



De Affiche

D. Lannoy

Ondanks de evolutie op mediavlak en de TV, de video, de computer en het internet is de affiche nog steeds van groot belang in de wereld van de publiciteit.

Alterhande druktechnieken en de digitale fotografie zijn in volle expansie ter bevordering van de kwaliteit van het afgeleverd product.

In steden en gemeenten worden op strategisch zichtbare plaatsen affiches voorzien. Nu noemen we dit een onderdeel van het straatmeubilair. Op de meest esthetische manier wordt nu publiciteit gevoerd. De affiches zitten in een mooi vochtvrij frame, worden 's avonds verlicht en door de desbetreffende firma's regelmatig vervangen. Schuilhokjes of bushaltes hebben een modern design en zijn voorzien van een publicitaire wand.

Publiciteit is en blijft een belangrijk element voor de consumptie in de samenleving. Meer dan honderd jaar geleden zag de affiche het daglicht...

Eind 19de eeuw waren de muren van theaters, schouwburgen, treinstations en reclamezuilen volgeplakt met affiches. Ze waren de weerspiegeling van de *Belle Epoque*. Daarnaast waren er de eenvoudige aanplakbiljetten dienstig voor bekendmakingen van Staat, Provincie, Gemeente of voor Openbare Verkoopingen.

Naast de affiche werden op het vlak van de publiciteit ook nog de zogeheten porceleinkaart, de geïllustreerde adreskaart en de prentbriefkaart gebruikt.

Culturele activiteiten en het promoten van consumptiegoederen werden in de eerste plaats via affiches bekendgemaakt. Voor de badplaatsen zou dit ook het middel bij uitstek worden om publiciteit te voeren. De tal van prachtige kunstaffiches die op de markt kwamen waren er het bewijs van. Vermits een groot deel van de bevolking nog analfabeet was en niet over de nodige middelen beschikte om op reis te gaan, was de decoratieve affiche meer gericht aan de hogere burgerij. De Art Nouveau bloemmotieven en sierlijke vrouwenfiguren vormden de basis van vele aanplakbiljetten. Naast de advertenties in de kranten was de publicitaire affiche het voornaamste propagandamiddel.

De publieke omroeper die in vele steden en dorpen het nieuws verkondigde op de «roepsteen» aan de kerk zou geleidelijk aan verdwijnen.

In 1722 was er in Frankrijk reeds sprake van «aanplakkers». De wet Le Chapelier (1719) vermeldde dat officiële berichten moesten bestaan uit zwarte letters op een witte achtergrond, particuliere bekendmakingen mochten op een gekleurde papiersoort. Onder het «Empire» werd het zegelrecht in voege gebracht (de latere takszegel).

De start van de beeldende affiche mag toegeschreven worden aan de Duitser Aloys Senefelder (1798) die met de steendrukmethode het vermenigvuldigen toeliet. In België waren de eerste sporen terug te vinden in Gent. Rond 1826 had Frans Kierdorff er een lithografisch bedrijf. Drukkers waren Van de Steene, Defferez, Jacquain, Gyselinck en Hemelsoet. Toch werd Frankrijk en meer bepaald Parijs aanzien als de bakermat van de affiche. Parijs was in de tweede helft van de 19de eeuw een stad met bijna twee miljoen inwoners. Naast de politieke wereld met de strijd tussen links en rechts die sociale onrust met zich meebracht, zou ook de amusementswereld vooral gebruik maken van de affiche. De afbeeldingen moesten het publiek in een oogwenk aanspreken : met andere woorden «affichetaal» was heel belangrijk.

DE TECHNIEK

De steen : een poreuze koolzure kalksteen die zowel water als vet kan opnemen.

Het slijpen : het steenoppervlak wordt met zilverzand bestrooid, met water besprenkeld en met een speciale steen nageslepen tot men een glad steenoppervlak bekomt.

Het greineren : om met lithografisch krijt of inkt te kunnen tekenen, moet het oppervlak bewerkt worden met fijn zilverzand en carborumdumppoeder. In draaiende beweging wordt deze materie over de steen gewreven. Krijt bestaat uit vet, zeep en zwartsel. Inkt is een samenstelling van bijenwas, schapenvet, zeep, schellak en roet.

