

WINKELRECLAME

Adverteren, reclame maken, publiciteit voeren ... het betekent heel wat voor de handel. Het onderwerp is ook belangrijk voor wie kennis wil maken of zich verdiepen in wat winkels ooit waren. Vanaf omstreeks midden de jaren 1800 bleven getuigenissen daarvan bewaard in de vorm van foto's en drukwerken allerhande. Ouder nog zijn de uithangtekens die het publiek duidelijk maakten wat er binnenshuis te koop was. In deze korte bijdrage willen we bekijken hoe dat allemaal gebeurde.

Termen

Vooraf iets over de betekenis van de gebruikte termen. Het woord 'Adverteren' werd in de jaren 1500 ontleend aan het Latijn en aan het Oudfranse 'advertir': avertir: in de betekenis van verwittigen, de aandacht op iets vestigen door te informeren. De termen 'publiciteit' en 'reclame' kwamen in de 19de eeuw in gebruik in de betekenis die we nu maar al te goed kennen. De uitdrukkingen 'publiciteit voeren' en 'reclame maken' hebben dezelfde betekenis: kenbaar maken aan het publiek. In 'publiciteit' zit publiek (Latijn 'publicus': van het volk of het volk aanbelangend; uit het Oud Latijnse woord 'poplicus' afgeleid van 'populus': volk). In 'reclame' zit 'clamare': roepen. Denk aan 'declameren'. Het voorvoegsel 're' heeft hier de betekenis van 'herhaalbaar'. Het telkens opnieuw herhalen van de boodschap draagt inderdaad wezenlijk bij aan het succes van publiciteit.

Bij de winkeldeur en op de gevel

De oudste vorm van publiciteit doet het gewoon met de stem. Tot zowat een eeuw geleden galmden in onze nog stille straten de straatroepen waarmee de vele venters elk met hun eigen roep, niet enkel hun komst kenbaar maakten, maar ook hun waren aanprezen. Deze vorm van reclame leeft hier en daar nog voort. Je kon die jarenlang meemaken in de Kammerstraat aan de Gentse Vrijdagmarkt. De welbespraakte Turkse groenteboer met fors stemgeluid, bijgenaamd 'de roeper', maakte er de herkomst van het woord reclame in het Latijnse 'clamare' best duidelijk zonder dat er een woord Latijn aan te pas kwam. Nu nog doen sommige marktkramers dat op die manier en hier en daar is er zelfs een standwerker die het probeert met een luidspreker. We zien dat vooral gebeuren bij straatverkoop, braderieën en dergelijke die meestal gedeeltelijk aansluiten bij winkelverkoop. Op drukke dagen posteerden winkeliers zich in straten zoals de Langemunt aan hun winkeldeur om klanten binnen te roepen, soms zelfs lijfelijk binnen te trekken of te duwen. In dit tijdschrift (jg. 10, 2012 nr.2, p. 25 – 30) verscheen hierover een artikeltje 'Klanten binnen lokken'.

Vanzelfsprekend werd er ook gebruik gemaakt van visuele publiciteit. Bij de oude winkeltjes kon men soms nauwelijks zien wat er verkocht werd of ze waren moeilijk te vinden en te herkennen. Je moest je kenbaar maken,

dat wisten winkeliers en herbergiers maar al te goed. Aanvankelijk, toen de meeste mensen nog niet konden lezen, deden de winkeliers dat met hun uithangtekens. Een herkenningsteken is ook publiciteit, want je kon met een unieke naam of teken je zaak alom gekend maken aan het kooppubliek en je daarmee onderscheiden van de concurrentie. Sommige kentekens waren pareltjes, zoals hier geïllustreerd op een foto van Frank Ödberg genomen in de Langemunt in 1972 (afb. 1). Lode Hoste publiceerde een indrukwekkende reeks 'Uithangborden te Gent' in Ghendtsche Tydinghen. Daarvan verschenen niet minder dan 19 afleveringen in de jaargangen 15 tot 18 (1986 - 1989). De kentekens werden opgevolgd door opschriften. Letterschilders voorzagen fraaie en minder fraaie gevels of gevelborden in het historische centrum met publiciteit voor de zaak. De publiciteit in afb. 2 en 3, overgenomen uit een programmaboekje van een revue opgevoerd in 1913, tonen particuliere zaken op de Groentemarkt. Ook openbare historische gebouwen zoals het Groot Vleeshuis op datzelfde pleintje stonden vol geschilderd met reclame. Tal van oude foto's getuigen daarvan.





