

## Reizen en trafiek in de romantiek

De tentoonstelling die het Liberaal Archief vandaag openstelt, focust op een materie die ook vandaag in ons land, en in deze stad, tot veel problemen leidt, namelijk "Reizen en trafiek van goederen", en de afbeelding ervan op porseleinkaarten, van ca. 1840 tot 1890. Het tijdperk ervan valt grosso modo samen met de romantiek en de post-romantiek. Voor deze late einddatum verwijzen wij naar de inventaris *leper op porseleinkaart 1840-1890*.

Toen Luc Pareyn, directeur van het Liberaal Archief, voor de dag kwam met het voorstel voor een tentoonstelling rond porseleinkaarten, waarvan een grote schenking aan het Liberaal Archief lopende is, hebben wij hierop sceptisch gereageerd. Immers, met reclamekaarten op porseleinkarton, die ook voor gelegenheidsgrafiek werden gebruikt, zijn reeds diverse tentoonstellingen ingericht zoals in Gent, Brugge, Ieper. Talrijke publicaties in dagbladen en tijdschriften, alsook thesissen aan de Gentse universiteit, handelen over deze drukwerken. Sommige steendrukkers werden eveneens uitvoerig bestudeerd zoals Daveluy in Brugge en de Vande Steene in Gent. Deze publicaties zijn hier ook op de tentoonstelling aanwezig.

Om aan de wens van Luc Pareyn gehoor te geven, hebben wij uit het rijke aanbod van porseleinkaarten het thema "reizen en trafiek van goederen" gefilterd, een thema dat in "zijn geheel" nog niet werd behandeld.

Wegens de ultrasnelle doorbraak van de industriële revolutie in ons land, nam de in- en uitvoer van koopwaren en de verplaatsingen van de personen die erbij betrokken waren evenredig toe. Ook het hotelwezen zat in de lift.

Op de porseleinkaarten zijn allerlei constructies van door paarden getrokken voertuigen te zien. Hiertussen circuleren kruiwagens, stootkarren, dragers van allerlei koopwaren voor de markt, paardrijders. Wij bemerken echter nergens sleden, noch hondenkarren, die reeds lang in gebruik waren. Auto's en fietsen ontbreken ook, omdat zij nog niet echt als vervoermiddel aangewend konden worden. Op een paar kaarten hangt een vage ballon in de lucht.

De hotels beschikten meestal over koetshuizen voor reizigers die met de eigen koets aankwamen. Huurrijtuigen stonden klaar om de reis na de nachtrust voort te zetten of voor een toeristische rit waarbij stadsgezichten bewonderd konden worden. Er is reclame voor de hotels, de rijtuigmaker en de rijtuigschilder, de handelaars in reiskoffers, valiezen, hoedendozen, ... en de uitrusting voor koetsiers.

Voor het paard is er de hoefsmid, de veearts, de zadelmaker, enz. De kasseilegger is hier eveneens aan het werk. Het transport voor goederen en reizigers op de binnenwateren en langs de zee, waar allerlei tussenpersonen zoals "Agents de Change", "Commissionnaires", "Shipbrokers" bij betrokken zijn, biedt allerlei mogelijkheden en diensten. Voor de schepen zijn zeilmakers en een bakker van zeebeschuit voorhanden.

Toen in 1835 de eerste stoomtrein van Brussel naar Mechelen raasde, ontstond een ware revolutie in de transportmogelijkheden. Het landschap onderging een ingrijpende metamorfose, onteigeningen isoleerden landbouwers van hun velden.

Er werden stations gebouwd waarrond zich hotels, restaurants, cafés en huizen met allerlei ontspanningsmogelijkheden kwamen vestigen. Was de "IJzeren weg" enerzijds een concurrent, anderzijds ontstond zeer snel een samenwerking tussen het treinverkeer en het verkeer te land en te water. De hotels fungeerden hier vaak als verbindingsknoop.

Zoals elke medaille heeft ook elke uitvinding haar duistere achterkant. Helaas wordt dit door de uitvinder en de profiteurs ervan, die slechts op korte termijn rekenen, nooit voorzien. Kunstenaars die veel gevoeliger zijn voor de wereld waarin zij leven, verwijzen wel naar deze wijzigingen.