Bij het tekenen op steen verbindt het vette krijt zich met de koolzure kalk. De «vetzure kalk» is waterafstotend en vetaantrekkelijk.

Het prepareren : heeft tot doel de tekening van de steen te verwijderen zodat de drukinkt in de plaats komt van het krijt. Over de tekening wordt harspoeder en talk aangebracht. Met een spons wordt Arabische gom, opgelost in salpeterzuur, over de steen gewreven. Na 24 uur wordt met water de zure gom verwijderd. Daarna moet een laagje zuivere gom op de steen worden gezet. Deze wordt door de kalk en kiezelzuur omgezet tot meta-arabinegom, een stof die onoplosbaar is in water maar wateropnemend en vetafstotend is. Het krijt wordt met een doekje en terpentijn opgelost. Wanneer nu inkt wordt ingerold nemen alleen die getekende delen de inkt op. Na een proefdruk kunnen nog correcties worden aangebracht.

Kleurendruk : voor ieder kleur is een aparte steen nodig. Op de steen wordt altijd in zwarte inkt getekend en pas bij het drukken wordt de gewenste kleur aangebracht. De kunstenaar maakt dus éénkleurige tekeningen en moet met zijn kleurencomposities en tinten rekening houden ; dit is de grote moeilijkheid en hieraan herkent men de kunst van de lithograaf. De volgorde van het drukken dient ook te worden vastgelegd.

Met een handdrukkers en later met de sneldrukkers werden de afdrucken gemaakt. De monochroom zou pas na W.O. II verdrongen worden door de kleurenaffiche en door de evolutie van de fotografie.

In 1866 startte Jules Cheret (1836-1932) met een uitgeverij. In 1891 werd zijn werk in Brussel bij de avant-garde beweging *Les XX* tentoongesteld tussen namen als Van Gogh en Gauguin. Pas vanaf dan zou er een toenemende interesse zijn voor de affichekunst. Pioniers waren Morris, de gebroeders Dudley-Beggarstaff en Aubrey ; de meest gekende kunstenaars waren Toulouse-Lautrec, Grasset en uiteraard Alphonse Mucha (1860-1939). Deze laatste zou een internationale faam verwerven met zijn eigen stijl. In de U.S.A. kreeg hij verschillende opdrachten toegewezen. Naast Parijs was het historische Praag de bakermat van Mucha. Het hoogtepunt van de affiche mag dan ook gezien worden tussen 1895 en 1910 of de periode van de Belle Epoque.

Als uitloper van de kunstenaarskring *Les XX* ontstond in 1894 *La Libre Esthétique* die de decoratieve kunst promootte. De Art Nouveau was ingeleid en zelfs Victor Horta was beïnvloed door Mucha. De affiche werd een decoratieve prent, soms met erotische elementen. Dit was vooral merkbaar in de Parijse wereld, maar zou navolging krijgen in de naburige landen. In Engeland zocht men meer inspiratie in bestaande schilderkunst, maar algemeen mag de Japanse prentkunst betiteld worden als «de» inspiratiebron bij tal van kunstenaars.

Te Brussel en Luik vonden we gevestigde lithografen als Adolph Crespin (1859-1944), Privat Livemont (1861-1936), Ghisbert Combaz (1869-1941), Armand Rassenfosse (1862-1934) en Emile Berchmans (1867-1947).

Er werd gretig gebruik gemaakt van uiteenlopende stijlen van realisme, impressionisme, symbolisme, art nouveau, expressionisme en art deco. Een veelgebruikt formaat was 122 x 82 cm.

Kunstschilders als Jules De Praetere, Constant Montald, Gustaaf Van de Woestyne en Theo Van Rysselberghe zouden ook affiches ontwerpen. Eén van de belangrijkste namen van eigen bodem was Alfred Ost (1884-1945), die als tegenhanger van Lautrec mag beschouwd worden. Heel wat evenementen van socio-culturele aard werden op affiche gebracht door deze kunstenaar.

