

Commercieel briefpapier

door Joke Bongaarts

1 Inleiding

Het Gemeentearchief Weert bewaart in de archieven briefwisselingen tussen de gemeente Weert en bedrijven en tussen bedrijven onderling. Bij deze brieven zitten soms exemplaren met gedrukte briefhoofden. Zo'n brief heeft bovenaan een getekende afbeelding van de gebouwen van een bedrijf met een vermelding van de naam van de firma. Deze afbeeldingen zijn waardevol omdat de meeste fabrieken verdwenen zijn zonder enig spoor na te laten.

In de jaren tachtig werden in de archieven voor het eerst briefhoofden als bijzondere collectie verzameld. De reden hiervan is dat een briefhoofd historische informatie geeft over een bedrijf. Het is merkbaar dat de bezoekers van de archieven steeds meer behoefte hebben aan visuele bronnen als illustratie bij teksten of voor de historische context voor hun bronnenonderzoek. Ook de onderzoekers naar de industriële archeologie maken gebruik van briefhoofden.

De collectie van het gemeentearchief bestrijkt de periode van circa 1900 tot heden. Naast de collectie vindt de onderzoeker ook afbeeldingen van Weeter industrieën in de archiefbescheiden, in de weekbladen "Het Kanton Weert", "Land van Weert" en in andere periodieken.

2 De betekenis van het commercieel briefpapier

Het plaatsen van een afbeelding van het bedrijf op het briefpapier is circa 1850 uit het buitenland geïntroduceerd. Voor die tijd werden de brieven met de hand geschreven en eventueel van een monogram of initialen van het bedrijf voorzien. Het toenemende gebruik van het voorbedrukt briefpapier had twee oorzaken. De leesvaardigheid van het publiek nam toe en de ontwikkeling van de lithografie speelde een rol.

In 1796 werd de lithografie uitgevonden door Aloys Senefelder. Hierbij wordt op de gladgeslepen plaat kalksteen een tekening met vetkrijt of vette inkt gezet. De vette delen nemen de indruk over en worden vervolgens bij het afdrukken van de steen op het papier geproduceerd. De steen levert een onbeperkt aantal drukken. De steengravure bood de drukker ideale mogelijkheden om scherpe afbeeldingen van fabrieksgebouwen te reproduceren. Bedrijven zagen al snel de mogelijkheden hiervan voor reclamedoeleinden. De uitvoering van het briefhoofd geschiedde door lithografische firma's zoals N.V. Emmanuel Smeets Weert.

Elke firma voert een briefwisseling met de klant. Prijsaanvragen voor allerlei producten en diensten moeten worden beantwoord. Het imago dat de fabrikant, met name op de offerte, bij de consument wil opwekken, is voor hem belangrijk. Hij gebruikt hiervoor suggestieve beelden die de klant moeten beïnvloeden. Voor de historicus is het moeilijk om het beeld te corrigeren waarvan wij weten dat het in essentie beantwoordt aan de opvatting van de verkoper en niet de historische werkelijkheid weergeeft. De vraag is in welke mate het beeld is vertekend.

3 De wijze van afbeelden en de betrouwbaarheid daarvan

3.1 De beelden van de grootte van het bedrijf

In de 19de eeuw maakt men voor een tekening van een bedrijf gebruik van het kikvorsperspectief. Een gebouw wordt getekend van de grond af naar boven. Zie briefhoofd 11. Wanneer het aantal gebouwen van een bedrijf toeneemt, worden de fabrieksgebouwen in vogelvluchtperspectief getekend. Dit is een perspectief waarbij het oogpunt zich hoog boven de gebouwen bevindt, waar de maker zich nooit bevonden kan hebben. Bij



Foto 1: N.V. Meelfabriek Weert voorheen Gebroeders van de Venne aan de Industriekade, (1920). Gemeentearchief Weert, Fotocollectie 4568.



Briefhoofd 1: N.V. Meelfabriek Weert voorheen Gebroeders van de Venne aan de Industriekade, 1931. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-224.

een tekening in vogelvlucht treedt een vertekening van de diepte op. De achterliggende gebouwen zijn in hun geheel weergegeven, terwijl bij een consequent doorgevoerd perspectief slechts de daken te zien zouden zijn geweest. De tekenaar kon tijdens het tekenen deze gebouwen niet zien. De bedrijfspanden worden later aan de tekening toegevoegd. Het gevolg is een vertekening van de werkelijke situatie. Hierdoor zag de fabriek er imponanter uit dan zij in werkelijkheid was. Zie de briefhoofden van de bedrijven van Smeets en de Bera, 5 tot en met 8.

Het vogelvluchtperspectief wordt weergegeven door middel van schuine lijnen die van links naar rechts schuin omhoog lopen. De klant krijgt gemakkelijk toegang tot de afbeelding omdat we door deze lijnen met onze ogen naar het midden van het beeld worden getrokken. We worden genoodzaakt notie te nemen van het bedrijf. Dit in tegenstelling met het handelspapier van Meewis Fabrieken Weert. De lijnen in het kikkorsperspectief lopen hier van rechts naar links. Zie briefpapier 11.

Perspectivische overdrijvingen komen vaker voor. Zo zien we afbeeldingen van mensen en vervoermiddelen niet in de juiste verhouding tot de fabriek. Zij worden kleiner dan de werkelijkheid afgebeeld. Het blijkt dat deze menselijke figuren en vervoermid-

delen niet alleen dienen als illustratie van de nijvere bedrijvigheid rondom het gebouw maar ook om de grootte van het gebouw beter uit te laten komen. We zien deze methode in alle voorbeelden.

