

DE MUREN SPREKEN: muurreclame als kleurrijk



AUTEURS: Guido Deseijn, in samenwerking met Edwin Deschepper en Norbert Poulain

tijdsbeeld

Reclame van vroeger tot vandaag

We worden dagdagelijks overstelpt met reclameboodschappen. Toch is reclame geen hedendaags fenomeen. De Egyptenaren plaatsten al in steen gebeitelde reclameboodschappen langs de wegen. De Romeinen maakten gevelreclame, zo blijkt uit opgravingen van de onder lava en as bedolven steden Pompeï en Herculaneum. Van de middeleeuwen tot in het ancien régime signaleerden ambachtslieden en handelaars hun aanwezigheid met gevelstenen en uithangborden. Een geschilderde voorstelling was daarbij hét middel om de vaak ongeletterde klanten aan te spreken. De uitvinding van de drukkunst zorgde vanaf het midden van de vijftiende eeuw voor ongekende publicitaire mogelijkheden. Politieke en religieuze pamfletten kregen het gezelschap van vliegende blaadjes met reclame voor volkszangers, marktkramers en handelaars. Maar het was wachten op de industriële revolutie om het aanbod aan reclame te laten exploderen.

Massaproductie had nood aan publiciteit om de verkoop te stimuleren. Uithangborden werden toen zo hinderlijk groot dat vlakke muurreclame een alternatief bood. Teksten waren eenvoudig aan te brengen, met een specifieke, soms speelse typografie. Ze werden aanvankelijk geschilderd op gevels, nadien ook aangebracht met metalen, achter glas geschilderde, gecementeerde of bakstenen letters. Eenvoudige, gedrukte affiches en advertenties in kranten en tijdschriften brachten vooral tijdelijke boodschappen. De uitvinding, kort voor 1800, van de lithografie of steendruk door de Duitser Aloys Senefelder liet toe daarbij ook een beeld te voegen. Maar vooral de introductie van de gietijzeren (litho)drukpers en omstreeks 1850 van de rotatiepers aangedreven door stoomkracht, samen met de schaalvergroting in de papierindustrie, maakte het vanaf het midden van de negentiende eeuw technisch mogelijk om over te schakelen van tekstaffiches naar artistieke creaties die het publiek nog meer aanspraken. Daardoor werd het drukken in grote hoeveelheden mogelijk tegen een goedkope aanmaakkprijs.

Het ontwerpen van lithografische affiches bleek al gauw tweerichtingsverkeer: minder artistiek geschoolde ambachtslieden en autodidacten ontplooiden zich op kunstgebied, maar ook gevestigde kunstenaars voelden dit medium niet als minderwaardig aan. In de tweede helft van de negentiende eeuw,



met de Arts & Crafts Movement en de art nouveau, wordt de lithografische reclameaffiche verheven tot kunstvorm. Er ontstond een ware affichomanie, een verzamelrage van artistieke creaties. Les arts de la rue, de kunsten van de straat, werden op tentoonstellingen geprezen en gedocumenteerd in gespecialiseerde kunsttijdschriften en populaire magazines. Het tijdelijke karakter van de papieren affiche deed adverteerders zoeken naar duurzame alternatieven: de bestaande letterreclame, tegeltableaus, geëmailleerde reclameborden, glasramen, reclamezuilen, muurschilderingen, etc.

In de twintigste eeuw volgden rijdende en vliegende reclame, neonreclame, roterende en bewegende affiches, gevelhoge en gevelbrede digitaal geprinte affiches en doeken, radio- en tv-spots, banners op het internet en de sociale media tot en met uitvergrotingen van strips, (artistieke) graffiti en uitingen van protest, frustratie of tags van extreme zelfbevestiging. Al vinden sommigen het een hinderlijke bedoening, toch is publiciteit niet weg te denken uit ons dagelijks bestaan. Reclame, kind van de Industriële Revolutie, is een boeiend studiegebied en geeft ons een beeld van een tijdperk, van een mentaliteit en - laat ons eerlijk zijn - ook van gesofistikeerde manipulatie.

Belle époque efemera: verdwenen muurpubliciteit in Gent

Commerciële publiciteit is in Gent, net als elders in het België van de belle époque, in te delen in drie groepen waarvan de eerste twee doorgaans goed gedocumenteerd zijn:

1) Gedrukte tekstreclame (soms geïllustreerd) in advertenties in dagbladen en periodieken of via “vlie-

Links: Geschilderde gevelreclame aan het vandaag verdwenen waterstraatje aan Verlorenkost, hoek Nederkouter, begin 20^{ste} eeuw (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Staatsarchief, SCMS 3984)

Boven: Gevelhoge reclameschildering “Uitverkoop Magasin du Beffroi” achter een tijdelijke scherm met affichering tijdens de sloop van het huizenblok Cataloniëstraat - Korte Ridderstraat aan het huidige Emiel Braunplein, 1906 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Staatsarchief, SCMS 1102)

gende blaadjes” (vlugschriften, los verspreide flyers voor het grote publiek).

2) De lithografische gedrukte affiche op groot formaat (soms twee, vier, zes, acht of meer ‘poster’(s) groot, ofwel het latere formaat DIN A0, 2A0, 4A0 of een veelvoud) of de zeldzamere kartonborden en geëmailleerde platen, waarvoor de verspreiding door aanplakking doorgaans aan goedkeuring vanwege de overheid (stadsbestuur, taxatie) onderworpen was.

3) De soms gevelhoge geschilderde muurreclame op (al of niet tijdelijk) vrije muurvlakken, dikwijls reproducties van figuratieve of tekstuele affiches, uitgevoerd door reclameschilders of door gespecialiseerde publicitaire agentschappen die ook de grote affiches maakten.