De toenemende industrialisering en groei van handel en nijverheid zouden een grote invloed hebben op de affichekunst. België lag op het kruispunt van de industriepolen Engeland, Noord-Frankrijk en het Duitse Rijngebied. Treinlijnen werden aangelegd, de telegraaf deed zijn intrede, al deze nieuwigheden werden bekend gemaakt door middel van de «plakkaatkunst».

In het laatste kwart van de 19de eeuw was er een artistieke avant-garde kring die zich manifesteerde en in tegenstelling stond met de toen heersende burgerlijke culturen en maatschappelijke normen. In 1881 stichtte Max Waller, *La Jeune Belgique* met Emile Verhaeren, Georges Rodenbach en Maurice Maeterlinck. Anderszijds zou het tijdschrift *Van Nu en straks* (1893), het literaire leven beïnvloeden met schrijvers als August Vermeylen, Prosper Van Langendonck, Karel Van de Woestyne, Stijn Streuvels en Cyriel Buysse. In Brussel zou advocaat Octave Maus in 1891 een nieuw tijdschrift laten verschijnen onder de naam *l'Art Moderne* met als voornaamste redacteurs Emile Verhaeren en Edmond Picard.

Bij de kleurenlithografie die meestal een artistiek geheel vormde, was de tekst van minder belang en kreeg het beeld alle aandacht. Dit zien we ook bij de toeristische affiche waar we later op terug komen.

Waar normaal een kunstwerk langer meegaat dan zijn schepper, was voor de affiche maar een korte levensduur weggelegd. Door het gebruik van een minderwaardige papiersoort, toen voor het doel een normale zaak, verdwenen de affiches uit de omloop en zijn er maar weinig overgebleven. Het lag niet in de bedoeling deze in te lijsten, zoals ze nu bewaard worden in musca of in private collecties.

Affiches werden meestal aangeplakt op muren van stations of reclamezuilen, op plaatsen waar de aandacht van de voorbijganger werd getrokken. In treinstations werden in een latere fase speciale locaties voorzien voor een deftige voorstelling van de affiches, niet meer aangeplakt maar wel gespiekerd.

TOERISTISCHE AFFICHES VAN KNOKKE

In het laatste kwart van de 19de eeuw was de publiciteit voor een badplaats van groot belang. De steden en gemeenten aan de Belgische kust waren in volle ontplooiing vanaf de Panne tot in Knokke.

De affiche was dan ook een uitmuntend middel om dit toerisme te propaganderen. De groeiende welvaart en de toename van vrije tijd zouden in de tussenoorlogse periode een grote rol gaan spelen op het vlak van de publiciteit. De diverse toeristische activiteiten werden door middel van aanplakbiljetten verkondigd. Naast de badsteden waren er privé-initiatiefnemers die contact namen met kunstenaars en schilders die zich toelegden op de affichekunst. Onder hen vonden we onder meer : Henri Cassiers, M. H. Meunier, Victor Mignot, Edouard Duyck, Henri Evenepoel, James Linsor, Amedée Lynen, Gustave Steven en Theo Van Rysselberghe.

Naast een collectieve reclamecampagne van de Belgische Spoorwegen, werd de *Ligue de la Propagande* opgericht in 1912 om meer promotie in het buitenland te voeren voor de Belgische steden en bezienswaardigheden.

Na W.O. II bundelden de badplaatsen hun krachten in een gezamenlijke actie. In 1921 werd een *Nationaal Bureau voor Toerisme* opgericht, in 1926 vervangen door de *Hoge Raad voor het Toerisme*. Eén van de betrachtingen was het vastleggen van een standaardformaat voor publiciteitsaffiches (100 x 63 cm / 105 x 75 cm). Men was ook voorstander van vaste locaties om affiches aan te plakken, dit om het lukraak en onordelijk plakken te vermijden. Het bestuur wilde 500 borden afficheren in buitenlandse stations.

