

MARIËTTE MIDDELBEEK

Lovalicious



ABCOUDE

GROTE LETTER BIBLIOTHEEK

‘En als het jongetje zijn moeder na de zoektocht in de supermarkt weer gevonden heeft, krijgt hij van haar een handje Pranks,’ zeg ik, terwijl ik geroutineerd door de PowerPoint-presentatie heen schiet. ‘Pranks staat voor troost, voor meevoelen met een ander. Vooral met een kind. Ouders moeten het idee krijgen dat ze hun kind echt een traktatie geven. Met deze reclamecampagne gaat dat gegarandeerd lukken.’

Zelfverzekerd kijk ik de zaal in. ‘Zijn er nog vragen?’

Ik zie de brandmanager van Pranks goedkeurend knikken en ik weet dat ik gebakken zit, want die man is net zo *hard to impress* als Victoria Beckham bij een modeshow voor mini-maatjes. En dat terwijl hij iets aan de man moet brengen dat heel wat minder hip is dan couture. Pranks zijn ontzettend smerige, veel te kleine chocoladesnoepjes met weinig suiker, wat je jammer genoeg heel erg proeft,

maar met een, volgens de makers, echte chocoladesmaak, die je dan weer niet proeft.

Visser & Visser, het reclamebureau waar ik werk, heeft de onmogelijke opdracht gekregen om deze vieze, naar deeg smakende chocoladeballetjes in de markt te zetten. Het maakt niet uit op welke manier, als ze maar verkocht worden, was de opdracht. Aan mij, Saskia Jongemans, junior campagnemaker, de taak om die uit te voeren.

De brandmanager, die zich steevast meneer Bruijns laat noemen en niet meedoet aan de tamelijk informele omgangsvormen in de reclamewereld, komt naar me toe en geeft me een hand. 'Dat zag er heel goed uit,' complimenteert hij. 'Ik ben er erg blij mee. Er zal hier en daar natuurlijk nog wat geschaafd moeten worden, maar het begin is er. Zeg maar tegen Pepijn dat ik vind dat hij vakwerk heeft geleverd.'

Mijn mond zakt open en ik kan niets uitbrengen. Meneer Bruijns loopt alweer weg, maar bedenkt zich dan en draait zich om. 'Oh, en jouw presentatie was ook niet onaardig.'

Ik stamp zo hard met mijn voet op de grond dat ik mijn torenhoge stilettohak ver-
vaarlijk voel wiebelen. Hoe dúrft hij?

‘Wat is er?’ Pepijn, de ene helft van het duo Visser & Visser, is naast me opgedoken. ‘Je kijkt alsof je van plan bent iemand te gaan kielhalen. Dat, of je hebt net heel hard op je tong gebeten.’

‘Het eerste,’ grom ik. ‘Ik ben zó beledigd.’

Pepijn kijkt om zich heen. ‘Bruijns?’ gokt hij dan.

Ik knik. ‘Hij heeft zijn complimenten voor de campagne uitgesproken. Bedoeld voor jón.’ Ik zend een blik in de richting van de brandmanager die hopelijk heel dreigend overkomt, maar hij ziet het niet.

Naast me schiet Pepijn in de lach. ‘Zei hij dat echt? Ik heb hem nog zo gezegd dat ik de hele campagne aan jou heb uitbesteed, dat je een van onze grote talenten bent en blablabla.’

Oh ja, dat is iets heel irritants aan Pepijn, waar ik maar niet aan kan wennen. Hij heeft de neiging het grootste deel van zijn zinnen te eindigen met ‘blablabla’. Misschien werkt hij iets te lang in de reclame en wil hij hiermee aangeven dat veel van wat reclamemensen zeggen eigenlijk niets betekent, maar als je, zoals ik, per dag nogal veel tijd met hem doorbrengt, kun je er behoorlijk gestoord van ra-

ken. Een tijdje geleden heb ik besloten dat ik het niet meer hoorde, maar dat heeft helemaal verkeerd uitgepakt. Sindsdien valt het me alleen maar extra op. Geloof me, ik heb uitgerekend dat hij het gemiddeld om de vijf zinnen zegt. En hij praat heel veel.

