



Ford Onderdelen Rammelen Dagelijks

Pseudo-verklaringen van merknamen

Opel is vooral “Op Papier Erg Leuk”, de kleren van C&A zijn “Cheap & Awful” en de slogan “Life’s Good” van electronicagigant LG kan volgens sommigen beter luiden: “Lekker Gammel”. De pseudo-verklaringen zijn soms treffender dan de originele – en vaak veel grappiger.

Saskia Aukema

REDACTIE ONZE TAAL

Op internetforums wisten ze de afgelopen tijd wel waar DSB voor staat: niet gewoon voor Dirk Scheringa Beheer natuurlijk, maar voor “Doortrapt, Slecht & Bedrogen” of “De Snelle Boevenclub”, en anders wel voor “Die Schurken Bank”. De ervaringen die de schrijvers op internet moeten hebben gehad met DSB, laten zich wel ongeveer raden. Ze komen vast bepaald niet overeen met het rooskleurige beeld dat tot het einde toe geschetst werd door de echte naamgever van DSB.

Het bedenken van dergelijke nieuwe verklaringen voor bestaande afkortingen is te zien als een kleine, creatieve daad van verzet tegen grote, machtige ondernemingen. Als een soort ontmaskering ook, want de pseudo-verklaring zegt volgens de bedenker ervan natuurlijk veel meer over het bedrijf of het merk in kwestie dan de

inhoudsloze of juist prestigieuze naam die de oprichters er ooit voor hadden bedacht.

■ GEKUNSTELD

Het is een populair genre, dat herinterpreteren van afkortingen (ook wel: *backroniemen*, van *back*, ‘met terugwerkende kracht’, en *acroniem*, ‘afkorting’). Zo stonden alleen al in *de Volkskrant* de afgelopen tijd de volgende voorbeelden – opgeschreven door vier verschillende journalisten:

- TNT, dat staat voor ‘Teleurstelling Na Teleurstelling’
(25 april 2008; gezegd door stakende postbode)
- Blote feestjurkjes in felle kleuren, tunieken met glitters en borduursels (...), alles lijkt erop gericht voorgoed af te rekenen met het degelijke imago van Vervelend & Duf.
(18 april 2009, in artikel over herprofilering V&D)

- AZ staat ook voor Altijd Zichzelf (20 april 2009, na landskampioenschap AZ)
- GM begint nieuw leven als 'Government Motors' (1 juni 2009, na kapitaalinjectie General Motors)

Op internet worden er hele sites aan het verschijnsel gewijd. Ze bevatten lijsten vol alternatieve verklaringen voor namen, en ook af en toe voor gewone woorden (zie voor dat laatste het kader hieronder). Daaruit blijkt dat er niet alleen de draak wordt gestoken met namen die van zichzelf al afkortingen zijn. Het verzinnen van een passende naam kan even makkelijk met een merk als Philips, dat eigenlijk genoemd is naar oprichter Gerard Philips, maar nogal eens wordt aangeduid met "Productie Hopeloos Iedere Lamp Is Praktisch Stuk". Of neem Heineken: "Hij En Ik Nemen Elke Keer Een Nieuwe" (en met dezelfde letters terug: "Na Elke Keer Een Nieuwe Is Er Hoofdpijn").

Sommige vondsten op die sites zijn grappig en origineel, maar veel ervan doen ook wel wat gekunsteld aan. Daarom vroegen wij ons afgelopen voorjaar in onze wekelijkse column op Nu.nl af: zijn er echt mensen die zeggen dat ze met hun "Fiasco In Auto Techniek" naar de "Elke Dag Armoedige Handel" rijden om er een diepvriesmaaltijd van "Inheems Gif Langzaam Opeten" te kopen? Of worden ze in ieder geval weleens aangehaald, zoals in de voorbeelden hierboven? En is dat gebruik van de pseudo-verklaring iets van de laatste tijd, zoals je misschien zou kunnen denken?

■ KOMT PAS MORGEN

De respons op de oproep sprak boekdelen. Ruim 250 mensen stuurden ons bijna 400 pseudo-verklaringen (waaronder zo'n 250 verschillende), die ze kennelijk inderdaad zo nu en dan gebruiken. Of: gebruikten. Want het genre bleek verre van nieuw, zo konden we opmaken uit de genoemde merknamen, die soms al in geen jaren meer op de markt waren.

