

## Televisiereclame in soberheid



See Color every night—even a child can tune it. (Shown) The *Aldrich* (21CS781) in limed oak grained finish. \$495.

**“LIVING COLOR” AT \$495 IS NOW BEST TV BUY—IT’S LIKE 2 SETS IN 1**

**New RCA Victor Big Color is the TV for thrifty families. Now you can enjoy Color plus black-and-white in one TV set!**

Here is double-value Color TV at the lowest price in history. Now you and your family will see every program *exactly* as it is broadcast. The big Color shows in breathtaking “Living Color”—all regular programs in sharp, clear black-and-white.

You see them easily with new “Color-Quick” tuning—so simple a child can do it. Turn two knobs and the screen blossoms out in Color.

You have your choice of 10 Big Color models—from table model to full-door console in contemporary or traditional styling.

See “Living Color” with your own eyes at your RCA Victor dealer’s soon. Ask him about easy budget terms on any Big Color set—your present TV may even cover the down payment!

Manufacturer’s nationally authorized retail list price shown subject to change. Offer limited time. All year service RCA Victor Factory Service Contracts from \$9.95 99 days.

**RCA VICTOR** 100 YEARS  
RCA PIONEERED AND DEVELOPED COMPATIBLE COLOR TV



**21" PICTURE TUBE\***  
\*OVERALL DIAMETER—254 SQUARE INCHES OF VIEWABLE PICTURE

**Big as life.** Even the lowest priced RCA Victor Big Color set gives a huge 254 square inches of viewable picture—crisp and clear in black-and-white or Color.



**All the colors of life.** RCA Victor Big Color TV gives Color so natural, so alive—you have to see it to believe it. It's a completely new experience in home entertainment.



**Practical and dependable.** Big Color TV service is low-cost—RCA Factory Service Contracts are available in most areas, but only to owners of RCA Victor TV sets.



**Like 2 sets in 1** because it's RCA Victor *Compatible Color*. Color shows in Color—all others in black-and-white. This is today's common-sense investment in TV.

Recentelijk werd bekend dat de bestedingen van adverteerders aan televisiereclame per jaar bijna de grens van 1 miljard Euro hebben overschreden. In 2014 werd in totaal 964 miljoen voor dit doel uitgegeven, een stijging van 3,3% vergeleken met het jaar daarvoor. Het geldt werd zowel ingezet voor reclamespots, sponsoring van programma's als de online videoplatforms.

Dan was het in de beginjaren van de televisiereclame binnen het Nederlandse bestel wel heel andere koek; een korte terugblik naar januari 1968. Diegene die in het bezit was van een kleurentelevisie, en dat waren er nog niet zoveel, hadden de mogelijkheid rond de acht uren aan programma's te bekijken die in kleur werden uitgezonden.

Ongerekend was dit rond de 20% van de totale zendtijd die via Nederland 1 en 2 per week werden uitgezonden. Maar reken er maar niet op dat in de toenmalige STER-blokken, waarin de diverse reclamespots waren verpakt, sprake was van kleurrijke spots. Slechts in zwart-wit werden de producten aangeprezen.

Het zou nog geruime tijd duren voordat de 'reclamespots-in-kleur', zoals destijds de vakterm luidde, op de beeldbuis zouden verschijnen. Welgeteld waren er op dat moment ongeveer 15.000 kleurentelevisies verkocht. Vaak stonden grote groepen mensen 's avonds in de etalages van speciaalzaken te kijken naar de fascinerende kleurenbeelden die voorbij kwamen. Een groot probleem was dat de aanschaf alleen mogelijk was voor de zeer spaarzame medemens en de veel verdieners.

Het aantal verkochte exemplaren kon tezamen voor de adverteerders niet voldoende rendement opleveren de hogere kosten van de productie van reclamefilms in kleuren commercieel te rechtvaardigen. Zo vond ik een verklaring terug in mijn archief van de heer B. Doyer, destijds gedelegeerd commissaris voor Nederland en België van het Amerikaanse reclame adviesbureau J. Walter Thompson, dat in Nederland destijds ongeveer 8 procent van alle zwart-wit reclamespots voor de televisie vervaardigde. Hij geloofde, dat de adverteerders er zeker niet vóór 1970 op mochten rekenen dat er reclamespots in kleur zouden worden uitgezonden. "Feitelijk loont het pas goed als 10 procent van de kijkers naar kleurentelevisie kijkt. Berekening geven aan dat rond 1970 er 350.000 kleurontvangers zullen moeten zijn, wil men aan het produceren van de reclamespots in kleur kunnen beginnen."

Het was de combinatie van verhoogde kosten met het veel kleinere bereik, dat de reclamewereld destijds voorlopig nog niet aan kleurenreclamespots op de televisie deed denken. De verwachtingen over de eventuele invloed van gekleurde reclame was echter al wel hoog

gespannen. Uit internationale ervaring wist men bij Walter J. Thompson dat het produceren van een kleurensport niet meer dan 20 tot 25 procent duurder behoefde te zijn dan van een zwart-wit sport, terwijl de visuele indruk (impact) gemiddeld 30 tot 50 procent hoger kwam te liggen.

Ook zonder kleur in de reclamespots stonden destijds de adverteerders zich in Hilversum en Bussum al te verdringen om aan bod te komen. Er werd zes dagen per week reclameblokken uitgezonden met een maximum van rond de 18 minuten per dag en dus rond de 110 minuten per week. Het programmeren van reclamespots op radio en televisie op de zondagen was destijds nog totaal uit den boze.

De vraag om reclamezendtijd te kopen was destijds zeker twee tot drie maal zo groot en kon men bij lange niet aan alle aanvragen van de potentiële adverteerders voldoen. De reclamespots, die in de VS destijds vaker langer dan een minuut waren, werden in ons land veel korter van duur geproduceerd. Vaak waren ze minder dan 30 seconden van lengte.

Nederland was trouwens wel een van de voorlopers op het gebied van kleurentelevisie. Van de zeven landen in de gehele wereld, die tot op dat moment beschikten over kleurentelevisie (VS, Canada, Engeland, Duitsland, Frankrijk, Rusland en Nederland) had de 'reclame-in-kleur' nog alleen zijn intrede gedaan in de eerste drie genoemde landen.

Uit een onderzoek, dat Walter J. Thompson destijds had laten uitvoeren over de prijzen van kleurenontvangers met een beeldbuis van 63 cm. doorsnee, was gebleken dat deze toestellen in Duitsland voor een prijs van f 2000 of minder op de markt werden gebracht, in Frankrijk voor ongeveer f 4000, terwijl de prijs in Engeland en in Nederland ongeveer f 3000 bedroeg. Uiteindelijk kwam de verwachting uit en verschenen de eerste reclamespots in kleur in Nederland in 1970 op de televisie.

