

ALEX VAN DER WEIDE  
de stylist

EDWARD BARDOUL  
de romanticus

HERBERT VAN HOOGDALAM  
de kanibaal

PETER VAN WOENSEL KOOY  
de echtgenoot

## MAD MEN IN HOLLAND RECLAMETIJGERS

HOE IS HET MET HET IMAGO VAN DE NEDERLANDSE RECLAMEMAN GESTELD? SEKS, DRUGS & ROCK-'N-ROL À LA MAD MEN OF TOCH STIEKEM BRAVE BURGERS? BLVD MAN DOET EEN RONDJE.

TEKST MARLOES DE MOOR  
FOTOGRAFIE XXXXXXXXXXXX  
STYLING GEERT-JAN RENZEN

“PETER (VAN WOENSEL KOOIJ) EN IK HIELDEN IN CANNES LIJSTJES BIJ EN KEKEN NA AFLOOP WIE DE MEESTE VROUWEN HAD VERSIERD”

“EEN STROPDAS KAN OOK HEEL GEIL EH SORRY STIJLVOL ZIJN”

DE SUCCESVOLLE AMERIKAANSE TV-SERIE MAD MEN heeft bijgedragen aan de opkomst van een nieuw type man: knap, stijlvol, doelgericht, James Bond-achtig. In de serie figureren de medewerkers van de reclamefirma Sterling Cooper Advertising Agency in het begin van de jaren 60, de gouden jaren in de reclamewereld waarin het geld rolt en alles kan. Een wereld van sigaretten, whisky, intriges en gekonkel. Vrouwen worden aan de lopende band versierd, maar spelen verder een marginale rol. Een bekende dialoog: Don Draper: “Let me ask you something, what do women want?” Roger Sterling: “Who cares.” In de huidige reclamewereld blijkt de nieuwe man volop aanwezig. Deponeer het verzoek om een interview met een knappe reclameman in de mailbox van een paar bureaus en je krijgt de jackpot terug: waslijsten met good looking womanizers. De mannen zijn niet te beroerd om ook hun collega's aan te prijzen als “de Nederlandse Tom Cruise!”, “Echt een heel stijlvolle knappe man...”, “Hét stijlicoon van 2009” enzovoorts. Op een enkeling na (“Ik stijlvol? Hahaha, ik mail terug als ik uitgelachen ben!”) voelt de reclameman zich duidelijk in zijn element in de rol van Mad Man. Zijn zegelring gloeit ervan op. Eén verschil wil hij wel even aanroeren: dat seksisme in de serie Mad Men, dat is er nu niet meer. Nee, de huidige Mad Man doet het niet voor zichzelf, maar voor háár. Zo is hij dan ook weer wel.

Trots biedt hij het hoofd tegen de neergang. Geen onzin met gezichtscrempjes, maar daadkracht. Een rechte rug. Uiterlijk is weinig te merken van een kredietcrisis. Het lijkt erop of de nieuwe James Bond-man zich juist stijlvoller is gaan kleden. Zijn Italiaanse pak draagt hij losjes, overhemd paar knoopjes open. iPhone op tafel. Successen worden beheerst geïncasseerd, minnaressen koelbloedig gerustgesteld. Opvallend detail: de zegelring. Potsierlijk sieraad om een vette Marbella-gebruinde ringvinger, maar in combinatie met de juiste looks een acceptabele accessoire voor de nieuwe man, zo blijkt. En natuurlijk heeft hij het héél erg druk, maar in dit geval is hij zelfs buiten kantooruren bereid een gaatje in zijn agenda te vinden om te investeren in zijn imago van glamourboy...

## DE KANIBAAL

**Herbert van Hoogdalem (39) is creatief directeur van het bureau Purple Cows Unlimited**

\_BELANGRIJKSTE RECLAMEACTIVITEIT: “Planet Internet op de kaart gezet. Zes jaar lang alles voor Amnesty International gedaan. Het opzetten van Purple Cows Unlimited.”

\_IN VIER WOORDEN: “Attention. Interest. Desire. Action. Ook nog eens een oude reclamewet.”

\_JONGENSROOM: “Ik was net achttien, las een interview met reclamekoning Paul Meijer en dacht ‘dat wil ik ook’. Meteen naar een reclamebureau gefietst en gezegd: ‘Ik kom hier werken.’”

\_MAD MEN: “Veel bluf en ego's. Het is een opgeblazen vak waarin veel

eikels rondlopen. Maar we zijn ook heel onzekere en gevoelige mensen. Je moet toch elke dag weer een goed idee bedenken, da's best eng. Dus je doet oorbellen in, laat een sik staan, trekt een paar stoere laarzen aan en hebt een grote bek. ‘Overcompenseren’ heet dat. Daarnaast: op jonge leeftijd exorbitante bedragen verdienen, is voor niemand goed, natuurlijk.”

