

Adformatie

Gepubliceerd in
Adformatie

Aflevering
2002-21

Publicatiedatum
23-05-2002

Paginnummer
019

Rubriek
tamtam

Auteur(s)
Oostra, Martijn



[Print artikel](#)

<< [vorige](#) | [volgende](#) >>

[Sluit venster](#)

© Adformatie Groep

Flesje gazeuse al in 1963 leeg

Wim T. Schippers goot zijn flesje gazeuse al in 1963 in zee leeg, op het strand van Petten (6 december, om 10.30 uur), en dus niet in 1997 in het Centraal Museum in Utrecht, zoals in Tamtam nr 17 wordt gesuggereerd. In 1997 werd daar wel een tv-opname van Schippers' 'feitenkunst' uit 1963 getoond, in de tentoonstelling 'Het beste van Wim T. Schippers'. [MO]

[Sluit venster](#)



Gepubliceerd in
Adformatie

Aflevering
2002-17

Publicatiedatum
25-04-2002

Paginanummer
018

Rubriek
tamtam

Auteur(s)
Smit, Richard



[Print artikel](#)

<< [vorige](#) | [volgende](#) >>

[Sluit venster](#)

© Adformatie Groep

Reclame als kunst? Nee, reclame als reclame

Sinds **Wim T. Schippers** er in 1997 een flesje gazeuse in de zee leeg kieperde heeft het Centraal Museum in Utrecht een naam hoog te houden in audiovisuele kunst. Met de expositie FFF Videoshow exploreert het museum de raakvlakken tussen muziekvideo's, videokunst en commercials. Gebeurt niet zo vaak, meldt het museum, temeer omdat reclamecommercials, in tegenstelling tot beeldende kunst, niet erg openbaar zijn. Huh? De samenvoeging van het ReclameArsenaal met het Reclame Museum, verheldert het museum, is een stap in de goede richting, maar het ontbreekt aan bruikleenrechten en wetenschappelijke kennis. Oftewel: help, het reclame-erfgoed verdwijnt. Slechts enkele grote bedrijven zoals Heineken, ABN Amro, de Postbank en Philips hebben een historische afdeling. Dus zien we de drie vrienden, de freestyle-filmpjes van Nike, maar ook ouder werk als Koot en Bie voor de Postcheque- en girodienst (Moussault ABH International 1976), de lachende politieagent van Fiat Panda (PMSvW 1983), Drum-filmpjes voor een 'hele beste halve zware' en een filmpje voor Heinzellman uit 1971 van Y&R. Samen met de videoclips, zoals Michael Jackson's zombies uit Thriller en A-ha's Take on me, zijn ze goed voor een bombardement van beeld en geluid waaronder de kunstenaarsvideo's dreigen te bezwijken. Wat ook wel wat zegt over de reclamefilmpjes: kunstig gemaakt, maar geen kunst. Wie meer voelt voor reclame als reclame kan altijd terecht bij de tentoonstelling over Utrechtse muurreclame 'Koopt Utrechtse waar!!!' in het volksbuurtmuseum Wijk C.

P.S: Vergeet je badpak niet als je de komende weken naar het Centraal Museum in Utrecht gaat: het komt niet vaak voor dat je in het museum kunt kijken naar filmpjes, ronddobberend in een zwembad. Alhoewel: de beste floating experience krijg je naakt, zoals op de kle-dinglockers wordt benadrukt. [RS]

[Sluit venster](#)