vormen dan het vier- of vijfvoud van de beschikbare mogelijkheden. Na eindelijk passen en meten ontstaat dan een resultaat dat niemand bevredigt en dat dan toch maar aanvaard wordt.

Russische en Amerikaanse propagandazenders rammelen dwars door die schema's heen, en tegenwoordig gooien Mercur



Enkele kilometers voor de kust ligt de Veronica, Nederlands eerste commerciële radiostation

en Veronica dan ook nog eens roet in het eten.

PTT heeft in de gehele gang van zaken aanleiding gevonden voor een weigering om via Scheveningen-radio gesprekken tot stand te brengen met de Veronica. Een uitzondering werd gemaakt voor de verzending van een telegram door de Panamense zaakgelastigde aan de kapitein van het schip, waarin het verbod werd doorgegeven.

Dit moest komen

Zo staan dan nu de twee kampen tegenover elkaar. Wij hebben al eerder over deze zaken geschreven (juni 1959, pag. 319 en december '59, pag. 688),

waarbij wij deden uitkomen dat dit soort ontwikkelingen in de aard der dingen ligt. Er is nu eenmaal ruimte voor een project als dit. Een nieuwe figuur heeft bestaande normen doorbroken. Men herkent dezelfde motieven, die in het geding zijn bij alle strijd om reclame in de televisie: het stimuleren van de verkoop laat zich niet de wet stellen door politiek of traditie. Slechts een kortzichtige kan menen dat het juist de Nederlandse reclame zou zijn, die zich zou laten gebieden de lucht als intermediair voor haar boodschappen ongebruikt te laten. De les hieruit moge zijn, dat de reclame als fenomeen zich nimmer aan andere banden laat leggen dan die, welke zij zich zelf, bewust van eigen verantwoordelijkheid, aanmeet.

Of bij de in gang zijnde ontwikkeling Radio Veronica de laatste vorm zal zijn? Ieder die dit wil mag hier een vraagteken bij plaatsen. Maar dit doet niets af of toe aan het logische karakter van de ontwikkelingen.

Tarieven Radio Veronica

PROGRAMMA'S VOOR SPONSORS

AANTAL UITZENDINGEN

Aantal Min.	1—7		8—15		16—30		31—45		over 45	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
15	1.000	750	950	713	900	675	850	638	800	600
30	1.900	1.425	1.805	1.354	1.710	1.283	1.615	1.211	1.520	1.140
60	3.700	2.775	3.515	2.636	3.330	2.498	3.145	2.359	2.960	2.220

SPOTS

AANTAL UITZENDINGEN

Aantal Sec.	1—15		16—30		31—45		46—60		over 60	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
7.5	100	75	95	71	90	68	85	64	80	60
15	200	150	190	142	180	135	170	128	160	120
20	250	188	237	178	225	169	212	159	200	150
25	300	225	285	213	270	203	255	191	240	180
30	350	260	333	250	315	236	300	225	280	210
35	400	300	380	285	360	270	340	255	320	240

R. JANSSEN

Benelux Affiches Tentoonstelling

Inzendingen voor de Benelux Affiches Tentoonstelling, die van 9 t.m. 31 juli 1960 te Hilvarenbeek wordt gehouden, moeten daar uiterlijk 12 juni op het gemeentehuis ontvangen zijn. Ontwerpers en opdrachtgevers/werkgevers van ontwerpers kunnen inzenden. In aanmerking komen slechts affiches, welke na 1 januari 1958 gedrukt zijn en binnen het Beneluxgebied zijn ontworpen en/of toegepast. De deelnemerskosten aan de tentoonstelling bedragen f100, indien de jury de betreffende affiche(s) voor expositie in aanmerking brengt.