In 1931 zou *L'Office Belgo-Luxembourgeois du Tourisme* het daglicht zien. Er werden 7500 affiches verspreid in binnen- en buitenlandse treinstations. Pas in 1935 kwam, op vraag van de regering, het *Ministerie van Verkeerswezen* ten tonele met de uitbouw van de *Dienst voor Toerisme en Hotelwezen*.

De Belgische Spoorwegen lanceerden een uitwisselingsprogramma voor Engelse en Belgische kunstenaars die zich met reclamekunst bezighielden.

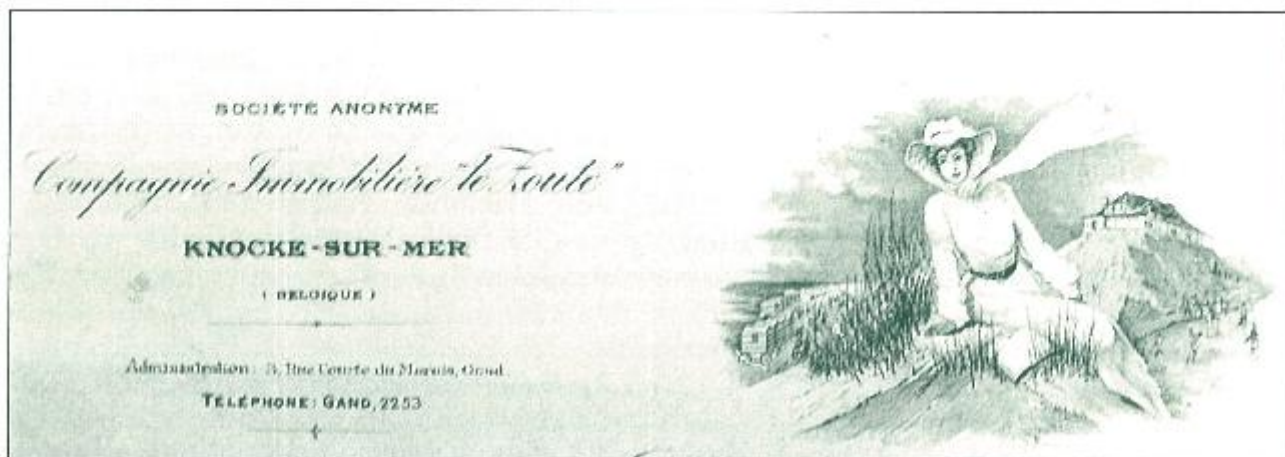
In 1939 ontstond het *Commissariaat-Generaal voor Toerisme* dat een coördinerende rol zou gaan spelen op het vlak van promotie voor de Belgische kust.

Naar aanleiding van het tweede Millennium nam de heemkundige kring *Cnoc is ier* het initiatief een retro-affiche uit te geven in beperkte oplage. Onze keuze viel op de lithografie van HET ZOUTE.

Het was in 1909 bij de oprichting van de Compagnie du Zoute dat de Brusselse kunstschilder Gustaaf Flasschoen (1868-1940) de opdracht kreeg een affiche te ontwerpen voor de nieuwe badplaats Het Zoute. Het voorontwerp, een pastel, werd goedgekeurd door Maurice en Raymond Lippens, stichters van de maatschappij. Een eerste litho werd gedrukt bij O. De Rycker en Mendel te Brussel op een formaat van 103 x 62 cm.

Flasschoen was tekenaar-schilder en werkte voor enkele Belgische en Parijse kranten. Samen met Gérard Harry stichtte hij het blad *Le Petit Bleu*. Hij was een specialist in de fotogravure. Een deel van zijn oeuvre stelt de streck van Noord-Afrika voor, waar hij regelmatig verbleef. Hij was de ontwerper van de affiche voor de Wereldtentoonstelling 1897 te Brussel. Zijn eerste creaties op het vlak van de afficheskunst waren zuiver commercieel.





Briefhoofd van de Compagnie Le Zoute

De Franse criticus Stiegler noemde hem «*c'est le maître du mouvement*». Zijn adres was in 1911, Rue de la Renette te Brussel. Tussen 1919 en 1936 stelde hij meermaals tentoon in diverse galerijen, ondermeer te Brussel, Antwerpen en Ukkel.