Zo noemde J.D. Wiegman het sigarettenmerk Rhodesia, dat in de Tweede Wereldoorlog te koop was. Dat merk was natuurlijk genoemd naar het Afrikaanse land dat inmiddels is opgesplitst in Zambia en Zimbabwe, maar in Nederland stond het ook wel bekend als "Regering Holland Ontdekte Deze Ellen-dige Sigaret In Afrika". En volgens de website van het Achterhoeks Museum ook wel als "Rokend Hooi Overtreft Deze Ellendige Sigaret In Alles."

In ongeveer dezelfde tijd werd de KPM ("Koninklijke Paketvaart Maat-

Philips wordt nogal eens aangeduid met "Productie Hopeloos Iedere Lamp Is Praktisch Stuk".

schappij") voorzien van een mogelijk beter passende benaming. Die maatschappij, die heeft bestaan tussen 1888 en 1966, vervoerde passagiers en vracht per schip binnen, naar en van Nederlands-Indië. Alleen gebeurde dat blijkbaar niet zo snel, want de alternatieve naam luidde volgens een lezer: "Komt Pas Morgen".

■ AUTO'S

Ook de volgende 'namen' beschrijven merken – in dit geval allemaal auto-, motor- en (brom)fietsmerken – die inmiddels alweer enkele decennia ter ziele zijn:

- Bij Storm Afstappen (BSA, 1905-1971; eigenlijk: 'Birmingham Small Arms Co. Ltd')
- Elke Meter Pech Onderweg (Empo, 1913-1979; Nederlands bedrijf; eigenlijk: 'Emsbroek & Poesse')
- Met Onze Rommel Rijdt Iedere Sukkel (Morris, 1912-1984; Brits bedrijf; genoemd naar oprichter William Morris)
- Nooit Slechter Uitgevonden (NSU, 1873-1969; Duits bedrijf; genoemd naar standplaats NeckarSULM)

De verleiding is groot om in die herverklarde afkortingen een mogelijke aan-

wijzing te zien voor het verdwijnen van de merken in kwestie, maar dat is toch te simpel gedacht. Van alle pseudo-verklaringen die zijn ingestuurd, gaat bijna een derde over auto- en motornamen, en daaronder bevinden zich ook vele, vele merken die nog gewoon in de showrooms staan.

Het lijkt erop dat mensen dus überhaupt graag van die pseudo-verklaringen bedenken voor auto's. En misschien is dat niet zo vreemd. Bij geen enkel ander consumentenproduct is kwaliteit zo belangrijk als bij een auto. Als je auto stukgaat, kun je gevaar lopen, en op z'n minst kost het je bakken met geld. Reden genoeg dus om de kwaliteit waar autofabrikanten hoog van opgeven met de nodige scepsis te bezien.

En als die naam niet je eigen ervaringen of angsten weergeeft, dan kun je je vondst altijd nog gebruiken als plaagstootje voor een ander die – anders dan jijzelf natuurlijk – voor het 'foute' merk heeft gekozen. Op een internetforum bijvoorbeeld, waarop iemand reageert op de stelling dat echte mannen voor een KIA kiezen: "Haha KIA: Klootzak In Autowrak. Wtf is mis met een bmw???" Enkele van de aardigste nieuwe verklaringen voor hedendaagse automerken: ▶

Metro, bier en andere gewone woorden

Niet alleen namen worden bij wijze van plaagstootje geïnterpreteerd als afkorting, soms gebeurt dat ook bij gewone woorden. Schrijvers van managersboeken zijn er dol op. Die leggen principes graag uit aan de hand van bestaande termen. Dan staat het woord *team* niet alleen voor 'groepje mensen' maar ook voor het motto "Together everyone achieves more", *kis(s)* wordt op die manier "Keep it simple (stupid)" en er is natuurlijk het 'smart-principe', waarmee je je doelstellingen kunt controleren op de punten "specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden".

Maar ook buiten het managersjargon worden woorden volop geïnterpreteerd als afkortingen. Het woord *nozem* werd bijvoorbeeld vroeger wel uitgelegd als "Nederlands onderdaan zonder enige manieren", en *bier* staat in deze tijden van comazuipen wel voor "ben in eeuwige rust". *Metro* wordt verklaard als "met een teringgang (of: treintje) Rotterdam onderdoor" en *kut* als afgezwakte krachtterm voor "kwalitatief uitermate teleurstellend". Die laatste term krijgt ook een uitleg in de meer lichamelijke zin van het woord: "Het verschil tussen mannelijk en vrouwelijk zit hem voornamelijk hierin: LUL is Lange Urine Leider KUT is Korte Urine Trechter. Niks schuttingtaal dus!" En ten slotte schrijft 'Ted K.' over hetzelfde woord: "In de vroegere *Katholieke illustratie* stond ooit een foto van een dorpsgezicht in Brabant waar op een schutting het woord KUT te zien was. Na klachten van geschokte lezers was de reactie van de redactie dat dit een afkorting was van 'Katholiek Uit Traditie'."