De twee eerste categorieën worden gekenmerkt door ruimere verspreiding waardoor zij tot op vandaag, meestal in al of niet private archieven en verzamelingen, bewaard bleven. Vooral de tweede categorie haalt zelfs de musea. Particuliere verzamelaars tellen soms grote bedragen neer, zeker als het om creaties van intussen beroemde ontwerpers gaat. Maar het is vooral de derde categorie die aan bod komt in dit artikel. Getuigenissen van deze categorie zijn in overheidsarchieven dikwijls moeilijk op te sporen. Enkel oude fotografische opnames in beeldarchieven kunnen ons, dikwijls fragmentarisch en tijdsgebonden, uitsluitel geven en de impact van straatreclame illustreren. Dit geldt voor het fotoarchief van de Zwarte Doos (beeldbank van het Gentse Stadsarchief - Stedelijke Commissie Monumenten en Stadsgezichten), het Huis van Alijn (collectie Arnold Vander Haeghen) en het Beeldarchief van de Universiteit Gent.

Tot de belangrijkste nationale affichedrukkerijen en verdeelfirma's uit de belle époque behoorden o.a. de Affiches d'Art Privat-Livemont, de Affiches d'Art De

Rycker, de Impr. Mertens, de Impr. Van Bruggenhoudt, de Lith. Goffart (Brussel), de Lith. Goossens (Brussel, Luik, Rijsel), de Impr. Benard en de Lith. Jaspar Frères (Luik). Deze en talrijke buitenlandse bedrijven waren betrokken bij de standaarduitgave Les Maîtres de l’Affiche, tussen 1895 en 1900 verschenen bij de Parijse Imprimerie Chaix van Jules Chéret. Vanaf 1898 verscheen in Engeland het gezaghebbende tijdschrift The Poster.

De bekendste Gentse lithografische drukkerijen - die dikwijls ook de verspreiding van hun druksels en affiches op zich namen - waren: N. Heins (Brabantdam-Kortedagsteeg - ontwerper Armand Heins), F.& R. Buyck Gebroeders (Steendam), F. Meyer-Van Loo (Vlaanderenstraat), G. De Keukelaere (Lange Boomgaardstraat), Th. Hemelsoet en Zonen (Sint-Jacobsnieuwstraat), R. Verhulst-Dhaese (Kleine Stationstraat), Affiches Artistiques Marcel Ulser (Muinkkaai). Enkele buitenlandse bedrijven leverden kant-en-klare artistieke polychrome litho's, lokaal met tekst te bedrukken, o.a. de Parijse Affiches Camis of de Ateliers Chéret.

Ook al was de verspreiding van affiches doorgaans lokaal, toch zien we al vóór de Eerste Wereldoorlog dat grote nationale en zelfs internationale agentschappen de markt trachten te monopoliseren. Leidingsgevende internationale en nationale reclameagentschappen waren actief in alle belangrijke Belgische steden (o.a. het Parijse Agence Havas Publicité, dat in het interbellum uitgroeide tot het grootste in het francofone taalgebied). Sommige bezaten al vroeg ook filialen in Gent, in het vooruitzicht of de nasleep van de wereldtentoonstelling van 1913. Toen werd het vandaag nog in de reclamewereld bekend klinkende Agence Réclame Godts

Links:

Reclameschilderingen op de zijgevel van een gotisch steen, hoek Klein Turkije - Gouden Leeuwplein, begin 20^{ste} eeuw (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 1558)

Rechts: Reclame voor het “agentschap” Callewaerts (ook met letters in reliëf) aan de Vleeshuisbrug, vóór WO I (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 2760)



(Brussel, Gent, Luik) opgericht dat weldra de verspreiding van affiches op muren en werfafsluitingen zou monopoliseren, maar dat destijds ook meedong naar aanbestedingen voor publicitaire gevelschilderingen met andere grote concurrenten zoals het Agence de Publicité Denis Bodden (Brussel), La Générale (Antwerpen), het Agence Publicitas (Luik) en de Société Générale d'Imprimerie et de Publicité (Anc. Maison VanderAuwera). In het Gentse werkten het Agence de Publicité des Deux Flandres (al sinds 1883 bestaand, Regnessestraat), het Agence de Publicité Jos. Devynck (Karel Lodewijk Diericxstraat), de Publicité Taboureau Tonel - Peinture Permanente (Holstraat) en Adolphe Callewaert - Peinture Décorative de Façades (Zondernaamstraat).

Geschilderde gevelpubliciteit

De geschilderde gevelreclame wordt sterk beïnvloed door de iconografie van de gedrukte affiche. Het waren doorgaans enkel de grote merken die zich de weergave van hun logo of huisstijl (brand, corporate design) via geschilderde muurreclames konden veroorloven. Zo groeide ook na de lancering van een nieuw product hun permanente aanwezigheid op muren uit tot een blijk van hun duurzaamheid.

Het blijkt dat in de belle époque, tot in het interbellum, geschilderde reclame in overvloed toegelaten was. Oude foto's getuigen dat door de exponentiële industriële expansie dit nieuwe fenomeen pas vanaf ca. 1875 werkelijk overrompelend werd. Van overheidswege werd er nauwelijks tegen opgetreden zolang het aanbrengen op een 'esthetische wijze' gebeurde - een rekbaar (en niet altijd gecontroleerd) begrip. De reden waarom publiciteitsagentschappen uit heel België in de Gentse situatie brood zagen, waren de (lange tijd onafgewerkt gebleven) infrastructuurwerken rond de implicatie van nieuwe rooilijnplannen en de sanering van ongezonde buurten (wet van 1858), het Zollikofer-De Vigneplan (vanaf 1880) en de facelift van de historische binnenstad in het vooruitzicht van de wereldtentoonstelling van 1913. Daarnaast bleek 'wilde affichage' onvermijdelijk.

