



Tv-recensie

HARO KRAAK A.I.

Tv-moeders

België is een van de laatste landen waar nog omroepers te zien zijn. Laten we ervan genieten.

Zap vlug naar de Belgen. Op de Vlaamse zender Eén kun je deze weken een uitstervend menstype aanschouwen: de omroepers. Naar verwachting blijven ze tot het einde van de zomer in leven, de vier vrouwen van Eén: Andrea, Eva, Geena, Lisa en Saartje. Ze lijden aan een chronische aandoening, die voortschrijdend inzicht heet.

Voor de jongeren onder ons: omroepers zijn een soort vlotte nieuwslezers die van een autocue de tv-gids oplezen. Daarover gesproken: de tv-gids is een blad waarin alle informatieblokjes staan die je onder in beeld ziet als je zapt – beide best handig dachten we, totdat het internet, digitale tv en voice-overs hun intrede deden.

Het verdwenen vak was een leerschool voor presentatoren. Voor de intrede van vlogs – hoi Enzo Knol! – en realitysoaps – hey Roy Donders! – had je drie karige opties als niet-zingende en niet-acterende aspirant-BN'er: besselletjes presenteren, videoclipjes aan elkaar praten of programma's aankondigen.

Zo prees Humberto Tan begin jaren negentig – toen nog met haar en schevere tanden – de nachtfilms van de AVRO aan en Caroline Tensen vertelde – met schouder-vullingen en föhnkapsel – wat die avond allemaal bij Veronica te zien was.

Bij een omroeper moet ik altijd denken aan Arie Boomsma, maar dat kan aan mij liggen, want ik denk sowieso vaak aan Arie. Hij was in 2003 de laatste omroeper van Nederland op Yorin, een zendernaam die jongeren aan moest trekken, maar waar Engelsprekenden om grinnikten omdat het klinkt als hun 'urine'.

Omroepers lijden aan een chronische aandoening die voortschrijdend inzicht heet

Daar zat Arie dan, gemakkelijk op een felgele sofa, een lange zijdscheiding over zijn voorhoofd gedrapeerd, een aflevering van soap *Westenwind* aan de man te brengen: 'Max Noorderweer bevindt zich zo langzamerhand in een parket waar hij misschien wel nooit meer uitkomt.'

Je zag meteen: die gaat een heel grote worden. Vroeger zaten de omroepers achter een desk of op een bank, maar nu staan ze op Eén, net als de nieuwslezers van de NOS, recht op in beeld, met soms een guitig pasje naar rechts of links. Omroepster Andrea – met van dat blonde piekhaar dat je op posters bij de kapper ziet – heeft het allemaal meegemaakt, want die doet het werk al sinds 1989.

Op de dag dat de Rode Duivels een oefenwedstrijd tegen Oranje speelden was Andrea in een demonstratief rood mantelpakje gestoken en over de speelfilm *Chocolat* zei ze: 'Een zalige film, zo'n beetje een modern sprookje, met de bijzonder mooie Juliette Binoche en de al even appetijtelijke Johnny Depp.'

Kijken dus.

België is een van de allerlaatste landen waar nog omroepers te zien zijn. Wat dat zegt over België is niet dat het een wanhopig achterhaald land is, maar wel dat het houdt van vertrouwde, blanke gezichten, felgekleurde jurkjes tegen een witte achtergrond en duidelijk articulerende vrouwenstemmen met een rollende r.

Vier keer per avond verkopen de Vlaamse dames het tv-aanbod aan de kijker. Daarbij bedanken ze je netjes dat je voor Eén hebt gekozen en wensen je aan het eind van de rit ook nog eens een goede nachtrust. Als ware tv-moeders ontfermen ze zich over je – alles om de eenzaamheid van de kijker te verzachten.

Gisteravond stond Andrea er weer, bij hoge uitzondering in sober zwart. Er kon geen lachje vanaf. Het kan mijn beroepsdeformatie zijn, maar ik zou zweren dat ze al aan het rouwen was.



Leven

REPORTAGE WERKDAG VAN MARKTSCHRIJVER HENRY VAN DER HORST

Henry van der Horst is het geheim achter al die marktreclameborden in hetzelfde handschrift. Met zijn werktafel rolt hij over markten van Groningen tot Maastricht. Twee grafisch ontwerpers ontdekten hem en vierden zijn werk met een website.