Akzo: "Arm Kereltje Zonder Onderlijf".

- Honda: "Hoge Onderhoudskosten Na Dure Aanschaf"
- Lada: "Lopen Achter De Auto"
- Opel: "Op Papier Erg Leuk" en "Ons Product Eist Levens"
- Peugeot: "Probeer Eens Uw Geluk En Ondervind Trammelant"
- Renault: "Roest En Narigheid Achtervolgen U Lange Tijd"
- Toyota: "Tegen Oriëntaalse Yen Opkoopbare Trap-Auto"

Smokkelen met de spelling mag:

- BMW: "Blik Met Wielen", "Boerenmestwagen" en "Beslist Minder Waardig"
- Ford: "Ford Onderdelen Rammelen Dagelijks"
- Volvo: "Verloren Onderdelen Liggen Verder Op"
- Yamaha: "Yapanse Arbeiders Maken Alles Half Af"

■ PROBEERT U MAAR ADIDAS

Ook in andere branches kan het er een en ander misgaan: niet ieder vliegtuig haalt de eindbestemming, en broodjes worst bevatten wellicht onbestemde ingrediënten. En anders is er altijd nog de basale, maar niet te onderschatten vrees dat we te veel geld betalen voor een aftands product:

- LG: "Lekker Gammel"
- Alitalia: "Airplane Lands In Tokyo And Luggage in Amsterdam"
- C&A: "Cheap & Awful"
- Nike: "Na Inlopen Kapotte Enkels"
- Wibra: "Wij Idioten Bieden Rommel Aan"
- HEMA: "Hier Eet Men Afval"

Een enkele keer blijkt zich in de naam van een problematisch product ook een mogelijke oplossing aan te dienen:

- Otis (lifffabrikant): "Onze Trap Is Sneller"
- DAF: "Duwen Anders Fietsen"
- BMW: "Bij Makke Wandelen"
- IKEA: "Ik Koop Ergens Anders"
- PUMA: "Probeert U Maar Adidas"
- RET (Rotterdamse vervoersmaatschappij): "Roep Een Taxi"

■ AMOUREUZE PRAKTIJKEN

Er wordt via de herverklaarde afkorting niet alleen maar geklaagd over de producten. Er zijn zo nu en dan ook andere geluiden. Zo kan chemieconcern Akzo Nobel (voorheen Akzo) zelfs rekenen op

compassie, of eigenlijk: het mannetje van het Akzo-logo, dat slechts vanaf zijn middel wordt afgebeeld: "Arm Kereltje Zonder Onderlijf". En over wasmiddel OMO gaat ook een fraai verhaal. Inzender Rudy Schreijnders: "De overlevering wil dat een pak in Engeland voor het raam werd gezet als de huisvrouw aan haar minnaar wilde aangeven dat ze alleen thuis was: 'Old Man Out' ('de baas is niet thuis')."

Er zijn meer merken die worden geassocieerd met amoureuze praktijken. Zo denken sommigen bij het Tsjechische automerk Škoda aan "Schokkend Klaarkomen Op De Achterbank". En hoewel de meeste mensen de in 2001 opgedoekte vliegtuigmaatschappij Sabena associëren met de uitroep "Such A Bad (of: Bloody) Experience Never Again!", koestert ene Bart héél andere herinneringen aan de Sabena-vluchten: "Seks Aan Boord En Niets Anders".

Verder zijn er nog de pseudo-verklaringen die helemaal niets te maken hebben met het product of de instantie, maar wel weer met seks. Daarbij biedt het merk eigenlijk niet meer dan een aanleiding om iets te mogen zeggen in het genre poep-pies-neuken. Zo zijn er mensen die de omroepnaam VPRO uitleggen als "Vader Piest Recht Omhoog" en Nike als "Neuken in Kotje Elf". En de Amerikaanse rockband Korn had in 1997 een bescheiden hit met het nummer 'A.D.I.D.A.S.', waarvan het refrein luidde: "All Day I Dream About Sex".