Tijdelijke werfafsluitingen en leegstaande, met sloop bedreigde gebouwen waren geliefde dragers van ge-



Boven: Reclameschilderingen op wachtgevels van te slopen bebouwing vóór de aanleg van het Geraard de Duivelplantsoen in het kader van het Zollikofer-De Vigneplan (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 3762)

Midden: Gevelreclame aan de Keizer Karelstraat, hoek Abeelstraat, 1906 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 0001)

Onder: Affichering aan de voet van het Belfort, 1897 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 0343)

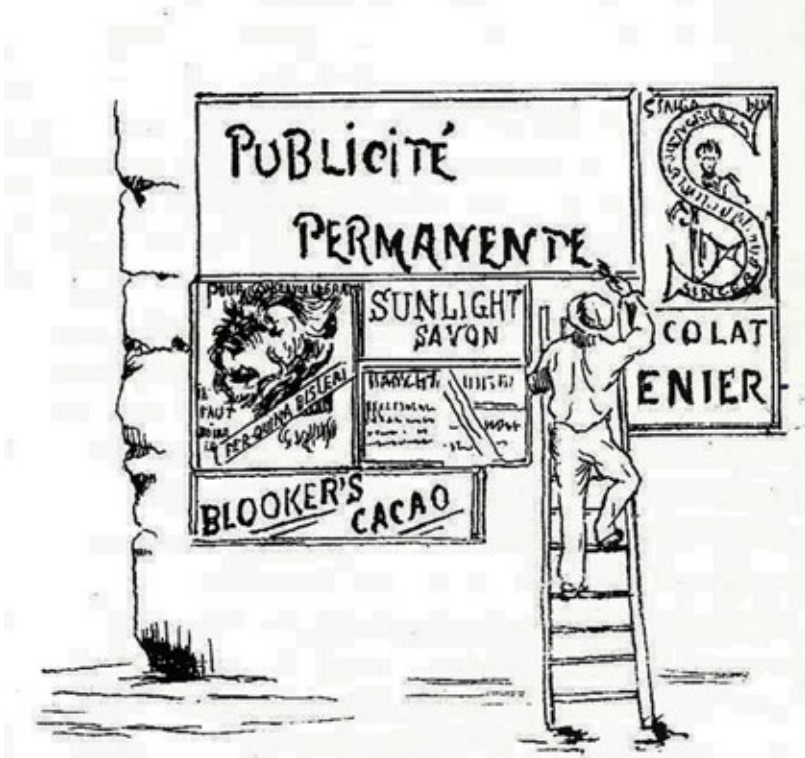


schilderde muurreclames. Zelfs historische gebouwen, in afwachting van hun restauratie in het kader van de wereldtentoonstelling van 1913, moesten eraan geloven. Bekende voorbeelden hiervan zijn de voet van het Belfort en de voor- en zijgevel van het gewezen Groot Vleeshuis, kant Groentemarkt, nadat dit tijdelijk van bestemming was gewisseld naar Centraal Kantoor van de Belgische Staatsspoorwegen voor de Verzending van Goederen.

Meestal werden enkel (semi)permanente reclameschilderingen toegelaten waar een langere gebruiksduur gegarandeerd was. Bij het stadsbestuur was een (aanvullbare) lijst neergelegd waar muurvlakken vrij waren en dus vergunningen konden worden verleend via openbare aanbesteding. Het aanbod voor de laatste aanbesteding vóór de wereldtentoonstelling in Gent in 1913 bedroeg nog 56 (werf)afsluitingen en 92 blinde gevels, afsluitmuren en wachtgevels naast nog te bebouwen kavels. De meest gevraagde blinde muurvlakken waren deze langsheen de invalswegen en langs voetgangers- en tramway-assen binnen de stad en langs de spoorweg. De blinde gevel naast het Sint-Pietersstation, begin jaren 1920 drager voor de reclameschildering van het sigarettenmerk Marouf, was één van de laatste gereguleerde en gemonopoliseerde muurvlakken.

De traditie van geschilderde figuratieve uithangborden en tekstpanelen om een bedrijvigheid kenbaar te maken en klanten aan te trekken, werd in de eerste helft van de negentiende eeuw aanvankelijk beperkt bestendigd maar bleek al spoedig ontoereikend. Steeds meer middenstanders en kleine of grote ondernemingen verkondigden en verdedigden hun marktpositie op de gevel van hun handel of bedrijf om potentiële consumenten te lokken. Dit leidde dikwijls tot excessen. Lettering werd in vele gevallen gevelbreed aangebracht. Soms maakte de hele voorgevel deel uit van de reclameboodschap. Rond het midden van de negentiende eeuw werden uithangborden uitkragend op de voorgevels niet meer gedoogd door de plaatselijke reglementering. Enkel nog panelen of schilderingen in het gevelvlak mochten aangebracht worden. De schaarse overgebleven historische foto's uit het laatste kwart van de negentiende eeuw laten in Gent nauwelijks nog dergelijke uithangborden zien. De evolutie naar lettering en reclameschildering in het gevelvlak moet ergens tussen 1880 en 1890 voltrokken zijn.

