

DE BELGISCHE AFFICHEKUNST EN ONZE KUST

Foto Danny de Kievith

De opmerkelijke tentoonstelling 'TE KUST EN TE KUUR' die de voorbije zomer te Oostende plaatsgreep, vestigde nog maar eens onze aandacht op de vele prachtige affiches die ooit voor onze diverse badplaatsen werden ontworpen. Het zijn er vast zeer veel die over en voor onze kust gemaakt werden. Het is ons niet bekend of er een inventarisatie bestaat van de kustaffiche maar het zou zeer zeker het onderwerp kunnen uitmaken van een boeiende studie. Ook een tentoonstelling gewijd aan de toeristische kustaffiches ware uitermate interessant.

De oude toeristische affiches hadden niet alleen een publicitaire betekenis, het was ook en niet in het minst een kunstvorm. De invloed van die affiches op het toerisme, op het kustgebeuren was onmiskenbaar zeer groot.

Neem bijvoorbeeld de affiche van Hendrik Cassiers over het badplaatsje De Haan. Deze affiche dateert van voor de eerste wereldoorlog. Uit de affiche blijkt duidelijk dat de rust van het (toen nog) vissersdorpje wordt verstoord door een groep elegante vakantiegangers. De vissers kijken ietwat geringschattend en geamuseerd toe, de vissersvrouwen drukken hun verbazing uit, maar de pientere knapen die de golfstokken mogen dragen en van wie er een reeds een gekregen sigaar in de mond heeft, zien het blijkbaar al anders. Voor hen is het de verandering... de nieuwe toekomst. Die nakende verandering wordt nog gesymboliseerd door het hotelcomplex in de verte. Deze heel bekende affiche is een prachtvoorbeeld van de toeristische affiche. Was de toeristische affiche aanvankelijk afgestemd op het elitair toerisme, later zou ze ook haar rol gaan spelen in het aantrekken van het massatoerisme.

Het toerisme was uiteraard maar een deelonderwerp van de affiches. Onze Belgische affichekunstenaars hebben zich sinds de Belle Epoque, toen de litografische realisaties een hoogtepunt kenden in de Westerse landen, op een indrukwekkende manier laten gelden. Denken we maar aan namen als Duyck en Crespin, Privat Livemont, Gisbert Combaz, Cassiers enz... In de periode tussen de twee wereldoorlogen hielden Leo Marfurt, Auguste Mambour, Armand Massonet, Lucien De Roeck en nog vele anderen onze nationale reputatie ter zake hoog.



Toerisme, tragiek, liefdadigheid... deze affiches vertelden een heel verhaal. Deze affiche is te bezichtigen in Top 34 (terug open vanaf Pasen).

Een echte kunstvorm

Over de geschiedenis van de affiche is niet zo heel veel geweten. Meestal wordt er nauwelijks verdergegaan dan tot 1900, de volle hoogbloei van 'la belle époque' toen naar het woord van Rodin, woord en beeld, 'font rentrer l'art dans la rue' en volgens Zola, 'le charme et la gaité de la rue' uitmaakten. Het heeft er immers alle schijn van dat op dat ogenblik het woord en het beeld elkaar hadden gevonden op de muren van oude en moderne steden. Deze benaderingswijze is gerechtvaardigd wanneer men de affiche beperkt tot haar hedendaagse gestalte, uitgevoerd in kleurenlitografie en gedrukt in oplagen van soms vele honderden of zelfs duizenden exemplaren. De oorsprong van de affiche als dusdanig gaat echter veel verder in de tijd. De ontstaansgeschiedenis van de gedrukte affiche situeert zich immers al in de 15de eeuw. Een

primitieve vorm van affichering was overigens reeds bekend bij de Egyptenaren, Grieken en Romeinen. Maar nu terug naar de moderne affiche.

Omstreeks de jaren '90 van vorige eeuw trad het fenomeen affiche in landen als Frankrijk, Engeland, Nederland, Duitsland en België op een stormachtige wijze op de voorgrond. Het plotse karakter van deze ontwikkeling verdient beklemtoond te worden omdat daardoor een heel aantal kunstenaars en niet de geringsten, door de affiche en de grafische creatie werden aangetrokken.

Van 1884 af ontmoeten kunstenaars als Vogels, Ensor, Khnopff, Van Rijsselberge, Rops, Meunier, Whistler, Monet, Toorop, Rodin, Signac en Henri Vandervelde elkaar in de kunstgroep XX. Op hun beurt brachten zij gasten mee als Degas, Renoir, Seurat, Pissaro, Toulouse Lautrec, Gauguin, Cézanne en Van Gogh. De meest moderne kunststromin-

gen waren er vertegenwoordigd: impressionisme, pointillisme, symbolisme, Art Nouveau enz...

