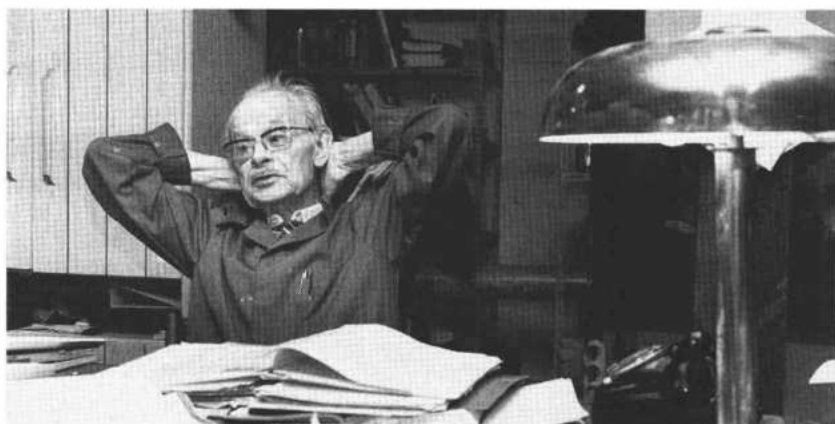


in memoriam: willy claeys

guido fauconnier

De Belgische reclamewereld is zijn 'éminence grise' kwijt. Op 18 februari jl. overleed Willy Claeys. Hij werd geboren op 12 juni 1904 te Maldegem. In 1926 begon hij zijn loopbaan in de reclamewereld, toen hij de reclameafdeling van Het Laatste Nieuws op gang trok. Later zou hij de leiding waarnemen van enkele reclamebureaus en er in 1935 ook zelf een oprichten. Geleidelijk aan zou hij grote bekendheid verwerven als specialist in audience-onderzoek. Als geen andere kende hij de kwantitatieve en kwalitatieve kenmerken van de vele lezerspublieken die hij bestudeerde met eigen researchmethoden. Weldra werd hij door zowat de hele Belgische mediawereld geconsulteerd, wanneer beleidsgericht onderzoek moest worden opgezet. Zijn grondige mediakennis liet hem in 1981 toe op een zeer preciese manier te voorspellen welke - 9 jaren later - de gevolgen zouden zijn van de invoering van commerciële televisie op Vlaamse dagen weekbladen. Willy Claeys was ook nauw betrokken bij de oprichting in 1971 van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM), en tot 1985 zou hij als top-expert de wetenschappelijke controle voeren over de verzameling en verwerking van de CIM-gegevens.

Wij hebben hem persoonlijk leren kennen als een buitengewoon intelligente, levenslustige, taaie en minzame man. Vele van onze oud-studenten mochten gebruik maken van zijn deskundige hulp bij het voorbereiden van hun eindverhandeling; zij kregen van hem vaak quasi onvindbare en soms ook vertrouwelijke cijfers. Hij had duidelijk een zwak voor studerende jongelui. Vanuit onze universiteit en ons departement brengen wij Willy Claeys postuum een eresaluut. Wij bewaren van hem een mooie herinnering, want hij was, ook zonder wetenschappelijke titels en onderscheidingen, een bijzonder grote meneer in de mediakunde.



(‘Archief Het Belang van Limburg, Foto Jos Gijssels’)