

Kennis van kleren

Twintig jaar Oehoe was toch wel, dachten we aan het begin van deze jaargang, iets exclusiefs. Niet dus, want meldde zich eerst het AH-huisblad AllerHande met hetzelfde aantal bestaansjaren, eind april werd bekend dat het blootblad Playboy óók al 20 jaar bestond! Illuster gezelschap? Wie zal het zeggen. Het huisblad van AH produceert gewoon elke maand een nummer, zonder toeters of bellen. Playboy vierde zijn verjaardag met een extra dik jubileumnummer voor zijn 100.000 lezers en een feest in de Heineken Music Hall. De Eindhovense Ellen Soeters ("Frau Antje") zal er zeker van de partij geweest zijn: twintig jaar geleden stond zij op de cover van het allereerste nummer.

Van Allerhande zouden we kunnen leren, dat het maar het beste is gewoon door te gaan met waar je mee bezig bent. Met het jubileum van Playboy ligt het wat gecompliceerder. Een feestje in de Heineken Music Hall konden we budgettair niet waarmaken. Het stimuleerde ons ook niet om uit de kleren te gaan voor een nummer, maar gaf wel extra stimulans om het thema 'top less' verder vorm te geven. Aan 100.000 "mannen die al twintig jaar jongetje willen zijn" komen wij met onze Oehoe natuurlijk nooit (trouwens: 30% van de Playboy-oplage blijkt door vrouwen te worden gekocht!). En over een spetterende full color centerfold hebben wij zo onze eigen ideeën: zie het hart van dit nummer, waar 14 van onze mannelijke collega's zich top less laten zien. In een overmoedige bui hebben wij nog even gedacht aan een sessie met de Amerikaanse blote mensenmassa's fotograaf Spencer Tunick. Maar ook dat bleek toch een brug te ver. We houden het op de fotoreportage van Huub Mertens die daarmee op eigen wijze zijn interpretatie van het thema geeft.

Twintig jaar Oehoe, voorheen KPC Intern. De grondslagleggende notitie voor een personeelsblad, gedateerd 28 juni 1983, vermeldt dat "juist in een tijd van interne veranderingen een goede interne communicatie zowel horizontaal als verticaal van eminent belang is (...) Het blad dient een tolk te zijn van alle groeperingen in het bedrijf (...) en in een zo breed mogelijke zin te weerspiegelen wat er in de organisatie leeft." Zo maakte KPC Intern 20 jaar geleden een bescheiden start. De uitgangspunten van destijds kunnen we met dit themanummer nog steeds en misschien wel bij uitstek onderschrijven. Want in deze zomereditie geeft een groot aantal collega's zich immers op ons verzoek ieder op hun eigen manier bloot. Horizontaal of verticaal? Och, wat maakt het eigenlijk uit. Als je reclamejongens als Felix van der Houwen moet geloven, is 'bloot' inmiddels alweer passé. Oorzaak: creatievelingen willen altijd de grens van het taboe opzoeken en daar dan nét iets overheen gaan. Wij van de redactie konden ons met dit nummer in ieder geval heerlijk creatief uitleven, maar kregen daarbij bij lange na niet de grenzen in het vizier. Laat staan dat we grensoverschrijdend werk hebben verricht. Daarom hebben we meteen een nieuw thema in voorbereiding genomen, waarvan ieder die dat wil in het najaar kan gaan genieten: de geheimen van KPC Groep. Dus: wie nog een goed gewaard geheim kent, laat het ons weten!

Mag 'Less is more' in de modewereld dan een veel gebruikte term zijn, dit geldt niet voor de samenstelling van de redactie. Toen Maartje met pijn in het hart haar afscheid aankondigde omdat haar promotieonderzoek prioriteit heeft, hadden wij daarvoor uiteraard begrip. Maartje, bedankt voor je kortstondige, maar zeer betrokken en intensieve inzet. We zullen je zeker missen. In niemand minder dan haar collega en weledelzeergeleerde vrouw Riet hebben wij een waardig opvolgster gevonden. Riet, na je jarenlange arbeid aan Verhalen van rouw nu eindelijk tijd voor uilenspiegels en andersoortige verhalen: welkom!

REDACTIE