Het Gentse stadsbestuur aanvaardde anderzijds vanaf 1900 dankbaar alle voorstellen en aanvragen van reclameschilders en agentschappen om de bij sloop-



Boven: Reclameschilder aan het werk in de Verlorenkoststeeg, begin 20^{ste} eeuw (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 6772)

Onder: Detail uit het briefpapier van reclameschilder Taboureaux-Tonel (verzameling Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief)

werken vrijgekomen gevels te bepleisteren (niet altijd uitgevoerd) en te beschilderen met publiciteit. Op die manier werden de weinig esthetische, na afbraak vrijgekomen, blinde muren in afwachting van een kandidaat-bouwer onderhouden. Sommige 'littekens' vormden al een probleem sinds het stadsbestuur in de jaren 1860 was begonnen met de realisatie van nieuwe rooilijnen. Toekenningen van aanbestedingen aan de meestbiedende gebeurden wel voor een maximale duur van vijf jaar, waarbij teksten en afbeeldingen vooraf door het centraal politiecommissariaat moesten goedgekeurd worden.

Armand Heins (1856 - 1938) - zelf een reclameontwerper - werd onder het bestuur van burgemeester Emile Braun in de Gentse Stedelijke Commissie voor Monumenten en Stadsgezichten belast met het toezicht op het esthetisch aanbrengen van affiches en andere vormen van publiciteit. Dit bleef in vele gevallen slechts dode letter onder druk van de commercie. Enkel een estheet als Valentin Vaerwyck (1882 - 1959) kreeg het gedaan om tijdens de restauratiewerken aan het Belfort elke vorm van publiciteit op de werfafsluiting te weren en liet dit in 1911 zelfs opnemen in het lastenboek der werken: "Il est expressément stipulé que la Direction n'autorise, ni l'affichage de réclames, ni la peinture d'inscriptions, en dehors de celles que l'architecte prescrira et notamment [sic] les suivantes [sic] aux deux extrimités [sic] de la clôture: 'DÉFENCE [sic] D'AFFICHER'..."

Van het interbellum tot de fifties

Na de Eerste Wereldoorlog werd de geschilderde muurreclame stilaan teruggedrongen van de (voor)gevels naar de wachtgevels en blinde muren, wat een tijdelijk gedoogkarakter verleende. In tekst- of paneelvorm bleef zij, ter vervanging of aanvulling van de affichage, verder bestaan in het interbellum. De opkomst van het openbaar vervoer, en specifiek van het treinverkeer, opende ongekende perspectieven. Nu nog zijn veel reclamemuurschilderingen bewaard gebleven langs de spoorwegen en alleen van op de trein te zien. Met de popularisering van de auto werd nog een ander terrein aangeboord: de grote invalswegen van de omliggende dorpen naar de stad.



Boven: Een foute inschatting van de impact van gevelreclame: overdadige opsomming van alle kwaliteiten van "gezondheidszeep De Vos" aan de Blandijnberg, 1911 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 0497)

Midden: Affichering op panelen van groot formaat: reclameschermen in de jaren 1950 aangebracht na de brand van de Sarma aan de Korenmarkt in 1946 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 2937)

Onder: Privéschool Steurbaut voor de opleiding van reclame- en sierschilders, Langesteestraat (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 3512)

Gent bezat in het interbellum - naast de opleiding binnen de drukkersscholen - één van de belangrijkste privéscholen voor de opleiding van o.a. sier- en reclameschilders, de Gentsche Hoogere Schildersschool van Domien Steurbaut in de Langesteestraat. Deze vakschool was tot na de Tweede Wereldoorlog gevestigd naast Les Glaces de Gand, verdeler van muurplaten van ondoorzichtig (gemarmerd) glas, het zogenaamde marmoriet of marbriet.

In de loop van de jaren 1930 deden de verlichte of zelfs de lichtgevende (neon)reclames hun intrede, wat de overheid vermoedelijk toeliet om de wildgroei van gevelbelettering in te dijken en te beperken tot één enkel paneel - immers van op afstand zichtbaar bij middel van elektriciteit.

De affichage zou na de Tweede Wereldoorlog uiteindelijk de geschilderde muurreclame verdringen dankzij de expansie van de grootformaat affichering. Deze werd mogelijk gemaakt door de verbetering van de offset rotatiepersen en het op de markt brengen van dito drukpapier (begin jaren 1920) en de zeefdruk (vanaf ca. 1930). Toch zou het nog tot het begin van de jaren 1950 duren vooraleer de geschilderde gevelreclame volledig door de grootformaat affichering werd verdrongen. Of dit als gevolg van een (stedelijk) verbod op geschilderde gevelreclame gebeurde of enkel dankzij een marktrevolutie (het opheffen van papierschaarste), of beide, kon (nog) niet worden achterhaald.

Reclamemuurschilderingen als erfgoed, ook in Vlaanderen?

In de tweede helft van de negentiende en de eerste helft van de twintigste eeuw zagen heemkundigen en monumentenzorgers de explosie van de muurreclame - steeds grotere affiches en geschilderde boodschappen - met lede ogen aan. Het was voor hen visuele vervuiling van het stads- en dorpsbeeld.