DE SERVEUZEN

Ja we maken wij zelve plezier

1^e SERVEUZE

Wat wordt 'n in d'expositie gezaagd
En over 't weinige volk geklaagd
Maar wij, als elk hem hier embeteert
H' en ons toch al dikwijls g'amuzeerd

1^e GARÇON

Voor mij die was het rechtuit gereid
Nè slimmen truk 'van het comiteit
Ons te stellen rechtover malkaar
Zoo werden wij vast vriend te gaar

SAMEN

Ja hier werd 's lands spreuke ten volle
[van kracht
De schoone spreuke die luidt « Eendiacht
[maakt macht »

Ja laat ons maar zonder geneeren
Profiteeren
Amuzeeren

Want gelijk elk ziet
Volk en hebben we niet
En dat embeteert toch subiet
Daarbij dansen wij eens een ronde
't is geen zonde
S perronde

We zitten zo dikwijls te gaar in t slameur
Ook bij 't vrijen vergeet g'uw koleur.

Pour vos parapluies, cannes, ombrelles

adressez-vous à la Maison

R. DESPLENTER = LIEVEMONT

Marché aux Légumes, Gand

Goedkoopste huis der stad
KLEEDEREN
voor Heeren, Jongelingen en Kinderen
L. & Th. De Schaeck
Groenselmart en Hoek Lange Munt
GENT



23

Bekend voor schoone snede en fatsoen

L'Affichage Gantois, Tél. 2705

33

In kranten, handeslsgidsen, programmaboekjes ...

Naar de zaak lokken was de boodschap en vanaf omstreeks halverwege de 19de eeuw deed men dat ook via de papiermedia. Eerst in kranten, daarna in handeslsgidsen. Weldra was er geen ontkomen aan: in de vorige eeuw kwamen de advertentiebladen onze brievenbussen versmachten en nu wordt de digitale informatie die we zoeken via het internet ondergesneeuwd door reclameboodschappen.

REGTZETTING

Van de stompvoeten, van de scheefhalzen, van de kromme knien, van de af-
 ruggegraed en van al de misvormdheden van het menschelyk lichaem, door de on-
 toestellen en keurslyven, in Frankryk en Belgien gebreveteerd. Zich aen te bieden
 THOMAS-BIONDETTI, gebreveteerd breukbandmaker, Kalanderberg 6, te Gent, by
 eene zoo talryke als afgewisselde verzameling vindt van Heelmeesters-Instrumente
 elastieke Koussens voor gezwellen, Klisteerpompen van het nieuwste maeksel.

Matige p

Afb. 4.

DE

GEVAERLYKSTE BREUKEN,

WORDEN RADIKAEEL GENEZEN.

De gevaerlykste breuken worden radikael genezen door den nieuwen regelenden breukband met bal, in Belgien en in den vreemde gebreveteerd, en die zyne 12^e medalie heeft gewonnen in de groote tentoonstellingen, voor zyne deugdelijkheid en de oogenblykelyke verligting die hy verschaft aen de lydende persoonen, aenstonds na zyne toepassing.

Wy achten het onze pligt het publiek te waarschuwen tegen de namakingen van dien breukband, en berigten dat men hem vindt voor geheel Belgien by den heer A. D'HALLUIN-BORGHI, opvolger van BIONDETTI, 6, Kalanderberg, Gent.

Afb. 5.

We zien omstreeks 1850 publiciteit opduiken in kranten zoals de Gazette van Gent en in handeslsgidsen, met als oudste en langst levende: de Wegwijzers der stad Gent. In de begintijd was de publiciteit nog erg sober van opmaak. Men kan zich daarvan vergewissen in de hierbij gereproduceerde vroege krantenannonces (afb. 4, 5 en 6). Als voorbeelden van deze reclame geven we gevallen die thuishoren in de medische sector (of wat daarvoor moet doorgaan). Een oudere annonce 'Regtzetting van stompvoeten, scheefhalzen, etc.' werd uit de Gazette van Gent van het jaar 1856 geplukt, de overige uit

de jaargang 1865. De 'annonskes', de reclametekstjes zijn niet geïllustreerd en in opmaak verschillen ze amper van de overige kranteninhoud. Ze beantwoorden nog volledig aan de definitie van bekendmaking, al zijn de claims van de handelaars over de kwaliteiten van hun waar soms behoorlijk straffe kost. Wat te denken van die 'Regtsetting' in de eerste reeks fragmenten uit de Gazette van Gent die we hierbij afdrukken. De betekenis van de woorden 'annonce' en 'aankondiging' is trouwens nauw verwant of gelijk aan die van 'reclame' en 'publiciteit'.