Het gunstige klimaat op het einde van de 19de eeuw maakten België zelfs tot het uitverkoren verblijfsoord van tal van affichekunstenaars. Het was tegelijk ook de tijd van het bloeiende 'belle époque-toerisme' in onze badplaatsen en dan vooral in Oostende. Vandaar ook de vele zeer mooie toeristische affiches over Oostende en onze kust. Ook aan het kursaal (kurhaus) van Oostende werden zeer veel affiches gewijd. Authentieke exemplaren uit die tijd zijn tegenwoordig een bom geld waard. Die affiches over het kursaal van Oostende bewezen ook die unieke waarde die het casino toen had in de Koningin der Badplaatsen. Het was de ontmoetingsplaats van de rijken, de mondainen, de aristokraten. Zij zochten luxueus vertier in luxueus gezelschap. De tijden van een kursaal op dat niveau zijn reeds lang voorbij.

Van Leopold II affiches tot Coca Cola

Met de aanvang van de twintigste eeuw doen ook het fait divers, de momentopname en het alledaagse hun intrede in de wereld van de affiche. Zo voert Gustave Flasschoen, Leopold II ten tonele als lezer van 'La Dernière Heure' en stelt Antoine Springael de lezers van Le Petit Bleu voor in hun lektuur van het meest recente artikel over Congo (kolonialisme). Eenzelfde fotografische beeldopbouw vindt men ook bij Gustave Max Stevens die twee kleine meisjes in een momentopname 'betrappt' terwijl ze zich omdraaien voor een familiekiekje op het strand.

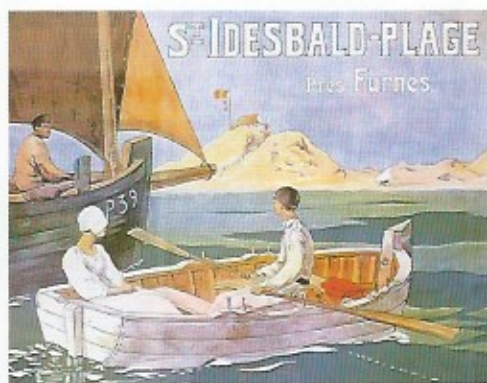
Ter gelegenheid van de wereldtentoonstelling van 1910 overschouwt Hendrik Cassiers de Grote Markt te Brussel. In een andere affiche neemt hij ons mee naar de afvaart van de schepen van de Red Star Line. Ook confronteert hij ons zoals eerder al geciteerd met een kleine studie van het vakantieoord De Haan. Zonder evenwel een keuze op te dringen beeldt hij een oppositie uit tussen enerzijds de lokale bewoners (vissers) en hun kinderen en anderzijds de bevoorrechte vakantiegangers van toen. Het is de periode waarin talloze prachtige affiches van, voor en over onze kust ontworpen werden.

Na de oorlog blijkt de affiche ingrijpende veranderingen te hebben ondergaan, geen spoor meer te bekennen dus van de Belle Epoque, Art Nouveau of het Symbolisme.

De afbeeldingen worden minder verhalend maar direkter, doelgerichter. In 1921 valt de aankomst in België te noteren van een man die in de komende twintig jaar de publiciteit zal domineren: Leo Manfurt. Zwitser van geboorte, heeft hij daar aan de beste instituten van het land school gelopen vooraleer hij opgeleid werd door een Belgisch kunstenaar van eerste orde Jules de Praetere. Op zijn reizen doorheen Europa is Marfurt in aanraking gekomen met de meest moderne kunststromingen die zich op dat ogenblik gelijktijdig ontwikkelden. Vanaf 1922 vestigt hij zich in Antwerpen waar hij in contact komt met één van de meest getrouwe opdrachtgevers, namelijk de firma Vander Elst. Voor deze firma realiseert hij in 1925 een eerste affiche met volvlakken in onvermengde kleuren, zo karakteristiek voor zijn stijl. Van onder haar breederande rode hoed met gele pluimen kijkt zijn Miss Belga ons uitdagend en tegelijk zo overtuigend aan dat het moeilijk wordt om de sigaret te weigeren die tekst en beeld te gelijk scheidt en samenbrengt.

Echt specifiek toeristische affiches worden vanaf deze periode eigenlijk nog maar sporadisch gemaakt. Waarom maakt de toeristische industrie aan onze

Foto's Danny de Kievith.



De laatste kustaffiches met toeristische inslag en op groot formaat zijn deze uitgegeven door het Melipark te Adinkerke.



VROEGER HAD IEDERE BADPLAATS ZIJN EIGEN TYPISCHE AFFICHES.



kust geen gebruik meer van de mogelijkheid van toeristische affiches?

Eigenlijk is er ons thans nog slechts één toeristische kustaffiche bekend, het is deze voor het MELI PARK te Adinkerke.

Dankzij de Meli en haar alerte public relationdienst wordt hier een unieke vorm van kustpromotie in stand gehouden.

En zo evolueerde de affiche marktgericht, agressiever of juist charmerend, ver-

nieuwend of heel origineel. De concurrentie met de andere media (televisie, tijdschriften, dagbladen, video) speelt daar heden ten dage een niet geringe rol in.

Inmiddels blijven wij hopen dat er ooit eens een degelijke tentoonstelling omtrent de toeristische kustaffiche op touw zal worden gezet.

cw.