1. De «Vrouw» was in de affichewereld een eer gegeerd «object» voor het promoten en verkopen van een product. Meer dan 3/4 van alle affiches kaderen in deze stelling.

Ook Flasschoen koos voor een jonge vrouw in het wit, zittend op een duin. Haar hoed is vastgemaakt met een groene sjaal die wappert in de wind. Op de achtergrond zijn het strand met badwagens, het golfclubhouse en enkele golfspelers te zien.

Dit ontwerp uit 1909 werd in alle formaten heruitgegeven. De Maatschappij gebruikte zelfs een fijne weergave in blauwe tint als briefhoofd.

Een gekleurde chromo of prentbriefkaart (9 x 14 cm) werd in een oplage van 250.000 exemplaren afgedrukt. Van deze uitgave werd achteraf nog een ongekleurde versie gedrukt. Een kleine afwijking ten opzichte van de affiche was dat er geen badwagens op het strand werden getekend.

Op de Franstalige brochure kwam de «jonge dame in het wit» (formaat 11 x 18 cm) met vermelding «*Le Zoute Knocke s/m Belgique-Belgium-Belgien*». Voor een Engelstalige uitgave werd de gekleurde chromo verkleind weergegeven.

In 1929 verscheen een reproductie in het tijdschrift *L'Art Belge* samen met een artikel over het Zoute.

Een affiche formaat 102 x 163 cm werd op latere datum uitgegeven door de maatschappij.

De heruitgave van *Cnoc is ier* is de voorstelling van de Franstalige brochure uit 1913.

