

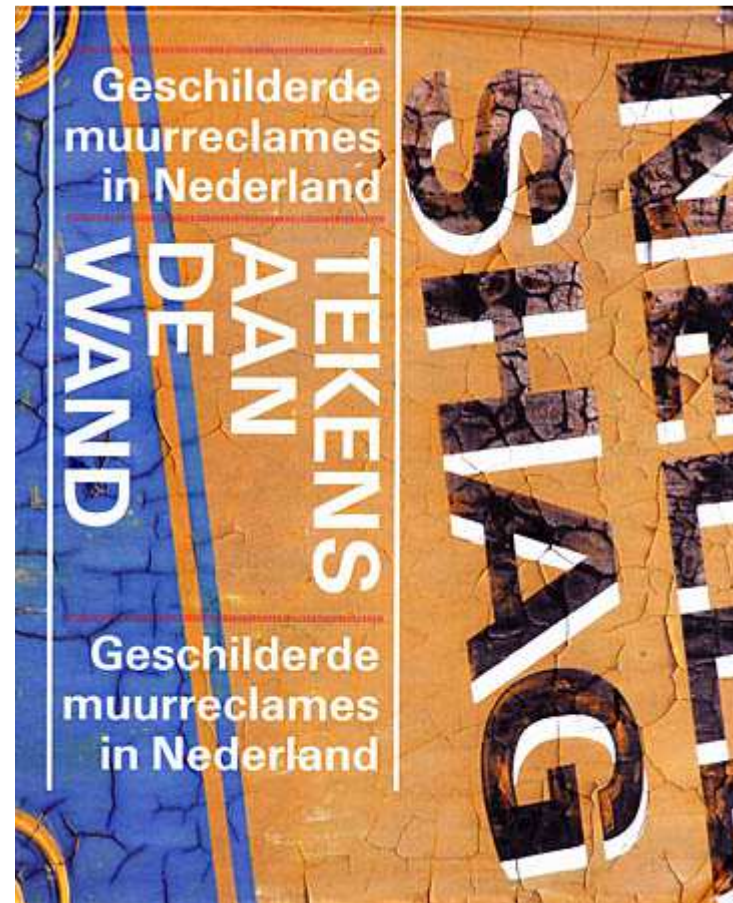
Tekens aan de wand

Titel: Tekens aan de wand
Auteur: Koos Havelaar, Peter Nijhof e.a.
ISBN: 9789490608149
Uitgeverij: Trichis ©2012 - www.trichispublishing.nl
Omvang: 172 pagina's, 26x21cm (obloog), ingebonden
Illustraties: ca. 250 foto's (full colour)
Prijs: € 29,95

Reclame-uitingen horen bij ons dagelijkse leven. Reclame in de steden is inmiddels een zo vertrouwd beeld dat niemand zich meer een woonomgeving zonder reclame kan voorstellen. Reclame maken is van alle eeuwen. De Egyptenaren plaatsten al reclameleuzen langs hun wegen. Ook van de Romeinen zijn voorbeelden bekend. Een geschilderd beeld zonder wervende tekst moest het verhaal over-brengen. Dat bleef eeuwen zo het geval. Door het ontstaan van massaproductie in de tijd van de industrialisatie en de oprukkende verstedelijking onderging de manier van reclame maken een grote verandering. Naast de opkomst van het reclameaffiche aan het eind van de 19de eeuw ontstond ook een goedkopere variant, de geschilderde muurreclame. Het voordeel was dat deze langer meeging en ook nog eens in een groter formaat was uit te voeren. Blinde muren, vaak ontstaan door afbraak van belendende percelen werden voorzien van handgeschilderde reclames voor zowel landelijke merken als lokale bedrijven. Zelfs als het bedrijf reeds lang vertrokken was bleven de muurschilderingen vaak achter op de muren en hielden daardoor de herinnering aan het betreffende bedrijf levend.