Door **Gidi Heesakkers** Foto **Ivo van der Bent**

Marktleider

'Aha, dus dáár staat het geheim', zegt de marktmeester van de Dappermarkt in Amsterdam. Ja, natuurlijk was het hem weleens opgevallen dat de gele, witte en zwarte tekstborden waarmee marktkooplui hun waar aanprijzen haast zonder uitzondering zijn beschreven met hetzelfde, kenmerkende handschrift. En hij had heus wel bedacht dat ze het maatwerk van een geroutineerde mooischrijver moesten zijn. Maar de reclamemaker in kwestie had hij nog nooit aan het werk gezien.

Mysterie ontrafeld. Henry van der Horst uit Zeewolde is het geheim, al houdt hij zich voor niemand verborgen. Hij moet hem alleen maar net treffen. Sinds een jaar of tien is Henry (59) – petje, bril, zongebruinde armen, 'dat krijg je ervan' – de artdirector en copywriter van de Nederlandse jaar- en weekmarkt. Met zijn rijdende werktafel rolt hij vijf dagen per week over markten en braderieën, van Groningen tot Maastricht. Ter plekke of op vooraf doorgegeven bestelling voorziet hij kraamhouders van handgeschilderde reclameplaten.

Er zijn er een paar die vinden dat ze het prima zelf kunnen. Scheelt weer 3 tot 15 euro per bord, afhankelijk van de grootte. Maar het gros laat Henry zijn gang gaan, met watervaste stiften op polystyreen. Vette zwarte of rode letters, gele strepen, oranje sterretjes. Zijn tekstborden gaan maanden, soms jaren mee en blijven netjes. 'Hij kan veel mooier en duidelijker schrijven dan ik', zegt De Sokkenkeizer op de drukke Dappermarkt. 'En hij versiert de boel een beetje', zegt De Worstenvrouw.

Worstje hier, fruitmandje daar. Helemaal Henry.

Na het Grafisch Lyceum in Utrecht begon hij met het decoreren van bordes voor supermarktketen Boni, waar hij later reclamecoördinator werd. 'Leuk, maar na een tijdje dacht ik: er is nog meer dan alleen maar rood en geel.' Hij kwam terecht bij een communicatiebureau dat voor grote namen als Shell en ABN Amro werkte, 'daar was ik op een gegeven moment alleen nog maar aan het managen. Terwijl het mij juist gaat om het creatieve proces.'

Met de reclameborden was hij ook na zijn supermarkttijd gewoon doorgegaan. 'Mensen bleven erom vragen.' Zo kwam hij uiteindelijk op de markt terecht, waar hij nu fulltime zijn creativiteit de vrije loop laat. Op een goede dag verdient hij er 450 euro mee.

Hij vond zichzelf er nooit echt het type voor 'om met mezelf de boer op te gaan'. Henry is nu eenmaal het tegenovergestelde van de schreeuwende marktkoopman: 'TWEË BOSSEN ROZEN, 5 EURO!' Ingetogen, rustig. 'Ik moest eraan wennen hoor. Vergis je niet in de hoeveelheid prikkels waarvoor ik me moet afsluiten. Op de markt kijkt altijd iemand op je vingers.'

Zijn werkwijze is simpel: de op-

Rodekool is vanwege de drie o's het lievelingswoord van Henry. 'O's schrijven lekker'

drachtgever kiest een formaat en zegt welke tekst op het bord moet, Henry zoekt bijpassende kleuren uit en begint te schrijven. Soms verzint hij een leuker woord, al zegt hij het zelf. 'Dapperprijzjes' vindt hij bijvoorbeeld een goede vondst van zichzelf, maar de schoenenverkoper aan het begin van de Dappermarkt ziet het liever iets meer rechttoe-rechtaan. 'Nou, dan schrijf ik gewoon 'diverse prijzen', zegt Henry. 'Doen we niet moeilijk over. De klant is koning.'

Het passen en meten gaat vanzelf. 'Ik doe even mijn ogen dicht en ik weet hoe een woord op het bord moet komen te staan. Na al die tijd kan ik precies inschatten hoe groot of klein ik moet schrijven om een tekst mooi te laten passen.' Alleen zeldzame woorden moeten soms opnieuw. Het zeldzame woord van vandaag wordt aangeleverd door een van de groentemannen, die twee kleine tekstborden nodig heeft voor zijn vriendin. Zij staat morgen op een braderie met Hawaiaans schaafijs. Jammer genoeg geen rodekool; vanwege de drie o's zijn lievelingswoord. 'O's schrijven lekker.'

Met zijn kar is hij op elke markt welkom. Huur hoeft hij niet te betalen; hij bedient geen particulieren, alleen marktkooplui. 'Tegenwoordig zijn er zelfs marktmeesters die vragen wanneer ik weer kom. Die zien het als een extra service.'