\_FAVORIETE DRANK: “Jägermeister met een witbiertje. Dat weten ze in de kroegen inmiddels ook. Ze zetten het al klaar als ik eraan kom.”

\_FAVORIETE VROUW: “Jacqueline, de moeder van onze zoon. Je zal het maar twaalf jaar met mij uithouden – in a way.”

\_SPORT: “Sport?! Hoe spel je dat?”

\_WOMANIZER: “Ik heb het geloof ik wel heel bont gemaakt, ja. Ik begon meestal met de receptioniste, daarna de kantinejuffrouw, de accountdames en natuurlijk de stagiaires. Je kunt ook na een of twee stoppen, maar ja. Achteraf moet ik heel wat huwelijken ontworpen hebben.”

\_MODE: “Jojo Mens Outfitters in de Huidenstraat. Ik hou van simpel en klasse, dat verkopen ze daar.”

\_VAKANTIEBESTEMMING: “Het zuiden van Portugal en New York. Maar eigenlijk ben ik niet zo'n vakantieganger. Ik kan niet stilzitten, joh.”

\_AUTO: “Een twintig jaar oude Jaguar XJ. Ik houd alleen van klassiekers.”

\_HOTSPOT: “Jimmy Woo. Of tegenwoordig Alle Hens, in Alphen aan den Rijn.”

\_STIJLVOL: “Laarzen. Ik heb tientallen paren. Onmisbaar.”

## DE ROMANTICUS

**Edward Bardoul (37) is creatief directeur bij Etcetera**

\_BELANGRIJKSTE RECLAMEACTIVITEIT: “De Citroën-reclame met Jeroen van Koningsbrugge als Dennis van der Ven. En de meest recente commercials voor Bol.com.”

\_IN VIER WOORDEN: “Gedreven, integer, romantisch, tikkeltje narcistisch.”

\_JONGENSROOM: “Toen ik vijftien jaar was, wist ik al dat ik in de reclame wilde werken. Ik hoopte stiekem op De Wereld van Peter Stuyvesant.”

\_MAD MEN: “Klopt nog steeds aardig met de werkelijkheid. Alleen het seksisme dat er in voorkomt, zul je in deze tijd niet meer tegenkomen. Verder is het mooi geportretteerd, ik herken me er wel in.”

\_FAVORIETEDRANK: “Wijn.”

\_FAVORIETE VROUW: “Monica Belluci.”

\_SPORT: “Nee.”

\_WOMANIZER: “Geen negatief woord, al weet ik niet altijd wat ze ermee bedoelen. Ik ben vrijgezel ik leef niet celibatair. En ik ben een romanticus. Ik leef intens, met veel aandacht voor schoonheid en menselijke emoties. Dat gaat dan weleens mis.”

\_MODE: “Basic kleding, klassieke stijl. Bij Paul Warmer ben ik een paar



keer geslaagd voor schoenen. Voor pakken in de PC.”

\_AUTO: “Ik heb geen rijbewijs. Maar als ik iets moet noemen: een Maserati.”

\_HOTSPOT: “Het liefst ga ik naar een kroeg. En niet iets waar je ‘moet zijn’. Ik bepaal zelf wel waar ik wil zijn. In Lola’s bijvoorbeeld ben ik één keer geweest om er kennis van te nemen.”

\_VAKANTIEBESTEMMING: “Afrika. Landen als Botswana, Zimbabwe. Er hangt daar iets in de lucht of in de grond, een geur, die me enorm aantrekt. Voor korte trips vind ik de kust van Zuid-Frankrijk en Italië leuk.”

\_STIJLVOL: “Stijl in manieren en taalgebruik vind ik mooi. Ik vind het bijvoorbeeld raar als niemand opstaat als een dame naar het toilet gaat. Mannen die dan lomp blijven zitten. Zakkig. Ik voel me daar niet goed bij. Liever overdreven etiquette en als enige opstaan dan op zo’n moment te blijven zitten. Een vrouw mee laten betalen aan de rekening vind ik ook niet bepaald stijlvol.”

## DE STYLIST

Alex van der Weide (44) is strategy director bij het Hoofdbureau

\_BELANGRIJKSTE RECLAMEACTIVITEIT: “Crocky chips. Ik bedacht een billboard waarop we iedere dag vijftig zakken chips plakten. Die actie was een enorm succes en haalde alle kranten en het NOS-journaal.”

\_IN VIER WOORDEN: “Rustig, betrouwbaar, sympathiek, authentiek.”

\_JONGENSROOM: “Ik zag de allereerste auto’s rijden met een spriet op het dak, die hadden telefoon. Geweldig vond ik dat. Tegen mijn leraar zei ik dat ik werk wilde waarbij ik een telefoon in de auto had.”