‘Ach, trek het je niet aan,’ probeert Pepijn me op te beuren. ‘Uiteindelijk gaat het erom dat Visser & Visser een goede indruk achterlaat. En dat is gelukt. Het maakt iemand als Bruijns niet uit of het poppetje A of B is dat de details invult. Hij wil gewoon een goede campagne, waarmee hij weer bij zijn baas kan aankomen, zodat die tevreden over hem is en blablabla.’

‘Jij hebt makkelijk praten,’ mok ik nog even verder. ‘Ik ben degene die minstens vijf avonden heeft zitten werken om die verdomde campagne af te krijgen om vervolgens te horen dat de presentatie “ook niet onaardig” was.’ Nu ik het zeg, word ik er weer boos om.

Pepijn lacht echter vol overgave, met zijn hoofd in zijn nek. Hij slaat zijn arm om mijn schouders. ‘Trek het je niet aan. Als ik Bruijns spreek, zal ik nog een paar keer laten vallen hoe geweldig j  de campagne hebt gemaakt en hoe blij ik ben dat ik een grote opdracht

als deze, helemaal aan jou kan overlaten.' Ineens kijkt hij me serieus aan. 'Daar is trouwens geen woord van gelogen, Sas. Ik ben echt ontzettend blij met je.'

Hij zendt me een diepe, innige blik en als ik niet zeker wist dat hij op mannen valt, zou ik nog denken dat hij een oogje op me heeft. Het volgende moment is Pepijn weer gevlogen en even later duikt hij op bij een groepje mannen. Hoewel ik nog verongelijkt wil zijn, glimlach ik.

'Zo mag ik het zien.' Ik krijg een flinke pets op mijn schouder en kijk in het lachende gezicht van Emily de Ruyter, mijn collega en vriendin. 'Jemig, wat kun jij chagrijnig kijken.' Ze stopt een zalmhapje in haar mond en neemt een slok van haar champagne, terwijl ze ondertussen duidelijk probeert te maken wat ze van mijn presentatie vond. Ik maak eruit op dat het wel oké was.

'Weet je, Ems, die snoepjes zijn echt niet te vreten,' verklap ik. 'Het is niet makkelijk om een campagne te verzinnen als je nog bezig bent de deegresten van je kiezen te peuteren en de vieze smaak weg te eten met échte chocolade.'

'Weet ik, weet ik.' Emily kijkt me onbewo-

gen aan. 'Die enorme voorraad Pranks die jij in de kast had gelegd, heb ik aan mijn neefje gegeven. Hij heeft drie uur gehuild en toen wist ik dat die dingen puur vergif zijn.'

Ik knik geestdriftig.

'Maar,' gaat Emily onbezorgd verder, 'dat is niet ons probleem. Wij zijn alleen maar reclamemakers, die nooit verantwoordelijk kunnen worden gehouden voor de kwaliteit van een product. Als de eerste Pranks-dode valt, hoeven ze bij ons niet aan te komen.'

Achter ons schraapt iemand zijn keel en terwijl er zo'n vaag gevoel van onrust in mij opspeelt, draaien we ons gelijktijdig om. Daar staat meneer Bruijns, en hij kijkt niet blij. Ik heb geen idee wat ik moet zeggen en staar naar mijn tenen.

'Nee echt, ik meen het,' neemt Emily gelukkig het woord. 'Ik zou dood kunnen gaan nu ik Pranks heb geproefd. Sterker nog, ik zou dood kunnen gaan terwijl ik Pranks aan het eten was. Dan zou mijn leven volmaakt geweest zijn.' Ze spert haar ogen zo wijd open dat ze bijna uit hun kassen rollen, maar haar onschuldige-meisjes-truc werkt perfect. Meneer Bruijns laat een van zijn zeldzame glimlachjes zien. Blijkbaar heeft hij alleen het

laatste deel van ons gesprek opgevangen. Ik haal opgelucht adem.