De dichter Guido Gezelle schreef over het "stoomgevaarte" een lang gedicht. De aanhef ervan vertolkt treffend de emoties van de landman die 's morgens rustig aan het werk is op zijn veld. Zodra de aarde onder zijn voeten begint te daveren en te kreunen en "zijn bevende herte ontstelt", staart hij in de richting vanwaar hij "t'ijselijkst serpenthooft, het rammelende metaalgerol" ziet naderen. De Engelse landschapschilder William Turner ziet onder het roet en de rook die uit de schoorsteen van de stoomtrein neervalt, het groene landschap verdwijnen en begraven worden.

In de romantische periode draagt de wandelaar en reiziger een hoge hoed en wandelstok. Paardrijders, mannen als Amazones, hebben speciale laarzen nodig.

Dames hebben, zodra de zon tevoorschijn komt, altijd hun parasol bij de hand - een lijkleke doorschijnende huidskleur oefende een grote aantrekkingskracht uit op hun minnaars, althans in de romantische literatuur.

Om zich al deze accessoires te kunnen aanschaffen, ontstonden grote winkels als "Magasin de Modes", "Nouveautés", "Prix Fixe". Na het ineensinken van het rigide stelsel van ambachten en neringen ontstond een markt waarbij de meest heterocliete producten door dezelfde fabrikant of verkoper aan de man werden gebracht.

De steendrukker P. Barella uit Leuven is tezelfdertijd fabrikant en hersteller van paraplu's, parasols, barometers enz. Op 19 april 1844 verstuurt hij een rondschrift waarin hij aankondigt dat hij een nieuw assortiment parasols uit Parijs ter beschikking heeft: "Anglaises, Brésiliennes en Douairières" (een douairière is een weduwe van adel).

Het toerisme en het verblijf in kuuroorden voor de aristocratie en een nieuwe, rijk wordende bourgeoisie nam ook toe. Bootreizen op de Maas en de romantische Rijn vanuit een pittoresk gelegen hotel werden een must.

De rijke stadsbewoners ontvluchtten de steden die zij zelf met hun milieuvervuilende fabrieken en onhygiënische cités hebben verpest. Van de talrijke arbeiders, vaak ontheemden van het platteland gedoemd tot bedelarij wordt op de hier tentoongestelde kaarten weinig of niets getoond. Ze komen evenwel soms onrechtstreeks voor op maatschappijkaarten en overlijdensberichten, onder de vorm van liefdadigheidsconcerten, loterijen, broodkaarten.

Naast de ontspannings- en handelsreizen en de verplaatsingen naar en van het werk, is elk mens ook gedoemd om een individuele levensreis af te leggen. De cruciale momenten ervan zijn ook op porseleinkarton vereeuwigd.

Geboorten werden in deze periode slechts zelden aangekondigd. Voor de huwelijksaankondiging werden meestal 2 kaarten gebruikt en er bestaan ook kaarten voor huwelijksjubilea.

Kaarten betreffende priesterwijdingen en eremissen komen ook aan bod. Een aparte categorie vormen de overlijdensberichten en nagedachtenissen, dikwijls op groot formaat.

Met de dood is echter nog geen einde aan de levensreis gekomen, want er moet naar een andere wereld, meestal per boot overgevaren worden.

B. Haesen-Boone, horlogemaker in Brugge, maakt reclame met een waarschuwend schoorsteenpronkstuk waarop de Tijd het uur des doods aangeeft en de overgang naar een andere wereld naast het uurwerk is uitgebeeld.

"La Société Orphée" uit Geraardsbergen leidt ons op een uitnodigingskaart voor een bal in 1845 de onderwereld binnen waar Orpheus zijn geliefde afhaalt.

Naast dit reeds uitgebreide thema willen wij nog de aandacht vestigen op enkele opmerkelijke zaken. Het betreft vooreerst de plant *Acanthus*. Vertrekend van een mythe werd het acanthusblad op Korinthische kapitelen aangebracht en is sindsdien niet meer weg geweest uit de kunstwereld. Naast laurier, palm en eikenloof als symbolen van overwinning en succes, en allerlei exotische bomen en planten die refereren naar overzeese connecties, is het de acanthus die overal en in alle vormen vertegenwoordigd is. In 1843 verscheen in Londen de *Guide for drawing the acanthus* door I. Page. Deze gids moet ook door onze graveerders en

lithografen bekend zijn geweest, want wij vinden er veel versieringen in terug die op de porseleinkarten voorkomen.