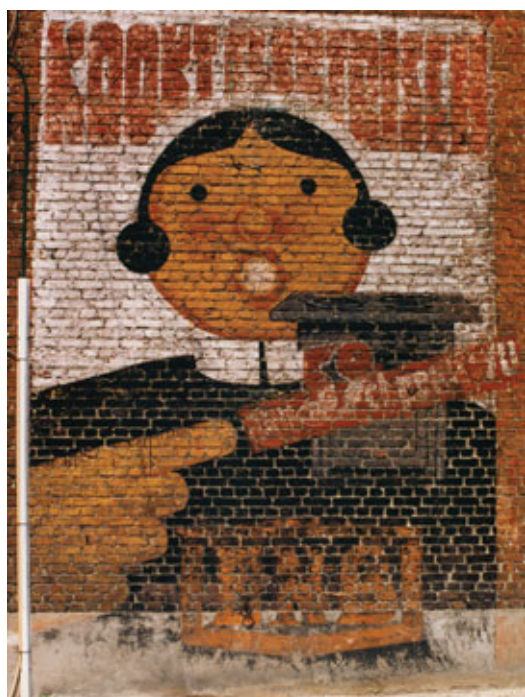
In het laatste kwart van de twintigste eeuw is het besef gegroeid dat muurreclames bijzonder interessant zijn als uitingen van hun tijd. Ze zijn erfgoed op historisch, industrieel-archeologisch en kunst-historisch vlak. In Nederland staat het onderzoek en het werken aan behoud en restauratie dankzij de stichting Tekens aan de Wand en plaatselijke initiatieven al vrij ver. Frankrijk, bijzonder rijk aan reclamemuurschilderingen, is minder georganiseerd maar er zijn wel publicaties en lokale belangstelling. Ook in de Angelsaksische wereld, van Groot-Brittannië tot de Verenigde Staten, Australië en Canada leeft de plaatselijke interesse voor wat zij ghost signs noemen, reclamemuurschilderingen voor teloorgegangene firma's en producten. In ons eigen land beweegt er ook iets. Het Brusselse Hoofdstedelijk Gewest heeft zelfs in 2003-2004 een drietal schilderingen geklasseerd. De zin "De eigenaar beschikt volop over zijn kamers en ruimtes, maar de buitenmuren, daar moet iedereen op kijken", toegeschreven aan Julien Vrebos, heeft zichtbaar effect gehad. In Wallonië verscheen het boek *De la pub pleins les murs*.

Vlaanderen hinkt wat achterop. De oudere inventarissen van onroerend erfgoed hielden doorgaans geen rekening met muurreclame, enkele vermeldingen uitgezonderd. Artikels in tijdschriften van heemkundige kringen toonden wel bakstenen of geschilderde opschriften maar dan alleen in het kader van de plaatselijke geschiedenis. Dergelijke aanduidingen werden nog vaak bewaard maar van de meeste eigenaars kon je niet verwachten dat ze een oude reclamemuurschildering op hun (zij)gevel naar waarde schatten. Vaak zijn eigenaars bang voor een mogelijke bescherming die de waarde van hun pand zou aantasten, en gaan ze liever preventief over tot overschilderen.

Er is geen sluitend juridisch kader om reclamemuurschilderingen te bewaren. De ligging in een stads- of dorpsgezicht kan de goede wil van de diensten van



Voor het automerk Minerva zijn in Vilvoorde nog zo'n zeven reclameschilderingen te zien (foto Edwin Deschepper)

**Links:**

Reclameschildering
"Kookt Elektrisch"
(Olijffe) aan de
Stationsstraat in
Londerzeel (oude foto
Karel Vandeven)

Rechts: Les extrêmes
se touchent... Reclame
voor Solex op een
paneel aangebracht op
Olijffe. Het paneel is
nu gelukkig verwijderd
(foto archief
demurenspreken)

monumentenzorg ondersteunen maar echt beschermend is dit niet. Er is meer nodig, eerst en vooral een allesomvattende inventaris van 'permanente' reclame, niet alleen van geschilderde maar ook van tegel-, stenen- en gecementeerde belettering, geëmailleerde platen en glasramen. De aandacht voor geschilderde muurreclames in Vlaanderen kreeg recent een flinke boost dankzij de campagne die Olijffe veroorzaakte.

Het verhaal van Olijffe en Marouf

In de drukke Stationsstraat van Londerzeel valt een heel grote reclamemuurschildering onmiddellijk op. De slogan "KOOKT ELEKTRISCH" wordt aangegeprezen door het evenbeeld van Olive Oyl, het vriendinnetje van Popeye. Meteen enige ergernis: het beeld werd beschadigd door een reclamebord van 4m² waarop telkens ander boodschappen verschenen. Olijffe moest zowaar een motorsalon aanprijzen, dan een eroticabeurs, de maand daarop het Vlaams Belang, etc. Na de ergernis kwam de nieuwsgierigheid. In het boek *Londerzeel vroeger en nu* van August Meskens werd op een foto zonder het hinderlijke paneel de opdrachtgever vermeld: ENB (Elektriciteit Noord België). Een andere foto toonde het telefoonnummer 728. Navraag bij Belgacom leerde dat het nummer zeker van vóór 1939 was. Een telefoonboek uit 1939 verwees naar (12)728, de publiciteitsfirma Marynen, gevestigd aan de Bruul te Mechelen. Reclame voor het gebruiken van elektriciteit in het huishouden is kenmerkend voor de tweede helft van de jaren 1930. De grote capaciteit aan elektriciteit werd niet voldoende gebruikt en dus moest alles zoveel mogelijk elektrisch. Fornuizen zouden evenwichtiger zijn in de verdeling van warmte, dus rendabeler in verbruik. Hier en daar vindt men nog relictten van die reclame, niet alleen geschilderd maar ook in bakstenen of gecementeerde letters. Navraag in

Londerzeel zorgde voor resultaat: een kleindochter van de muurschilder had een uurwerken- en juwelenwinkel en haalde er haar tante bij die zich goed herinnerde dat de muurschildering dateerde van haar geboortjaar 1938. Jan Stroobants, amateur kunstschilder, was de schilder van de muurreclame. Hij was een fan van stripverhalen en zeker van Popeye. Vanaf dan - 2009 - noemden enkele geïnteresseerden de muurschildering Olijffe, met haar bolle wangen wel 'bourgondischer' dan haar slankere voorbeeld Olive.