Na de Eerste Wereldoorlog ontstond door de sterk aantrekkende economie een ware reclame-explosie. Nieuwe producten werden met nieuwe reclamemiddelen aan de man gebracht. De toegenomen mobiliteit vereiste in dit opzicht ook andere middelen. Nieuwe technieken, zoals neonreclame en reclamevliegtuigen deden hun intrede. De explosie van de welvaartsgroei, na 1945, leidde tot een sterk groeiende stroom van nieuwe consumenten-producten met een sterke impuls van de reclame. De buitenreclame veranderde echter sterk ten opzichte van de vooroorlogse jaren. De geschilderde muurreclames verdwenen en kregen in de huidige billboards en steigerdoeken hun opvolger.

Op markante plaatsen in dorpen en steden resteren nog een klein aantal van de honderden historische reclames, die er ooit zijn geweest. Het



zijn met name de muurschilderingen, die sterk tot de verbeelding spreken. Soms zijn ze vaag herkenbaar of verborgen onder een laag verf. Deze reclames hebben door hun duidelijke beeldtaal en zeldzaamheid een bijzondere historische betekenis gekregen. Ze vormen representanten van een kenmerkende reclamestijl. De Stichting Tekens aan de Wand zet zich in voor behoud en restauratie van deze reclames. Een publicatie over dit fenomeen is voor de Stichting behalve een eerste landelijke inventarisatie ook de manier om het cultuurhistorische belang van muurreclames te onderstrepen. Het geeft tevens de mogelijkheid om dit erfgoed onder de aandacht van een breed publiek te brengen. Opvallend is dat muurschilderingen op fotomaterieel van vroeger altijd in zwart-wit zijn uitgebeeld, simpelweg vanwege de zwart-wit fotografie. Door het restaureren van muurschilderingen komen nu pas de kleuren naar voren, die destijds werden gebruikt, waardoor de afbeeldingen veel meer tot de verbeelding gaan spreken. Dankzij de vele kleurenfoto's in het boek krijgen wij hier een goed beeld van.

Gelukkig zien veel steden het belang in van het behoud van muurreclames. De stad Kampen is daar een goed voorbeeld van. Na het herontdekken van veel verborgen muurreclames zijn deze in grote aantallen gerestaureerd, waarna de VVV zelfs een wandeltocht uitzette langs de meest markante muurreclames. Inmiddels zijn overal in het land tussen de 150 en 200 exemplaren zorgvuldig geconserveerd of gerestaureerd. Helaas zijn ook veel reclames door sloop van panden verloren gegaan. Soms wordt hier een stokje voor gestoken, zoals we lezen in het boek: In 2002 werd een aantal woningen in de Jordaan afgebroken en herbouwd in het openluchtmuseum in Arnhem. Dankzij inmenging van de WHGA werd het opschrift behangerij H.Gasman gespaard en zal tevens herrijzen in het openluchtmuseum. In april 2012 zat dit gereed komen.

Na een algemeen verhaal over de diverse reclame-uitingen en gebruikte technieken maken we met het boek een reis langs een aantal steden als Den Haag, Amsterdam, Kampen, Leeuwarden, Rotterdam, Utrecht en vele andere steden waarbij de vele muurreclames in woord en beeld aan bod komen. Naast foto's van nog bestaande muurreclames ook veel historische afbeeldingen van inmiddels verdwenen uitingen.

De stichting Tekens aan de Wand is een ideële organisatie zonder winstoogmerk. Hun doel is het inventariseren en zo mogelijk behouden van waardevolle historische buitenreclames. Hoewel de stichting zich vooral richt op geschilderde muurreclames zetten zij zich ook in voor het behoud van smeedijzeren uithangborden, tegeltableaus, neonreclames en reclamezuilen. Helaas zijn er nog nauwelijks emailen reclameborden te vinden. Door de vele verzamelaars van deze vorm van reclame en de grote waarde die de borden inmiddels vertegenwoordigen zijn alleen op plaatsen waar de borden muurvast of onbereikbaar zijn gemonteerd exemplaren nog terug te vinden in het land. Maar elk zichzelf respecterend café heeft wel een aantal van deze borden hangen en ook de vele musea in Nederland zoals automusea hebben deze nog hangen.

Het is zeker een nobel en historisch verantwoord doel waar de stichting zich mee bezig houdt. Ik wens hen dan ook veel succes met het bewerkstelligen van hun wensen en hoop dat het alleraardigste boek wat nu verschenen is een bestseller wordt.

Ruurd Berendes