Concurrenten heeft Henry naar eigen zeggen 'niet echt meer'. Hij had er twee. Eentje is er onlangs mee opgehouden vanwege zijn leeftijd. 'Een ander kom ik zo af en toe nog tegen, maar die vindt het de laatste tijd niet zo leuk meer. Ik ben beter. Dat mag je in Nederland niet over jezelf zeggen, hè? Maar het is wel zo. Natuurlijk ben ik een curiositeit, dat mannetje dat rondloopt

De favoriete markten van Henry van der Horst

1. **Amsterdam**, Albert Cuyp, maandag tot en met zaterdag, 10.00 - 17.00 uur
2. **Maastricht**, Markt (rondom het stadhuis), vrijdag, 8.00 - 15.00 uur

3. **Amsterdam**, Lindengracht, zaterdag, 9.00 - 16.00 uur
4. **Amstelveen**, Stadsplein, vrijdag, 9.00 - 16.00 uur
5. **Eindhoven**, Woenselse Markt, zaterdag, 10.00 - 17.00 uur



Henry van der Horst met een door hem beschreven bord op de Dappermarkt in Amsterdam.

op die markten, maar ik ben ook een ambachtsman. Het snelle werken, hoppa, in één beweging uit de hand, het klopt gewoon allemaal.'

Dat zagen ook de twee grafisch ontwerpers die het ontwerp fenomeen een jaar geleden zochten en vonden. Willem Verweijen (29) en Sigmon Visser (30) waren geboeid geraakt door het alomtegenwoordige handschrift op de markt borden. Na rondvragen kwamen ze hem tegen op een braderie in Utrecht. Het klikte en ze besloten een paar dagen samen op te trekken.

'We zijn allebei geboeid door handgeschreven typografie', zegt Visser. 'Dan vallen de tekstborden die je op elke willekeurige markt in Nederland tegenkomt al snel op. Henry's stijl is consequent, maar toch ook rauw. Heel anders dan de strak vormgegeven reclame-uitingen die je overal ziet.'

Als markttypograaf is Henry de verpersoonlijking van de kracht van geschreven letters, vindt Visser. 'Digitaal ontwerp voert tegenwoordig de boventoon, maar hij heeft een niche gevonden waarin zijn ambacht een blijvende plek heeft. In de chaos van de markt moeten de producten en prijzen in één oogopslag duidelijk zijn. Henry werkt snel en levert precies datgene waar op de markt behoefte aan is.'

Verweijen en Visser maakten een boekje, een video en een pas gelanceerde website voor Henry. Niet vanuit een commercieel oogpunt, maar 'om zijn werk te vieren'. Er komt ook nog een expositie. De website is de plek waar Henry werk verkoopt dat hij in zijn vrije tijd maakt, voor boven de bank in plaats van boven de appels, peren en onderbroeken voor 3,99 euro per stuk.

'De jongens', zoals Henry ze liefkozend noemt, hebben hem laten inzien dat hij meer met zijn werk kan doen. Sinds enige tijd plaatst hij foto's van commercieel en vrij werk op Instagram, met de hashtag #signpainting. 'Echt, er gaat een wereld voor me open. Het zijn vooral Amerikanen die op mijn werk reageren. In Amerika heb je niet dit soort markten. Daar werken signpainters op andere plekken. Ik volg bijvoorbeeld iemand die in occasioncentra de voorruit van de auto's beschildert. Daar ben ik nu ook mee bezig. Ik wil verder. Toen ik 40 was en nog voor een baas werkte, dacht ik: hoe kan ik dit ooit blijven doen tot mijn 65ste? Nu weet ik zeker dat ik tijd tekortkom.'

Hij wil zijn afzetgebied uitbreiden, maar zijn vrienden van de markt laat hij niet zitten. Het is een fijne, eerlijke werkplek, zegt Henry. Nergens komt vraag en aanbod zo direct samen. 'Hier staat iedereen met twee poten op de grond, geen geouwehoer. Kijk naar de politiek, kijk naar kantoren waar managers met vaktaal om de hete brij heen draaien. Hier doet niemand aan jargon. De klanten zeggen mij recht in mijn gezicht of het mooi of lelijk is wat ik aflever.'

Het is prachtig, zegt de jonge verkoper van Ilias Delicatessen die even heeft staan meeluisteren. Hij wil het digitaal vormgegeven reclamebord ter promotie van de huisgemaakte pinda-kaas vervangen voor een handgeschreven exemplaar van Henry. 'Serieus, het is toch gewoon kunst wat deze man maakt?'

Meer informatie over Van der Horst: henrysignpainter.com