Het was het begin van een actie voor het behoud van Olijffe, een actie die aanvankelijk plaatselijk was en gericht op het behoud van de muurschildering, de verwijdering van het storende paneel, de sensibilisatie van de bevolking, het gemeentebestuur, de verontuste eigenaars van het pand. De vzw demurenspreken werd in 2011 opgericht en er werden peters voor Olijffe gezocht. De respons van veel BV's was buiten de verwachtingen, Radio 1 deed met Peeters en Pichal mee, het tijdschrift van het Forum voor Erfgoedverenigingen publiceerde een artikel. De vzw demurenspreken wou verder gaan: het inventariseren van alle vormen van muurreclame, de officiële diensten voor monumentenzorg aanspreken, de bevoegde minister overtuigen van het belang van behoud, bescherming en restauratie, etc. Olijffe werd het boegbeeld van een uitgebreide succesvolle actie. Muurschilderingen werden gemeld, de krant De Morgen lanceerde eind 2012 een wedstrijd met de belofte om één muurschildering te laten restaureren. De belangstelling voor muurschilderingen was gewekt!

Olijffe kreeg door het online tijdschrift Gentblogt en een artikel in het tijdschrift Interbellum een ouder nichtje: Marouf. Er kwam een prachtige reclamemuurschildering in een grote stad in the picture: Gent.



Een selectie van belangrijke in het Gentse bewaarde muurreclames

“Marouf Cigarettes Egyptiennes”- Prinses Clementinalaan 205

Marouf is een nu niet meer bestaand sigarettenmerk dat op de markt werd gebracht door de Armeense inwijkelingen Marouf en Andornik Matossian. Deze geschilderde reclame, ca. 1920 gekopieerd naar een affiche van de Ateliers Chenet (Parijs), is aangebracht op een strategisch gesitueerde blinde gevel, duidelijk in het zicht van de treinreizigers die het Sint-Pietersstation betraden of verlieten en nabij de toenmalige tramterminus. De reclame was jarenlang bedekt met asbestleien, waarvan de houten latjes nog een overblijfsel zijn. Dankzij de affiche kan de muurreclame nauwkeurig worden gerestaureerd.

Boven links:

Reclameschildering “Marouf Cigarettes Egyptiennes” aan de Prinses Clementinalaan, Gent (foto Guido Deseijn)

Boven midden:

Affiche voor Marouf, Ateliers Chenet, Parijs (verzameling en foto Guido Deseijn)

Boven rechts:

Reclameschilderingen voor Le Renova en L’Alsacienne, parkje aan Twaalfkameren - Papegaaistraat, Gent (foto Guido Deseijn)

Onder: Reclame voor L’Alsacienne onder een reclame voor de cinema’s Rex en Century, Steendam, Gent, eind jaren 1930 (detail foto Stad Gent, De Zwarte Doos - Stadsarchief, SCMS 6434)

“Walford Cigarettes” - Tentoonstellingslaan 141

De monumentale, nog duidelijk leesbare behouden geschilderde reclame bevindt zich naast een, sinds de aanleg van de Tentoonstellingslaan in 1906, onbebouwd gebleven perceel, op een publicitair strategisch gelegen blinde wachtgevel. In 1913 moet zij duidelijk zichtbaar zijn geweest voor passanten komende van het stadscentrum en het Zuidstation op weg naar de wereldtentoonstelling. Ze zal dus vermoedelijk van kort vóór dat jaar dateren. Tegen de nok aan luidt de tekst in grote letters “Fumez les Délicieuses Cigarettes Walford” boven een gevelhoge sigarettenverpakking Walford Cigarettes - Cairo, en centraal “Agence (...) G. Vandepierre Avenue de l’Exposition 95. Tél. 2781”. Daarnaast zijn, links onderaan, nog sporen van een tweede geschilderd reclamepaneel zichtbaar. Om de hoek, eveneens op een blinde wachtgevel in het begin van de Tijgerstraat, zichtbaar vanop het rondpunt halverwege de Tentoonstellingslaan, zijn nog enkele interessante tekstuele reclameschilderingen zichtbaar (o.a. voor een chocolademerk) die gezien hun geschikte ligging nog voor behoud en restauratie in aanmerking kunnen komen.



“Le Renova & L’Alsacienne” - plantsoen hoek Twaalfkameren-Papegaaistraat

De muurschildering toont boven de productnaam Le Renova een opkomende zon met straalvormige reclameslogans (deze zijn recent, maar niet onomkeerbaar overschilderd). Lager zijn vaag een aantal figuren zichtbaar, met links van de titel een afbeelding van een waterwarmer en de kleinere tekst “En Vente aux (Ets?) Attanasic”, waaronder een golvende lijn. Le Renova was een voormalige ketelslagerij die tussen de jaren 1920 en 1950 in België (koperen) waterverwarmers op kolen of gas fabriceerde. Het bedrijf fuseerde nadien met concurrent Bulex als Renova Bulex (vandaag op zijn beurt overgenomen door het Duitse Vaillant).