\_MAD MEN: “Tijdens mijn stage bij DDB gingen we met de jongens naar de Volkswagen-fabriek in Wolfsburg. We gingen naar nachtclubs, haalden geintjes uit en reden veel te hard. Ik voelde me James Bond. Vanaf toen wist ik dat het een leuke wereld was.”

\_FAVORIETE DRANK: “Southern Comfort met ijs.”

\_FAVORIETE VROUW: “Ik ben al tweeëntwintig jaar verliefd op mijn eigen vrouw. Maar als ik een bekende vrouw zou moeten noemen is dat Jennifer Aniston in haar rol als Rachel Green in de serie Friends.”

\_SPORT: “Twee keer per week fitness.”

\_WOMANIZER: “Ik vind vrouwen geweldig. Maar als je honden geweldig vindt, ben je dan direct een dogizer?”

\_MODE: “Ik ben fan van Nero Fashion. Daar hebben ze het merk Valentino’s. Vind ik erg mooi.”

\_AUTO: “Volvo XC 90. Maar ik hou ook van klassieke sportauto’s, cabrio’s. Een vriend van me heeft een Triumph TR6. Eens in het jaar gaan we naar Italië om mee te doen aan de Mille Miglia race. Dit jaar gaan we ermee naar het filmfestival in Cannes. De missie is om zo vies mogelijk thuis te komen: ongewassen haar, heel bruin, ongeschoren. Dat vinden de vrouwen vaak érg sexy.”

\_HOTSPOT: “Ik ga graag naar Musk met een groepje vrienden. Lekker kletsen en natuurlijk flirten.”

\_IDEALE VAKANTIEBESTEMMING: “Italië. Liefst in een hotel met een zwembad waarbij je de diepte inkijkt, zodat het lijkt alsof het water over de heuvel stroomt. En een ober met vlinderdas die de drankjes komt brengen.”

\_STIJLVOL: “Een horloge van Van der Gang Watches.”

## DE ECHTGENOOT

Peter van Woensel Kooy (43) is senior editor bij MarketingTribune en copywriter/DGA bij Latchkov&Levi.

\_BELANGRIJKSTE RECLAMEACTIVITEIT: “Account executive bij McCann-Erickson voor Coca-Cola. Maar ik kwam erachter dat ik schrijven toch het leukst vind.”

\_IN VIER WOORDEN: “Loyaal, passie om te winnen, creatief, beetje kwajongen.”

\_JONGENSROOM: “Ik was redacteur van de schoolkrant en voorzitter van de feestcommissie. Toen al wist ik dat ik iets met schrijven wilde doen. Pas later kwam ik erachter dat ik de reclame leuk vond. Was een mooie tijd. Jong en tonnen op de bank.”

\_MAD MEN: “In de jaren zestig ging het er wel ongeveer zo aan toe, al zijn sommige dingen overdreven. Er lopen natuurlijk ook nette figuren rond. En ze snuiven niet, terwijl dat wel werd gedaan. Alles kon, we verdienden tonnen. Inmiddels zijn de tijden dat je om half twaalf laveloos kon zijn voorbij. Het is zakelijker geworden. De mix van gekte en genialiteit ontbreekt nu helaas te vaak.”

\_FAVORIETE DRANK: “Witte sauvignon, Cloudy Bay, Nieuw Zeeland.”

\_FAVORIETE VROUW: “Gabriëlle de Jong van Adformatie. (mijn Miss Money Penny)”

\_SPORT: “Ik fiets elke dag naar mijn werk in Amstelveen.”

\_WOMANIZER: “Womanizer? Een hele eer dat dat over me wordt gezegd. Dankzij de openingszin ‘heeft er iemand een vuurtje’ ben ik nu getrouwd en heb ik twee zoons.”

\_MODE: “H&M, Suit Supply, Bijenkorf, English Hatter voor Fred Perry, The Society Shop.”

\_AUTO: “Zwarte Volkswagen Passat.”

\_HOTSPOT: “Het Concertgebouw en Diep.”

\_IDEALE VAKANTIEBESTEMMING: “Suriname, omgeving Kaapstad, Nepal en Seychellen staan hoog op de verlanglijst. En natuurlijk Terschelling: ons huis in de duinen van Midsland aan Zee.”

\_STIJLVOL: “Met je geliefde in een vijfsterrenhotel tussen de gesteven lakens en dan de roomservice laten komen met ontbijt. Zoals in hotel Martinez in Cannes.”



“WOMANIZER IS GEEN VIES  
WOORD, TOCH?”

(OVER HERBERT) “WAS DAT MET MIJ  
IN CANNES? EVEN DENKEN, HOOR...”