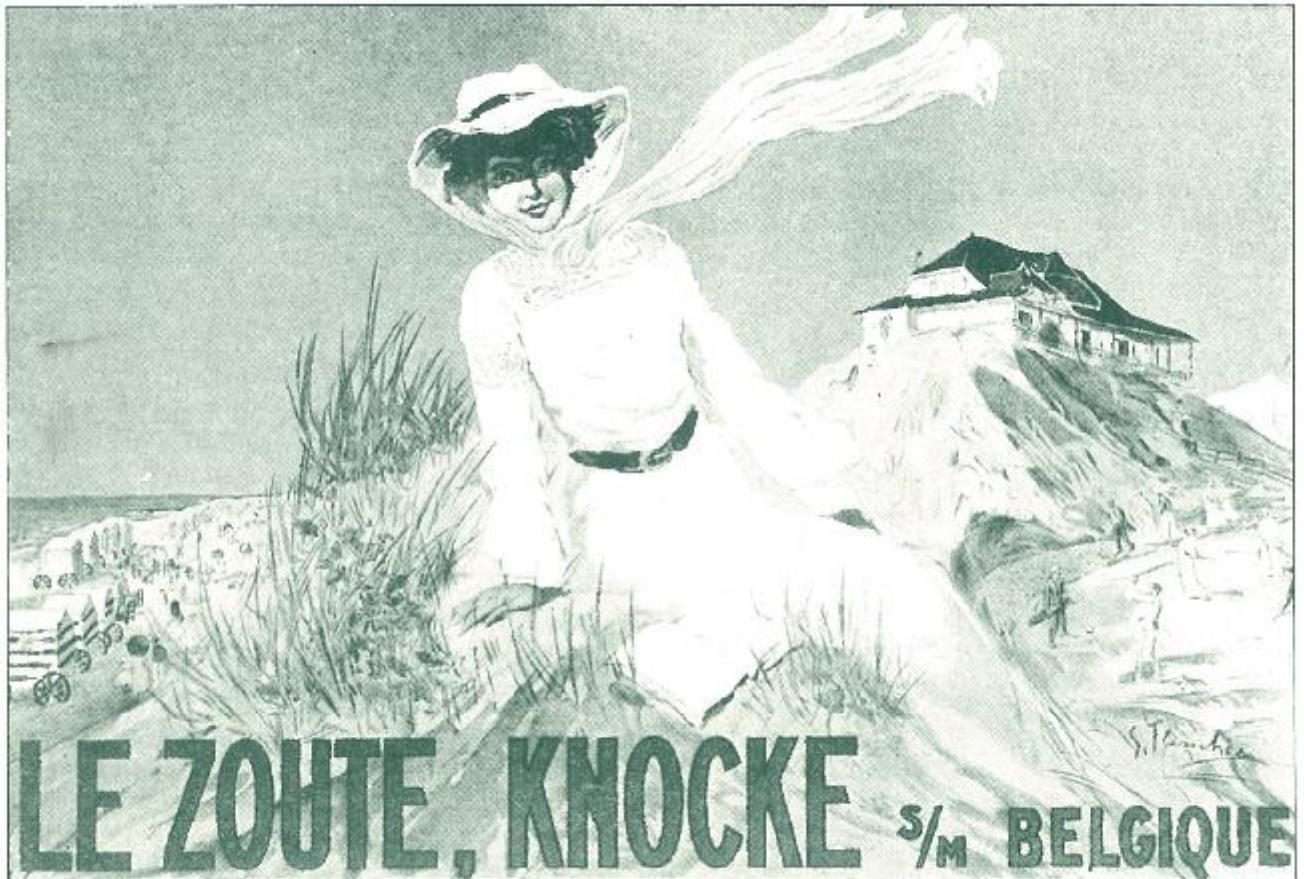


Voorpagina van de engelstalige brochure



Chromo of kleurweergave van de affiche

Zwart-wit postkaart



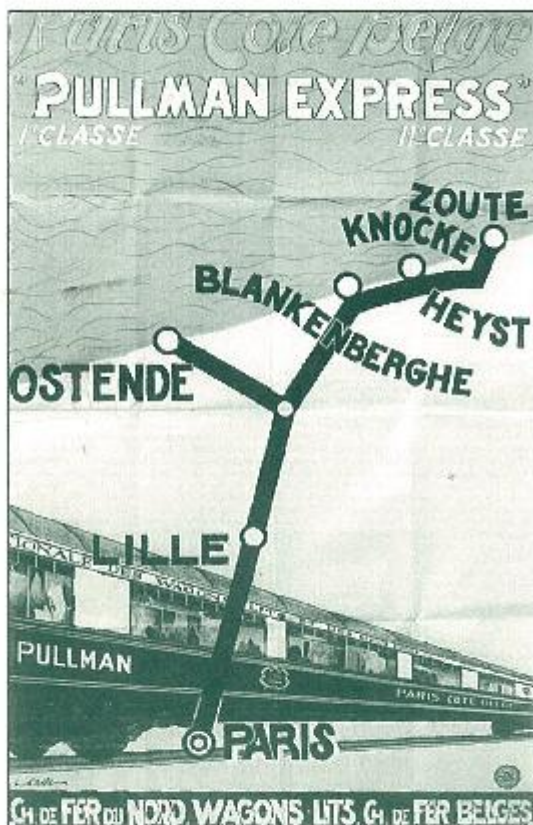


1925

2. In 1925 nam de Belgische staatsspoorweg het initiatief een affiche uit te geven. De uit Frankrijk afkomstige kunstenaar Emile Dupuis liet zich grotendeels inspireren door de affiche van Flasschoen uit 1909.

Een golfspeelster met golfstok in de rechterhand wordt afgebeeld in vol ornaat. De felrode baret en vest contrasteren goed met de witte rok en kousen. Op de achtergrond staat de caddie en op het duin een gebouw in Anglo-Normandische stijl, hoogstwaarschijnlijk het clubhouse. Links zien we het strand, de bebouwing van de dijk en de vuurtoren. Op het duin zitten twee personen te «keuvelen». Een duindistelstruik siert de linkerbenedenhoek van de poster met «Knocke s/mer a/zee» in blauwe letters op zwarte achtergrond.

Dupuis kreeg in 1902 een contract bij de Luikse drukkerij Bénard. Naast theateraffiches legde hij zich na W.O. I toe op toeristische onderwerpen. Voor de stad Blankenberge tekende hij in 1935 de affiche met de Pier en het nieuwe Casino.



