



PREMIUM

Reinier Paping overleed afgelopen maandag op 90-jarige leeftijd. © Pim Ras / Mensenling (bewerking: de Stentor)

Brinta door het stof na kritiek op rouwadvertentie Reinier Paping: 'Vervelend dat dit zo wordt opgevat'

POLL Commotie op sociale media om een rouwadvertentie van ontbijtmerk Brinta na het overlijden van schaatsheld Reinier Paping uit Zwolle. Mensen noemen het 'smakeloos' en 'verkapte reclame'.

Volgens het merk zelf is dat absoluut niet de bedoeling geweest. „Er zit nul commerciële gedachte achter. Totaal niet.”

Mark Broersma 24-12-21, 12:30 Laatste update: 12:58



Paping [overleed maandag](#) op 90-jarige leeftijd. Naar aanleiding daarvan plaatste Brinta een rouwadvertentie om de familie en nabestaanden van de schaatser sterkte te wensen. ‘Voor ons zal Reinier Paping altijd een nationale held blijven. Hij zal gemist worden’, valt te lezen.

Reinier Paping

20 – 12 - 2021

Voor ons zal Reinier Paping altijd
een nationale held blijven.

Namens het team van Brinta wensen wij de familie
en nabestaanden enorm veel sterkte
met dit grote verlies.

Hij zal gemist worden.

Brinta



De advertentie die Brinta eerder deze week plaatste na de dood van Reinier Paping © Mensenling

Reclame

Sinds de winst van de Elfstedentocht in 1963 waren Paping en Brinta aan elkaar verbonden. Toen verslaggevers hem na afloop vroegen hoe hij zich

had voorbereid, vertelde Paping dat hij 'gewoon een bordje Brinta had gegeten'. Onder de tekst in de rouwadvertentie staat het logo van Brinta en dat schiet bij veel mensen op sociale media in het verkeerde keelgat. Het zou ongepaste reclame zijn.

Bij Brinta spreken ze dat tegen. „Het is heel vervelend wat er is gebeurd”, licht Thomas van Helvoort toe. Hij is marketingmanager bij Kraft Heinz, waar het merk Brinta onder valt. „Het was echt puur om onze condoleances over te brengen aan de familie en nabestaanden. Er was geen tweede agenda om hier een commercieel slaatje uit te slaan.”

StemBekijk resultaten

Logo

Van Helvoort legt uit hoe de rouwadvertentie tot stand kwam. „Bij ons kwam het nieuws binnen dat de heer Paping helaas was overleden en toen hebben we gezegd: we moeten onze condoleances overbrengen, omdat het merk Brinta een geschiedenis heeft met de heer Paping.”

Er werd besloten een rouwadvertentie te plaatsen in vier grote ochtendkranten: *AD*, *de Volkskrant*, *De Telegraaf* en *NRC*. „Bij het *AD* en *de Volkskrant* had het logo kleiner moeten zijn. Ik zag dat pas toen de kranten al gedrukt waren. Als ik dat van tevoren gezien had, hadden we dat echt wel aangepast en kleiner gemaakt.”

Het was echt puur om onze condoleances over te brengen aan de familie en nabestaanden

Thomas van Helvoort, Kraft Heinz

Van Helvoort staat achter de beslissing om het logo onder de rouwadvertentie te zetten. „We hebben het vanuit ons merk gedaan, omdat er die jarenlange samenwerking is geweest. Ik kan me voorstellen dat niet iedereen die geschiedenis tussen ons en de heer Paping kent en dat het anders overkomt. Maar er zit nul commerciële gedachte achter. Totaal niet. Het is vervelend dat dit zo opgevat wordt.”

‘Dit was gewoon onhandig’

Paul Moers, deskundige op het gebied van merken, snapt heel goed dat Brinta kiest voor zo'n rouwadvertentie. „Ook voor hen is die man een icoon geweest. Maar bij een rouwadvertentie past bescheidenheid. Je moet dat niet te hoog van de toren blazen. Dat is ongepast. Als je daar gewoon klein je naam onder zet, dan is dat helemaal prima. Maar door dat groot met zo'n logo te doen, schiet je eigenlijk je doel voorbij.”

Moers verwacht echter niet dat de commotie over de rouwadvertentie voor Reinier Paping Brinta veel imagoschade op gaat leveren. „Daar is de rel te klein voor. Maar het helpt je natuurlijk niet. De rouwadvertentie snap ik, maar dit was gewoon onhandig.”