

9^e Kleurhistorisch Platform 14-2-2008: Geschilderde muurreclames

1. Peter Nijhof – opkomst, ondergang en revival van geschilderde muurreclames

De eerste spreker van deze middag is Peter Nijhof, specialist Industrieel Erfgoed van RACM en voorzitter van de Stichting Tekens aan de wand. In het eerste deel van de lezing behandelt Nijhof in vogelvlucht de geschiedenis van de gevelreclame en demonstreert aan de hand van afbeeldingen van gevelstenen, uithangborden, geschilderde muurreclames, emaille-reclameborden, affiches, bill-boards, neon-reclames en lichtbakken de voortdurende ontwikkeling in reclame uitingen.

In het tweede deel van de lezing wordt het thema in een cultuurhistorische context geplaatst door antwoord te krijgen op vragen als welke typologieën kennen we binnen de geschilderde muurreclames? Voor welke doeleinden en door wie werden en worden geschilderde muurreclames aangebracht? Wie maakten er gebruik van? Waar bevond en bevindt zich de historische biotoop van de geschilderde muurreclame? Welke ondergrond is geschikt om een muurreclame aan te brengen?

Het derde en laatste deel van de lezing is gewijd aan de revival van de geschilderde muurreclame. Waar en in welke staat bevinden zich de bewaard gebleven muurreclames? Peter Nijhof gaat in op waardestellingen van geschilderde muurreclames en de betekenis er van. De lezing eindigt met de wens om in de toekomst in toenemende mate te gaan documenteren en richtlijnen te ontwikkelen voor onderhoud, restauratie, conservering of reconstructie.

2. Koos Havelaar – Muurvlakte te huur

Koos Havelaar, voorzitter van de Stichting Haags Industrieel Erfgoed, bespreekt het nieuwste project "Muurvlakte te huur". Den Haag heeft een rijke muurreclame geschiedenis met vooral tot aan de tweede wereldoorlog tientallen of misschien wel honderdtallen geschilderde muurreclames die het straatbeeld opluisterden. Sommige muurschilderingen zijn onderhouden, anderen zijn verwijderd. Havelaar geeft aan dat vooral het draagvlak bepalend is voor de levensduur van de geschilderde muurreclame, hoe krijg je de eigenaar over de streep?

In Den Haag is het behoud van zoveel mogelijk materiaal het uitgangspunt. Voor het project, dat de restauratie van tien muurreclames omvat, worden verschillende partijen en financiers aangetrokken. Afhankelijk van de soort restauratie wordt voorafgaand onderzoek gedaan naar het bedrijf en de bijbehorende reclame-uiting, de ondergrond waarop de muurschildering is aangebracht en de oorzaak van eventuele schade. Een illustratief voorbeeld voor de complexe materie is een pand dat onderdeel uitmaakt van het project aan de F. Ruyschstraat en de Valkenboskade waar vier verschillende schilderingen in goede en minder goede staat zich over elkaar bevinden. De Stichting Haags Industrieel Erfgoed beoogt om over een aantal jaar een representatief overzicht te geven van het aantal muurschilderingen in Den Haag.

3. Wendy Schoenaker – Ervaringen uit de landelijke restauratiepraktijk

Dat verschillende factoren de restauratie van een geschilderde muurreclame kunnen bemoeilijken, toont de uit 's-Hertogenbosch afkomstige restauratie- en decoratieschilder Wendy Schoenaker aan in het eerste deel van haar verhaal. Steigerwerk, groenopstand, vergunningen, voeg- en straalwerk, herstelwerk ondergrond kunnen het proces tamelijk beïnvloeden. Schoenaker is zich altijd bewust van de omgeving. Zij

plaatst een project daarom bij voorkeur in een omgevingscontext omdat rekening gehouden moet worden met omgeving, eigenaar, financier, toerisme, historie, bedrijf, omwonenden, onderhoud gevel, overheid, media. Het verhaal achter de reclame is belangrijk, maar ook de signalering, de totale inventarisatie en de verantwoording van alle keuzes is van belang. Na het opstarten en initiëren van het project wordt kleur- en archiefonderzoek uitgevoerd teneinde tot besluitvorming te kunnen komen. De cyclus wordt afgesloten met respectievelijk de uitvoering en oplevering.

Schoenaker gaat uitgebreid in op verschillende onderdelen uit de uitvoeringsfase zoals het reinigen, conserveren en retoucheren en toont aan dat in sommige gevallen in het verleden, ondanks de goede bedoelingen, minder goede keuzes zijn gemaakt bij restauraties. Media speelt volgens Schoenaker een belangrijke rol tijdens de werkzaamheden en de oplevering. Schoenaker besluit haar lezing door er bij het publiek op aan te dringen vooral goed te blijven communiceren en aansluitend de website van de Stichting Tekens aan de Wand te lanceren.

4. Bart Oost en Jo Berthelet- Restauratie van de grootste muurreclame van Nederland aan de Lindestraat in Valkenburg

De laatste lezing wordt verzorgd door Bart Oost (grafisch vormgever en restaurator muurreclames te kampen) en Jo Berthelet (Secretaris Stichting Teekens aan de wand te Valkenburg). Centraal in de lezing staat een gevelwand in Valkenburg waarop zich meer dan dertig elkaar overlappende muurreclames bevinden. Ook in deze lezing blijkt dat de restauratie van muurreclames complex is. Beide sprekers hebben duidelijk een andere restauratievisie voor wat betreft de schildering in de top van de gevel. Waarom zou je de schildering in de top als enige restaureren / reconstrueren, terwijl de overige schilderingen alleen worden geconserveerd?

De overige schilderingen op de gevel worden alleen geconserveerd, maar zullen elders weer in het straatbeeld van Valkenburg verschijnen. De reconstructie, waar een stadswandeling aan is gewijd, is alleen mogelijk geworden doordat verschillende fabrikanten, financiers en andere sponsors bijdragen in de kosten.

Bart Oost heeft twaalf tot zestien overlappende schilderingen in beeld gebracht door hen op melinex over te nemen. Door vanaf het plastic de schildering op calqueer papier over te brengen worden alle verschillende fasen duidelijk zichtbaar. Vervolgens brengen huisschilders, decoratieschilders of grafisch ontwerpers de schilderingen opnieuw aan, weliswaar niet op historisch juiste locaties. Interessant detail: binnenkort krijgen alle gevels verlichting en zullen de muurreclames dag en nacht goed te zien zijn.

Discussie: Na afloop vindt er een centrale discussie plaats waarvoor alle sprekers van de middag worden uitgenodigd. Het publiek is vooral geïnteresseerd in gebruikte verftypen en verfsystemen en de mate van dampdoorlatendheid van de gebruikte verftypen. Ook de voor- en nadelen van het aanbrengen van een anti-graffiti laag wordt besproken.