1928

3. Een totaal andere affiche zag het daglicht in 1928, dit op initiatief van de Pullman Express die de treinverbinding verzorgde met Parijs. De Amerikaan George Pullman (1831-1897) was de promotor van de slaapwagons en streefde naar comfortabel reizen. De affiche was een promotie voor de Belgische kust.

Het was pas in 1932 dat Knokke haar spoorwegstation kreeg. Voor de toerist die vanuit Parijs te Knokke arriveerde, was het houten noodstation waarschijnlijk geen al te mooi zicht. Om het Zoute te bereiken nam men dan de elektrische tram.

Een langgerekt rijtuig of wagon siert de onderzijde van de poster met een schematische afbeelding van de route van Parijs naar de badplaatsen aan de Belgische kust. De kustlijn is duidelijk zichtbaar en de zee is voor de verandering groen getint.

Linksonder staat de ontwerper of tekenaar vermeld, namelijk L. D'Adhémar.

1936

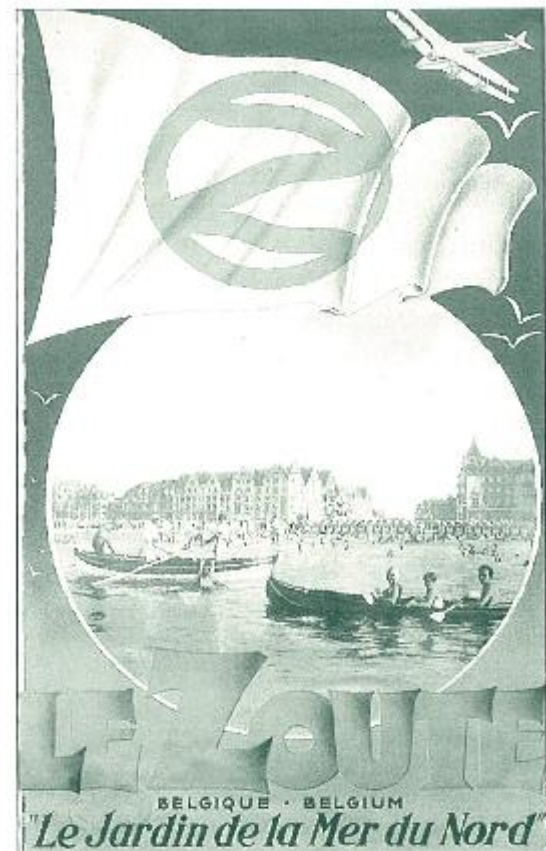
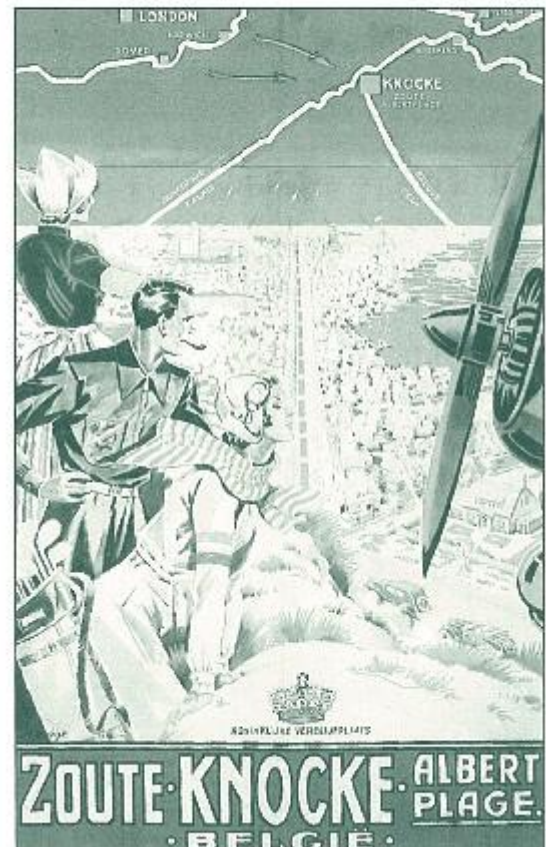
4. De lithografie «*Zoute Knocke-Albertplage*» (formaat 100 x 62 cm) van A. Verbist verscheen door toedoen van de *Société Immobilière Knocke Balnéaire* die het gebied rond het Zegemeer ging verkavelen. De afbeelding werd gereproduceerd op de voorpagina van een toeristische brochure uitgegeven door de Vereniging ter Bevordering van het *Vreemdelingenverkeer* met foto's van Charles D'hont (1896-1981).