■ POSITIEF

Regelrecht positieve omschrijvingen van producten zijn er ook te vinden onder de lezersreacties, al zijn ze op één hand

Politiek en voetbal

Hoewel het bij pseudo-verklaringen van afkortingen dus meestal gaat om consumenten die bepaalde commerciële merken op de hak nemen, zijn ook weleens andere namen het doelwit van hun milde spot. Namen van politieke partijen bijvoorbeeld. Zo staat CDA volgens opposanten voor "Christus Denkt Anders" en VVD voor "Veelverdieners Voor Dictatuur", "Voor Vraatzuchtige Directeuren" of "Veel Vrije Dagen".

Op het voetbalveld is het eveneens een populair procedé. Als de naam van een concurrerend team met een e begint, dan is het eerste woord van de afkorting snel van een alternatieve verklaring voorzien. Zo werd EDO uit Utrecht "Elf Domme Olifanten", EMM uit Hilversum "Elf Makke Muizen" en EBOH uit Dordrecht "Elf Boeren Op Hol". En ook verder kenmerkt het spel van de tegenstander zich volgens de alternatieve namen natuurlijk door onsportiviteit en algehele suffigheid:

- OWIOS, Oldebroek: "Onbenullig Woest Is Ons Spel" (eigenlijk: 'OverWinnen Is Ons Streven')
- HMS, Utrecht: "Hollandse Mis Schieters" (eigenlijk: 'Houdt Moedig Stand')
- ZIGO, Tilburg: "Zeikerds In Gele Onderbroeken" (eigenlijk: 'Zonder Inspanning Geen Overwinning')

te tellen. Zo is er iemand die Opel omschrijft als “Onderweg Pret En Lol”. En ene Lucienne heeft ook een gunstige verklaring voor een merknaam, maar die blijkt dan wel weer gebaseerd op een misverstand: “Ik dacht altijd dat O.B. (tampons) voor ‘onbeperkte bescherming’ stond, maar het blijkt een afko van ‘ohne Binde’ te zijn (‘zonder maandverband’).”

Op internetforums komen die positieve omschrijvingen van consumenten nog wel af en toe voor, en dan vooral om het ‘eigen’ merk af te zetten tegen het ‘inferieure’ product waar anderen voor kiezen. Op de website Motorforum.nl bijvoorbeeld reageert ene ‘Zazarino’ op de stelling dat de ZZR de lelijkste motor zou zijn: “Je weet toch dat ZZR staat voor ZeerZeeR mooie motor!”

■ **KNIPOOG**

Soms proberen merkhouders zelf een positieve draai te geven aan de namen van hun producten. Voetbalclub AZ profileert zich bijvoorbeeld inmiddels, zoals in het begin van het artikel al bleek, niet alleen meer als een combinatie van Alkmaar ’54 en FC Zaanstreek, maar ook als team dat “Altijd Zichzelf” is. (Zie voor andere benamingen voor voetbalclubs het kader hiernaast.) En het Duitse elektronica-bedrijf AEG (van oorsprong: ‘Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft’) kwam op een gegeven moment met de slogan “Aus Erfahrung Gut” (‘uit ervaring goed’), waar de Duitse en Nederlandse consumenten zich overigens vervolgens geen klap van aantrokken, en het hadden over “Auspacken, Einschalten, Geht nicht” (‘uitpakken, aanzetten, werkt niet’) en “Alles Even Gammel”. Het eveneens Duitse automerk DKW (1916-1970) tot slot, dat zichzelf achtereenvolgens profileerde als “Dampf-Kraft-Wagen”, “Des Knaben Wunsch” en “Das Kleine Wunder”, was in de volksmond toch vooral: “Dat Kreng Weigert” en “Duitse Kinderwagen”.

Geklaag en gemopper voeren dus onmiskenbaar de boventoon bij de pseudo-verklaringen, maar het gaat wel om geklaag en gemopper met een knipoog. Het zijn creatieve plaagstootjes; grimmig of vervelend wordt het bijna nergens bij de herverklaarde afkorting. Het is duidelijk: “Al Fantaserend Krijgen Oninteressante Reclameverzinsels Toch Iets Nogal Grappigs”. ■

Zie voor de complete verzameling onze site:
www.onzetaal.nl/afkorting. Aanvullingen zijn welkom.