TEKENS AAN DE WAND

Geschilderde muurreclames in Nederland

Geschilderde muurreclames in Nederland

TEKENS AAN DE WAND

Geschilderde muurreclames in Nederland

UITHANGTEKENS

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 overbrengen.
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 reclameafflche 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.

NIEUWE BUITENRECLAME

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 consumentenproducten 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.

ERFGOED

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.

auteurs	**Peter Nijhof** **Koos Havelaar** **e.a.**
omvang	**172 pagina's**
formaat	**260 x 210 mm (oblong)**
uitvoering	**fullcolour, hardcover**
bindwijze	**genaaid gebonden**
ISBN	**9789490608149**
NUR	**640**
consumentenprijs	**€ 29,95**
bestellen	**via Centraal Boekhuis** **of info@trichis.nl**

trichis publishing

Trichis Publishing
Heemraadssingel 199
3023 CB Rotterdam
(010) 477 85 25
www.trichis.nl
info@trichis.nl