Madame

BOUDIN-WANTE

zegt het zelve :

Nergens beter

dan bij

Dumortier

Gebroeders

VAN LEDEBERG

voor goede

matrassen in

Konijnhaar

Verkoophuizen :



Photo J. De Vriese

Huidelgmsche stoonweg, 289
Ledeberg. Tél. 2671

Lango Munt, 16
Gent. Tél. 2672

Parijsstraat, 112-114
Rijssel (Frankrijk)

Afb. 6.

Samen met het alsmaar meer aan belang winnen van publiciteit, maar ook door het snel beter en goedkoper worden van de reproductietechnieken in de drukkerswereld, werden steeds meer fel opgemaakte en geïllustreerde reclame items verspreid. We geven hier enkele voorbeelden uit het begin van vorige eeuw. Ze werden overgenomen uit het hierboven al aangehaalde - voor die tijd - ongewoon uitbundig geïllustreerd programmaboekje bij de revue 'Gent die schriemt' van Hector Van Seymortier en Henri Van Daele, opgevoerd in de Minard ter gelegenheid van de wereldtentoonstelling in 1913

Krachtig Geneesmiddel

voor

**Rhumatism
en Flerecijjn**

I fr. de flesch

te verkrijgen

APOTHEEK RENO

PHENIXSTRAAT, 66

Téléph. 1782

VOOR ATHLETEN

Embrocation **VIR**



M' Arthur Devère

Afb. 8.

(DSMG, Sint-Amandsberg, verzameling 'Vliegende Bladen - Liedjes, revues'). Typisch voor die tijd waren de artiesten die reclame maakten voor de adverteerders (afb. 7 en 8). Zo komen we van de imposante revuester madame Boudin - Wante te weten dat de matrassen 'nergens beter zijn dan bij Dumortier gebroeders'. Een zeer gezond uitzienende revuefiguur mag poseren bij een middel tegen 'flerecijjn' (jicht) en reuma.

... en op specifiek 'reclamedrukwerk'

Na de hierboven aangegeven heel sobere start gingen winkeliers en andere verkopers heel snel alle mogelijke trucks uithalen om de aandacht te trekken van hun 'slachtoffers' en om hen te overtuigen van de uniek lage prijs, de betere kwaliteit, van de noodzaak dit of dat te kopen - uiteraard bij hen -, enzovoorts en zo verder. De betere, grotere en/of duurder zaken kwamen met eigen drukwerk voor de dag. Van de vroege vormen daarvan (tot 1911) bewaart de Ugent bibliotheek een mooie en interessante collectie in de 'Vliegende Bladen' (Ephemera). Een tentoonstelling en een boek over de Veldstraat (2005) konden daarmee een heel levendig beeld oproepen van deze winkelstraat bij uitstek. Van deze vorm van publiciteit geven we hier in afb. 9 een reeksje samengesteld uit een collectie van kleine presentjes, kaartjes en dergelijke die de klanten toegestopt kregen als reclame voor een handelszaak of een product (schenking De Bie in DSMG, 'Vliegende Bladen, Kleinhandel'). Ze dateren uit de tweede helft van de vorige eeuw.



Afb. 9.

Slot

Hoewel de termen reclame, publiciteit en aankondiging in wezen neutraal zijn, is de onderliggende bedoeling dat nooit. Reclame is een belangrijke sector geworden in het economisch gebeuren. Die bezorgt heel wat mensen een dikwijls goed betaalde job. Het zijn natuurlijk clevere luitjes die dat vak uitoefenen. Een van hen leverde zelfs onder de naam Willem Elschot absolute meesterwerken in onze literatuur, en dat nog wel over de reclamewereld zelf: Lijmen en Het been.

Met dank aan Frank Ødberg en de schenkers aan DSMG,
Begijnhof, Sint-Amandsberg