Afzonderlijk is onderaan rechts de bekende beeldreclame van de textielverfstoffen “L’Alsacienne - Teint tous tissus/Verft alle stoffen” zichtbaar: een vrouw in Elzasser klederdracht. Hetzelfde geschilderde reclamepaneel was vermoedelijk ook elders binnen Gent aanwezig, o.a. volgens oude foto’s op de hoek van de Kasteellaan en de Lousbergskaaai, en een ander op de Steendam waar nu de pastorij van Sint-Jacobs staat. Op de scherpe hoek tussen Twaalfkameren en de Papegaaistraat stond volgens een historische foto tot (minstens) 1912 estaminet In de Toekomst, waarschijnlijk kort nadien gesloopt. De geschilderde reclames kunnen dus slechts na dat jaar zijn aangebracht.

“Autoveringen Balloon Snubbers” - Trekweg 93, 9030 Mariakerke

Wie in het interbellum in het Gentse verdeler was van de autoveren van de Gabriel Snubbers



Diverse gevelreclames – Achterstraat, Sint-Amandsberg

Het vroegere Achterstraatje in Sint-Amandsberg telt (tot nu toe) een drietal geschilderde gevelreclames. Deze ongewone concentratie is te verklaren door het feit dat deze nu rustige oude weg, parallel aan de Antwerpsesteenweg, lang druk door voetgangers is gebruikt. Reclames konden dus op veel bekijks rekenen. Blikvanger aan de Vijfhoek is ongetwijfeld de gekende Sunlight tekstreclame. Verder in de Achterstraat richting Dampoort is hoog op de blinde zijgevel van een negentiende-eeuwse bakstenen woning nog een tekstreclame zichtbaar (vermoedelijk voor een margarinemerke), en in de nabijheid daarvan werd recent de tekst “Belcar autos zonder chauffeur” waaronder het logo “Essence Gulf” ontdekt.

Cementen reliëfreclame “F & J Picha Frères - Travaux en ciment et fer” - Ham 133

De gevelreclame is aangebracht op het voormalige woonhuis annex burelen van de gebroeders François en Jean-Baptiste Picha, tijdens de belle époque handelaren in cement, cementen tegels en producten in ‘gewapend cement’. Spijtig genoeg werd de reclame recent middenin ontsierd door een raamopening (illegaal maar herstelbaar). Een bewijs te meer dat er dringend werk moet worden gemaakt van de bescherming van deze laatste getuigen. In de onmiddellijke omgeving (Blekerijstraat) is nog een deels gecementeerde, deels geschilderde gevelpubliciteit bewaard op de voorgevel van een vroegere kopersgieterij, nu toneelzaal met dezelfde naam.

Manufacturing Company (Cleveland, Ohio, VS), kon nog niet met zekerheid worden achterhaald. Het veringsysteem moet in de jaren 1920 succesvol zijn geweest om een dergelijke muurreclame te verantwoorden. Vermoedelijk moet de verdeler in de buurt van de reclame worden gezocht, mogelijk de Ets. Bergougnan & Cie, opgericht in 1921 en fabrikanten van o.a. autobanden, aan de overzijde van de Brugse Vaart (Evergem-Rabot).



Links boven: Reclameschildering voor de autoveren Balloon, Trekweg, Mariakerke (foto Guido Deseijn)

Links: Reclameschilderingen voor Belcar en Gulf, Achterstraat, Sint-Amandsberg (foto Guido Deseijn)

Boven: Cementen reliëfreclame “F & J Picha Frères”, Ham, Gent, met storend nieuw geplaatst raam (foto Guido Deseijn)



Enkele zeldzaam geworden geschilderde muurreclames op strategische plaatsen

Gent telt nog enkele grootschalige voorbeelden van muurpubliciteit uit de belle époque of het interbellum die nog te onderzoeken zijn:

- op een blinde zijgevel op de hoek van de Hulstboomstraat is nog een zeldzaam voorbeeld van een gevelhoge cementsen profielkader uit de belle époque bewaard, bedoeld voor het aanbrengen van reclameschilderingen. Onder de witte dekv verf kan nog een oude

reclame schuilgaan. De geschilderde reclames op de hoek van de Bevrijdingslaan en de Acaciastraat werden recent onherstelbaar bedekt met een cementlaag.
- een blinde wachtgevel aan de Muidepoort (naast de spoorwegovergang): een aantal over elkaar geschilderde gevelreclames, gedeeltelijk verborgen achter een afficheringpaneel

...en tenslotte twee zeldzame en duurzame gevelreclames

- aan het vroegere begin van de Brusselsepoortstraat - tussen de Vijfwindgaten en 't Zand - bleven een aantal kleinere huisjes gespaard van de verbreding van de rijweg. Het uiterst linkse bezit een zeldzaam fraai geveltje, volledig bekleed met schitterende art nouveau majolicategels, een voormalige gleier- of gleiswerkwinkel (aardewerk en porselein), tussen 1887 en 1947 uitgebaat door Adolphe Van Hoecke die de gevel liet bekleden. Naast een omlijsting met planten en bloemen en medaillons met Mucha-achtige 'schones' worden jardinières, slanke vazen, schotels, paraplubakken, kannen, lampetstellen en complete serviezen afgebeeld. De tegelpanelen zijn, op helaas steeds meer ontbrekende tegels na, relatief goed bewaard, maar ze zijn dringend aan restauratie toe.

- in opdracht van de Gentse Elektriciteitsmaatschappij tekende Jan-Albert de Bondt in de jaren 1930 tal van centrales en cabines. Aan de Dukkeldamstraat (Meulesteedsesteenweg) maakt een als monument beschermde cabine in baksteenletters reclame voor "ALLES ELECTRISCH".

Met dank aan Adrien Brysse, Frank Vanhyfte, Linda Van Santvoort en allen die hebben bijgedragen aan de inventarisatie.

