

Muurreclames in Kampen

door Cor Adema

De stad Kampen is rijk aan monumenten. Naast prachtige kerken, poorten en andere gebouwen vindt men hier ook enkele tientallen authentieke muurreclames. Deze muurreclames bevinden zich op de gevels van huizen in de oude binnenstad.

In samenwerking met de gemeente Kampen, bedrijven en particulieren, laat het Comité Muurreclames Kampen jaarlijks enkele gevelteksten restaureren.

Wervende teksten op de winkelpuien van voornamelijk kleine middenstanders vindt en vond men bij de toegangen tot het stadscentrum. Met veel gevoel voor typografie en kleur zijn de muurreclames door veelal plaatselijke schilders opgebracht. De invloeden van Jugendstil en De Stijl zijn onmiskenbaar aanwezig. "Fresco's van de kleine middenstand" worden ze in Kampen genoemd, ook al heeft de techniek waarmee de teksten op de muren werden en ook nu weer worden aangebracht, niets van doen met de oude Italiaanse schilderkunst.

Helaas kende deze eeuw ook een periode waarin het leek dat het verleden moest worden uitgewist. Niemand scheen nog te willen kijken naar deze gevelteksten. Het oude dat nog niet "echt antiek" was werd onterecht synoniem met lelijk. Vooruit, een verkwast of pleisterlaag erover! Leve de schone strakke muren!

Gelukkig hebben wij nu weer oog voor deze voortbrengselen uit het recente verleden. Wij willen ze weer bewaren.... en zondig herstellen.

Geschiedenis

De muurreclame is een onmisbare schakel in de reclamegeschiedenis. Egyptenaren, Grieken en Romeinen maakten reeds gebruik van verkoopleuzen. Deze reclame werd -in stenen gegrift- langs de wegen geplaatst. Archeologen vonden bij opgravingen restanten van uithangborden en muurreclames. Zo werden bijvoorbeeld in Pompeii talloze muurreclames aangetroffen.



J. Kuijpers, banketbakker, Kraal en Firma Scheltens. In het voorjaar van 1996 heeft het Comité Muurreclames de grootste restauratie uit haar bestaan laten uitvoeren. Naast de drie over elkaar geschilderde muurreclames treft u de drie nu naast elkaar aan.



Behangspapier in soorten.

Deze reclame is uniek in de vormgeving. Op een smalle reep heeft de schilder destijds een kleurrijke schildering opgebracht. De huidige eigenaar was de oude -reeds vervaagde- reclame nog nooit opgevallen.

In de Middeleeuwen werd in Europa vooral reclame gemaakt door middel van uithangborden, uithangtekens en figuren geschilderd op deuren en luiken, voorwerpen en of figuren op de geveltop, op luidfels, hekken of de achterzijde van boerenwagens en door gevelstenen. Deze bovengenoemde vormen waren al dan niet voorzien van teksten.

In Kampen kunnen we nog veel uithangtekens vinden ter herkenning van openbare gebouwen; zoals op de poorten, de torens en aan het Oude Vleeshuis aan de Oudestraat, tegenover de Plantage.

Naast deze vormen van straat- en buitenreclame ontwikkelde zich ook de papierreclame. Sinds de uitvinding van de boekdrukkunst in de 15e eeuw, kwamen reclameuitingen in de vorm van advertenties, posters en aanplakbiljetten, steeds meer voor. Ze gaven informatie over de bewoner of over het product dat werd aangeboden.

Tot het tijdperk van de Industriële Revolutie werd het niet gepast

geacht nieuwe behoeften bij de mensen op te wekken. Alle producten werden voornamelijk op bestelling vervaardigd. Het grootste deel van de bevolking kon de producten die enigszins op luxe geleken trouwens niet eens betalen. Pas tegen het eind van de 19e eeuw kwam de massa-reclame onstuitbaar opzetten. De snelle industrialisatie, de massaproductie en de verstedelijking droegen bij tot een (langzame) verbetering van de levensstandaard. Genotmiddelen als koffie, thee, cacao en tabak deden hun intrede. Door de uitbreiding van het net van wegen, kanalen en spoorwegen werd de distributie van goederen mogelijk gemaakt. De wijze van produceren veranderde radicaal en vroeg om een andere benadering van de klanten(kopers). De massaproductie leidde tot de opkomst van de massa-reclame. Het wetenschappelijk onderzoek onder het koperspubliek legde de basis voor deze massa-reclame. De omvang van de markt, de koopgewoonten, het budgetonderzoek en de toonzetting van de reclameboodschap vormden de basis voor de verkoop. Na Engeland werd Amerika het centrum in de wereld voor verkoop en reclame maken en ontwikkelde zich de filosofie van het creëren van nieuwe behoeften. Vooral na de Eerste Wereldoorlog brak in de westerse wereld een ongekende welvaarts-groei aan en ging de buitenreclame zich steeds meer richten op de bewegende mens. Beelden met hooguit

enkele woorden of slogans gingen het reclamebeeld beheersen.

In de loop van deze eeuw is de functie van de reclame sterk gewijzigd: van het op ingetogen wijze onder de aandacht brengen, naar het verkopen van producten of diensten. Ook het aantal reclame-middelen is enorm toegenomen.

Muurreclames in Kampen

In dit artikel willen wij ons beperken tot de buitenreclames en met name één onderdeel hiervan, de muurreclames.