Bovenaan de affiche wordt heel summier de ligging van Knokke alsook de bereikbaarheid vanuit de drie buurlanden uitgetekend. Drie figuren verpersoonlijken elk hun land. Voor Nederland is dit een boerinnetje in Zeeuwse klederdracht, voor Engeland een «clean shaven» en pijprokende golfspeler met de badge van zijn golfclub op en voor Frankrijk een vlotte moderne vrouw in witte piloot-overall en dito muts met stofbril. Rechts bemerk je de propeller van haar vliegtuig, dit vooral om aan te tonen dat Knokke een vlieghaven bezat en dus ook per vliegtuig bereikbaar was. Vanop een hoge duin kijken ze met welgevallen neer op de badplaats Knokke.

Ze zien de Lippenslaan met links het Casino uit 1930 en het Zegemeer, rechts de vuurtoren, de Koninklijke villa, de toren van het Binnenhof-zwembad, de Golflinks en de Oude Molen.

5. Voor een poster van het Zoute die een tegenhanger moest worden van de vorige lithografie werd beroep gedaan op een foto van Charles D'hont. Het is eigenaardig dat men ondanks de evolutie van de fotografie vasthield aan het «tekenen» van publiciteits-affiches. Deze affiche is dan ook een uitzondering op de regel.

Bovenaan is er een wimpel met de letter «Z», symbool voor het Zoute, die wappert tegen een blauwe hemel met rechts een vliegtuig. Het is een Franstalige affiche gedrukt in opdracht van het «Syndicat d'Initiative» op de persen van Van Buggenhout te Brussel. Het formaat is 102 x 62 cm.





6. Een publiciteitsaffiche voor de hele Belgische kust maar met herkenningspunten voor Knokke werd gedrukt in 1934.

In het kader van het uitwisselen van kunstenaars kreeg de Fransman Jean Droit opdracht een affiche te ontwerpen voor de Belgische kust. Hij was actief sedert 1911 voor Belgische kranten en handelshuizen. In datzelfde jaar kreeg hij een opdracht van de Touring Club. Voor de affiche van de Olympische Spelen 1924 was hij eveneens de ontwerper. De litho had een formaat van 107 x 101,5 cm en werd gedrukt bij Jarrold & Sons Ltd London, voor rekening van de London & North Eastern Railway. Voor de achtergrond maakte hij gebruik van de heboewing van de zeedijk van Knokke. We zien links het *Hôtel de la Plage*, de vuurtoren en enkele Belle Epoquegevels. De personen op het strand worden uitermate ijl en licht voorgesteld, ze hebben iets etherisch over zich. Die balletachtige houdingen scheppen een effect van beweging. De kleurencompositie is heel nieuw en apart en staat in schril contrast met andere affiches uit dezelfde periode.

BIBLIOGRAFIE

- Affiches «Belle Epoque»*, Museum Vleeshuis, Stad Antwerpen, 1979.
 M.L. BERNARD, R. FLORIZOONE, *Affiches van de Belgische Kust, 1890-1950*, Uitgeverij Van de Wiele, Brugge, 1992.
 D. L'ANNOY, *Het Knokke van Toen*, Uitgeverij Van de Wiele, Brugge, 1985.
 M. KADLECÍKOVÁ, Mucha, BB/art, Praha, 1994.
 K. SCHEERLINCK, *Alfred Ost, 1884-1945*, Uitgeverij Pandora, Snoeck-Ducaju & Zn, 1997.
 J.R. DELAHAUT, *Gustave Flasschoen*, Brussel, 1936.