Boven: Profielkader uit de belle époque voor de omlijsting van een gevelreclame, Hulstboomstraat, Gent (foto Guido Deseijn)

Links: Tegelpanelen aan een voormalige gleiswerkwinkel, Brusselsepoortstraat, Gent (foto Guido Deseijn)

Rechts: "ALLES ELECTRISCH" in bakstenen letters aan een elektriciteitscabine van Jan-Albert De Bondt, Hukkeldamstraat (Meulesteedsesteenweg), Gent, late jaren 1930 (foto Norbert Poulain)



Over de auteurs

Guido Deseijn (°Gent 1946)

In een vorig leven architect-ambtenaar (gediplomeerd 1969), stedenbouwkundige bij de Stad Gent, monumentenzorger, als stafmedewerker jarenlang betrokken bij de uitbouw van het MIAT, docent Postgraduaat Monumentenzorg, non-fictie auteur, stadswandeling- en studiereissamensteller. Guido raakte al vroeg beroepshalve gepassioneerd door archeologie en (kunst)geschiedenis. Hij werkte sinds het monumentenjaar 1975 intensief rond de geschiedenis van architectuur en historische bouwtechnieken, maar vooral rond de toen nog jonge wetenschap van de industriële archeologie en werd een deskundige op het gebied van het industrieel erfgoed van zijn geboortestad. Als (co)auteur werkte hij mee aan diverse publicaties, gidsen, catalogi en tijdschriften over de geschiedenis van architectuur en industrieel erfgoed. Hij is sinds de oprichting actief bestuurslid van de vzw Gentse Vereniging voor Stad, Archeologie, Landschap en Monument.

Edwin Deschepper (°Eeklo, 1943)

Gepensioneerd leerkracht. De interesse voor muurschilderingen werd gewekt door reizen in Frankrijk en door het ontdekken van een mooi exemplaar in de eigen gemeente Londerzeel. Edwin ondernam actie om die muurschildering te beschermen en stichtte nadien de vzw demurenspreken met als doel het inventariseren en eventueel het restaureren van muurschilderingen in Vlaanderen. (edwin.deschepper@skynet.be)

Norbert Poulain (°Gent, 1947)

Autodidact-kunsthistoricus. Stichter en voorzitter van de vzw Interbellum (www.interbellum.org). Maakt tentoonstellingen, geeft rondleidingen, organiseert studiereizen, zet zich in voor behoud en bescherming van (on)roerend erfgoed en publiceert over architectuur, beeldende kunst en toegepaste kunst. Redde samen met zijn echtgenote Georgette Caese (°Gent, 1945) het tegelpaneel van cinema Oud Gend en schonk het aan het MIAT dat het liet restaureren.

Bibliografie

Boeken en tijdschriften

- BAECK, M. & DE PLUS, J., Staalharde blikvangers: geëmailleerde reclameplaten in België. Gent, Interbellum, 2001 (Interbellum-cahier.9-10).
- BAECK, M. & VERBRUGGE, B., De Belgische art nouveau en art deco wandtegels 1880-1940. Brussel, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Afdeling Monumenten en Landschappen, 1996 (M&L-cahier. 3).
- BERGER, J., Fading memories, in: The New York Times, 5 nov. 2005.
- CHATEL, F. (dir.), L'art public: peintures murales contemporaines, peintures populaires traditionnelles. Parijs, Jacques Damase, 1981.

- COLLET, E., e.a., De la pub pleins les murs: peintures murales et enseignes commerciales. Brussel, Le Bois du Casier / Racine, 2010.
- COMBIER, M., Anciennes publicités murales.: les murs peints murmurent... Rennes, Editions Ouest-France, 2006.
- DESEIJN, G., Over de interbellum-sigaretten-publiciteit Marouf, een opera... en veel rook, in: Interbellum, 31(2011)4, p. 15-19.
- DESEIJN (DESEYN), G., Aspecten van de reclame-industrie te Gent, in: DE HERDT, R., DESEIJN (DESEYN), G. & VERHEEKE, G. (samenst.), Het affiche: spiegel van de industriële maatschappij. Gent, MIAT, 1984, p. 32-42.
- DESEIJN (DESEYN), G., Krantenkiosken: relictten van een turbulente Belle Epoque, in: Stadsarcheologie: bodem en monument in Gent, 8(1984)1., p. 52-68.
- DURAND, D. & BOULOGNE, D., Le livre du mur peint: art et techniques. Parijs, Editions Alternatives, 1984.
- HAVELAAR, J.J. & NIJHOF, P. (samenst.), Tekens aan de wand: geschiedenis muurreclames in Nederland. Rotterdam, Trichis, 2012.
- PICHERY, R., Réclames: derniers murs murs. Besançon, Editions d'Art J.P. Barthelemy, 1994. Reclamemuurschilderingen: bedreigde getuigen van een vergeten verleden, in: Forum-Contact, 18(2011), nr. 70, p.5-8.
- ROBERTS, S. & GROES, S., Ghost signs: London's fading spectacle of history, in: Literary London: interdisciplinary studies in the representation of London, 5(2007)2, z.p.
- ULMER, B. & PLAICHINGER, T., Les murs réclames: 150 ans de murs peints publicitaires. Parijs, Editions Alternatives, 1986.
- VERSTRAETE, E., Ghent citytype: de openbare typografie van naderbij bekeken, in: TIC: driemaandelijks tijdschrift voor industriële cultuur, 29(2012), nr. 117, p. 2-33.

Websites

- www.brusselwalls.com
- www.elve.net
- www.literary-london.org

Blogs

- fredericgeerts.be/blog
- olijffe38.blogspot.be