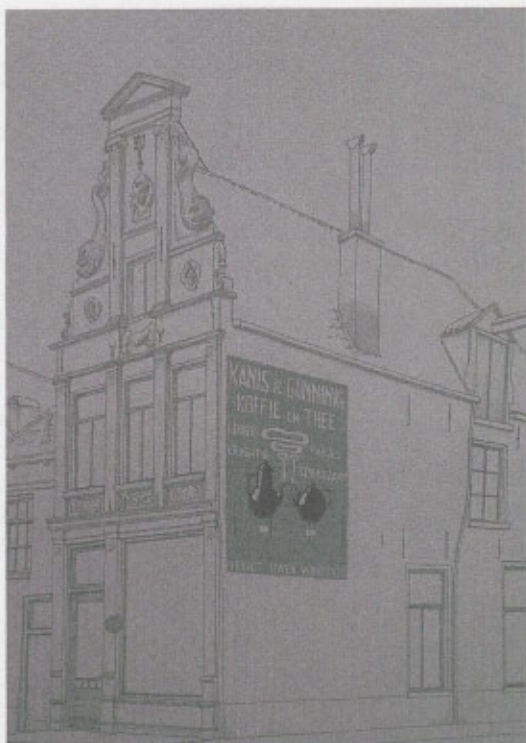
De muurreclames zijn tot het begin van de twintigste eeuw eenvoudig van karakter gebleven, meestal werkte men alleen met belettering. Voor de schildering werd een scala van lettertypes gebruikt, afbeeldingen kwamen nauwelijks voor. De blinde muren op de hoeken van de straten waren voor de gevelreclames het meest in trek. Ook in de binnenstad van Kampen vindt men alle muurreclames, sommige opvallend sierlijk van vorm, op deze lokaties. Zo ziet men schilderijlijst-

achtige plaatsen voor muurreclame op de hoek van de Oudestraat en het Muntplein en op de hoek van de Boven Nieuwstraat en de Geerstraat. In de komende jaren hoopt het Comité ook deze muurschilderingen weer te kunnen herstellen.

Afgedankte reclames werden rond de eeuwwisseling eenvoudig weggekalkt en met de nieuwe reclames overgeschilderd. Door weersinvloeden en duistere werkingen komen vele generaties oude reclames na verloop van tijd weer te voorschijn. Een fraai voorbeeld hiervan is de vondst van drie!! over elkaar geschilderde muurreclames op de hoek Oudestraat - Botervatsteeg.

Het was graficus Bart Oost die de oude gevelreclames in Kampen herontdekte. Hij werd getroffen door de vaak bijzondere lettertypes op de huizen. Soms moest hij als het ware door nieuwe verflagen heen kijken. En de vervaagde afgebladderde beelden in zijn fantasie aanvullen. Een goed hulpmiddel hierbij was de in het Frans Walkate Archief aanwezige fotocollectie van huizen in de binnenstad.

Bart Oost wist de toenmalige gemeentevoorlichter John Kummer in de jaren 80 enthousiast te maken voor zijn ontdekkingen. Met Rob Busser, Jelle Wouda en Cor Adema vormen ze momenteel het Comité Muurreclames Kampen. Samen met de gemeente Kam-



KANIS & GUNNINK: koffie en thee.

In samenwerking met Douwe Egberts Nederland wil het Comité in 1997 deze muurreclame herstellen. Het is voor zover bekend niet alleen de enige muurreclame van Kanis & Gunnink in Kampen, maar ook in geheel Nederland.

pen trachten ze de vooroorlogse muurreclames te herstellen en worden de reclames op foto's en in krijttekeningen vastgelegd. Terecht worden deze muurschilderingen nu als monumenten gezien, die beschermd moeten worden.

Stadsplattegrond voor rondwandeling is verkrijgbaar bij VVV

Cor Adema (Kampen, 16 september 1949), volgde een onderwijzersopleiding aan de R.K. Pedagogische Academie in Steenwijkerwold. Studeerde vervolgens aan de Fryske Akademy enkele jaren geschiedenis. Momenteel is hij directeur van de Mgr. Zwijsenschool te Kampen.

Foto's omslag:

Pasteltekeningen gemaakt door Bart Oost in 1980.

v.d. Put's beschuit is Kracht Beschuit.

Tegenover het schoolplein van de Mgr. Zwijsenschool zit één van de meest markante reclames van Kampen. Zowel de tekst als de lettervorm vragen om gezien te worden. In het begin van de jaren '80 is deze eerste gerestaureerde muurreclame onthuld door loco-burgemeester J.D. Bossink.

W. Peddemors.

Deze muurreclame is als een der eersten in oude luister hersteld door schildersbedrijf Schrijer (eigenaar J. Siedsma). In de volksmond heette de eigenaar van de heren modezaak "Pettemors". Hij verkocht namelijk ook petten.

Bensdorp's cacao en Vraagt Alhier de Echte Kamper Kruidkoek.

De grootste muurreclame bevat de onmiskenbare Jugendstil-elementen. Het comité mocht deze reclame alleen herstellen als het raam werd vervangen door muurwerk. Het raam is weg, de muurreclame is hersteld.

Hollandsche Fransche en Weener Broodbakkerij Adriaan Hallie.

Tegenwoordig Luxe Brood- en Banketbakkerij G. Klappe, hoek Cellebroedersweg-Vloeddijk.