‘Zo, dat hebben we ook weer opgelost,’ zegt Emily zorgeloos als Bruijns wegloopt om zijn jas te pakken. ‘Jij ook wat champagne? Je hebt vandaag een grote klant tevredengesteld. Daar mag best op gedronken worden, Sas!’

Ze loopt weg om een ober te zoeken. Op eens merk ik hoe moe ik ben. Afgelopen week heb ik elke dag overgewerkt om de campagne op tijd af te krijgen. Gelukkig is het vrijdagmiddag, iets over halfvijf. Zo meteen knijp ik ertussenuit en ga ik helemaal in mijn eentje van het weekend genieten. Morgen ga ik iets doen wat helemaal niet bij mijn hippe baan, mijn trendy voorkomen en mijn stoere imago past. Morgen ga ik naar de rommelmarkt. En ik vind het geweldig.

Zo lang ik me kan herinneren keek ik elk jaar uit naar Koninginnedag. Mijn ouders dachten dat het was vanwege de wedstrijd fietsen versieren of misschien vanwege de kermis, maar ik was alleen maar geïnteresseerd in de rommelmarkt. Van mijn moeder mocht ik die oude troep, zoals zij het noemt, niet mee naar huis nemen, maar dat deed ik natuurlijk toch.

Als ze iets in mijn kamer vond, pakte ze het heel voorzichtig tussen haar duim en wijsvinger en gooide ze het in de vuilnisbak. Toen onze kat een keer vlooiën had, wist zij heel zeker dat die afkomstig waren van iets dat ik op de rommelmarkt had gekocht.

Maar dat heeft mijn lol in oude spullen niet verpest. Geen van mijn collega's weet dit, zelfs Emily niet, maar als het even kan ben ik te vinden tussen de oude keukenspullen, klokken die het niet meer doen, foeilelijke beeldjes, gebruikte kleding en wat mensen allemaal nog meer wegdoen. Achter oude spullen zit een heel verhaal en daarom vind ik het zo intrigerend. Bovendien zijn oude spullen gewoon spotgoedkoop en met een likje verf zien veel dingen er weer als nieuw uit.

Het imago van een rommelmarkt is, onterecht in mijn ogen, stoffig en suf. Als reclamemaker jeuken mijn handen om er iets moderns van te maken, maar helaas is een rommelmarkt geen bedrijf en acht ik de kans klein dat de vereniging van rommelmarktliefhebbers – als die al bestaat – de handen ineenslaat en Visser & Visser inhuurt om het imago van hun markten op te vijzelen.

En misschien is dat ook maar beter. Rom-

melmarkten zouden immens populair kunnen worden en dan kun je het wel vergeten dat je met de mooiste spullen thuiskomt, omdat iedereen die natuurlijk wil. En bovendien zou je nooit een parkeerplek kunnen vinden in Antwerpen, waar de mooiste rommelmarkten worden gehouden.

Met dat probleem zit ik vandaag ook al. Slechts met heel veel moeite weet ik een plekje te vinden voor mijn stokoude, rammelende Nissan Sunny. Hij is al zo vaak gedeukt dat het me niet meer uitmaakt als ik met inparkeren een bumpertje meer of minder meeneem en dat is maar goed ook, want ik ben niet zo'n held met inparkeren. Maar uiteindelijk lukt het me toch en tevreden stap ik uit.

Terwijl ik de paar straten tussen mijn parkeerplek en de markt afleg, begint mijn telefoon in mijn tas te rinkelen. Pepijn, zie ik op het schermpje. Wat moet hij van me op zaterdag?

‘Hé, baas,’ neem ik luchtig op. ‘What’s up?’

Hij klinkt paniekerig als hij zegt: ‘Mijn computer is gecrasht. Ik ben op kantoor om wat werk in te halen en nu doet hij helemaal niets meer. Je moet me helpen, Sas.’

Ik slik. ‘Dat kan niet.’