

Adformatie

Gepubliceerd in
Adformatie

Aflevering
2001-43

Publicatiedatum
25-10-2001

Paginanummer
019

Rubriek
tamtam

Auteur(s)
Oostra, Martijn



[Print artikel](#)

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

[Sluit venster](#)

© Adformatie Groep

Is wél gelijk aan

Hoofdredacteur van Re-Magazine, ontwerper Jop van Bennekom, maakt alle advertenties voor derden in zijn blad zelf. Centraal daarin zet hij steeds een grafisch en inhoudelijk erg krachtig 'is niet gelijk aan'-teken, omdat volgens hem advertenties in glossy's doorgaans gaan over wat een product niet is. Dat =-teken met een schuine streep ervoor is bijna een handelsmerk geworden voor het ook internationaal verspreide Re-Magazine. Opmerkelijk genoeg duikt hetzelfde teken ook op in een affiche van L'Oréal, in een etalage op het Hauptbahnhof van Keulen. Daarin wordt het gebruikt als 'logo' boven de uitspraak 'Alle anders: Jede einzigartig', in het Nederlands 'Alle verschillend: ieder uniek'. Maar het gebruik van dit, op zich al universele wiskundig symbool in een advertentie, is dus allesbehalve uniek. Jop van Bennekom zelf vindt het L'Oréal-affiche een 'rare vondst'. MO

[Sluit venster](#)