Daarnaast is er nog die mysterieuze, romantische, reizende kunstenaar die ook zijn sporen op de porseleinkart heeft nagelaten. Het gaat om Jean Midolle die in 1836-37 in Genève werkte. Hij was ook aan de slag in Straatsburg. In Gent verbleef hij tussen 1840-50 waar hij logeerde in het Hôtel de l'Etoile. Zijn biografie vertoont veel hiaten zodat hij mogelijk behoorde tot het type van de "Armerer Wandergesell". Midolle was in ieder geval zeer veelzijdig begaafd: "*miniaturiste, calligraphe, historien, paléographe, componiste...*" In Gent werkte hij voor Gustave Jacquain voor wie hij een historisch alfabet graveerde, dat ook hier op de tentoonstelling te bewonderen is. Het werd in 1846 uitgegeven en telde de toen gebruikelijke 24 letters. Dit schitterend kunstwerk, dat op historisch vlak weinig te bieden heeft, zal vooral als voorbeeld hebben gediend voor tekenaars en lithografen. Op porseleinkarten van G. Jacquain en anderen is zijn invloed en kleurengebruik duidelijk merkbaar.

De reclame op de porseleinkarten was uitsluitend gericht tot volwassenen. Producten en diensten werden rechtstreeks aangeprezen en dit met de grootste zorg en aan de geringste prijs. De kaarten zelf werden door volwassenen in hiervoor speciaal vervaardigde albums gekleefd.

Volgens diverse auteurs is de porseleinkart ca. 1865 verboden en verdwenen wegens het toxische loodwit dat zij bevatte. Dit is niet helemaal juist want zowel de stad Leper als wijzelf hebben kaarten van veel latere datum. In een uitgave van dr. E. Van Hoonacker, *Kortrijk op Porseleinkarten*, staat op blz. 12 dat in België een eerste wetsvoorstel op het verbod van loodwit in de Kamer werd besproken op 29 november 1903.

Wat er ook van zij, in het laatste kwart van de 19e eeuw deed zich een zekere monetaire stabiliteit voor. Er kwamen meer producten in de handel. De reclame ontdekte een nieuwe weg, mede door de voortschrijdende evolutie in de drukprocedures. Er werden nu series prentjes gedrukt met verhaaltjes, zoekplaatjes enz. voor het KIND en het product zelf werd vervangen door het MERK. Liebig - Knorr - Huntig Biscuits - zijn hiervan voorbeelden. De prent had niets meer te maken met het product, de fabrikant of zijn bedrijf. Tezelfdertijd werd de arbeider overdonderd met de mogelijkheid van allerlei aankopen op krediet. Progressieve liberalen zijn hiertegen in opstand gekomen, echter tevergeefs.

Uitgezonderd gedurende de twee wereldoorlogen, is deze reclamevorm via het kind, heden gedegradeerd tot 'kid', progressief en onder alle vormen blijven toenemen, evenals de kredietmogelijkheden. In grootwarenhuizen worden nog altijd series prentjes voor kinderen als promotiemiddel gebruikt.

"Wij reizen om te leren" is wellicht nog bij velen een bekend lied. Wij hopen dat de bezoeker bij een reis door de tentoonstelling een voorouder mag ontmoeten, hetzij als hoteleigenaar, koetsier, scheepsmakelaar of kasseilegger en dat de glanzende porseleinkart wat licht en reflectie moge brengen in deze donkere tijden. Wie in de porseleinkart meer ziet dan een mooi verzamelobject, kan nog veel ontdekkingen doen over het reilen en zeilen van onze voorouders in een tijd waar twee tegengestelde stromingen hand in hand evolueerden. Onze negentiende-eeuwse voorgangers hebben hun levensreis afgelegd in een tijdperk waarin zowel de romantiek, met een nostalgische drang naar de middeleeuwen en de oudheid - waarvan de omlijsting en versiering van de reclame doordrongen is - als de industriële revolutie, gericht op een nieuwe wereld, naast elkaar evolueerden. Deze twee stromingen zijn trouwens duidelijk op de porseleinkart aanwezig net zoals in onze huidige wereld.

Rosa De Vriendt-Mores