Het kritische oog van de onderzoeker moet het meest op zijn hoede zijn wanneer het de grootte van de gebouwen nagaat, in het bijzonder van de werkplaatsen en magazijnen. We zien vaak werkplaatsen met zoveel mogelijk zaagdaken om de indruk te wekken van een ruim gebouw. We kunnen als het ware naar binnen kijken en zien ontelbare werknemers zitten. Zie de voorbeelden van het briefpapier van Smeets en Bera 5 tot en met 8.

Ook het aantal ramen in het gebouw komt niet altijd overeen met de werkelijkheid. Als we de twee voorbeelden van het postpapier van de Tricotage Fabriek(en) van Frans Beeren & Zonen vergelijken met de foto van het bedrijf dan zien we dat het aantal ramen, met name van het hoofdgebouw, niet met elkaar overeenkomt. Zie foto 4 en briefpapier 7 en 8. Een ander voorbeeld zien we op het briefpapier van de N.V. Meelfabriek Weert van de gebroeders Van de Venne. Op de foto zien we dat het hoofdgebouw een horizontale lijn heeft van acht ramen en een verticale van vijf ramen. Het



Foto 2: Meewis Fabrieken Weert aan de Parallelweg, (1935). Gemeentearchief Weert, Fotocollectie A-1353.



Briefhoofd 11: Bacon Factory, Exportslachterij, Vleeschwarenfabriek Meewis Fabrieken aan de Parallelweg, 1935. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-275.



Foto 3: N.V. Wertha Brouwerij aan de Industriekade, 1924. Gemeentearchief Weert, Fotocollectie 4616.



Briefhoofd 9: N.V. Wertha Brouwerij aan de Industriekade, 1934. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-128.



Briefhoofd 3: N.V. Meelfabriek Weert voorheen Gebroeders van de Venne aan de Industriekade, Gemeentearchief Weert, 1963. GAW 1920-1969, inventarisnummer 2146.

aantal ramen op het briefpapier verschilt met het aantal op de foto. Zie briefpapier 1 tot en met 4 en foto 1.

3.2 Beelden die het vertrouwen wekken

Toekomstige kopers moeten een geruststellend beeld hebben van het bedrijf. Hij of zij moet ervan overtuigd zijn dat er een goed product wordt gekocht van een serieus bedrijf dat betrouwbaarheid en continuïteit biedt.

De betrouwbaarheid wordt weergegeven door zware rookpluimen uit de (te) hoge schoorstenen. Het gebouw wordt nog imposanter. Daarmee wordt weergegeven dat de fabriek op volle toeren draait: geen stakingen of een recessie in het verschiet. Zie briefhoofden van Smeets, Meelfabriek en de Bera 1 tot en met 8.

Een ander beeld is de suggestie van ontwikkeling en dynamisme door de aanwezigheid van vervoermiddelen zoals trein, tram en schip. Het water, trambaan en spoorweg als weg naar de moderne tijd. We zien op de voorbeelden van briefpapier dat het betreffende bedrijf en Weert door een veelzijdige infrastructuur goed ontsloten zijn.



Foto 4: Tricotage Fabrieken Frans Beeren en Zonen N.V. aan de Louis Regoutstraat, 1957. Gemeentearchief Weert, Fotocollectie 2850.



Briefhoofd 7: Tricotage Fabrieken Frans Beeren en Zonen N.V. aan de Louis Regoutstraat, 1957. Gemeentearchief Weert, NAW 1920-1969, inventarisnummer 1446.



Briefhoofd 2: N.V. Meelfabriek Weert voorheen Gebroeders van de Venne aan de Industriekade, 1922. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-124.

Een ander teken van dynamisme wordt weergegeven door middel van de vervoermiddelen die af en aan rijden om de producten te verspreiden. Hierdoor krijgt de klant vertrouwen in het product: ook anderen kopen het product dus moet het goed zijn. We zien op de voorbeelden koetsen, paard en wagen en auto's vol geladen met het product wegrijden. Het span paarden met kar die uit de opslagplaats van de N.V. IJzergieterij Weert rijdt, is volgepakt met het product. Zie briefpapier 10. Ook de schepen die voor de meel-



Briefhoofd 4: N.V. Meelfabriek Weert voorheen Gebroeders van de Venne aan de Industriekade, 1938. Gemeentearchief Weert, inventarisnummer 2104.



Briefhoofd 5: Emmanuel Smeets Weert: Steendrukkerij, Boekdrukkerij en Cartonnagefabriek aan de Stationsstraat, 1929. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-301.

fabriek in de Zuid-Willemsvaart liggen, zijn zwaar beladen met zakken meel. Zie briefpapier 2 en 4.

De ondernemer wilde naast het suggereren van een dynamisch imago ook de indruk wekken dat zijn producten kwaliteit hebben. Dit bewijst hij door in het briefhoofd aan te geven dat zijn bedrijf al lang bestaat. Een fabriek die een product maakt van slechte kwaliteit, bestaat niet lang. Daarom vinden we vaak een vermelding "opgericht in ...". Zie het postpapier van Smeets 5 en 6.



Briefhoofd 6: Emmanuel Smeets Weert: Steendrukkerij, Boekdrukkerij en Cartonnagefabriek aan de Stationsstraat, 1920. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-301.



Briefhoofd 8: Tricotage Fabriek Frans Beeren en Zonen N.V. aan de Louis Regoutstraat, 1936. Gemeentearchief Weert, NAW 1920-1969, inventarisnummer 1666.

Een ander suggestief beeld is het beeld van rust en orde. De gebouwen lijken in goede staat te verkeren. De gevels zijn afgewerkt met een ritme en harmonie van lijnen en zij stralen orde en netheid uit. De omgeving, de toegangswegen en het binnenplein worden op zijn mooist voorgesteld. Wanneer er zich een activiteit afspeelt, straalt het gebouw orde en netheid uit. We zien geen wanordelijke groepen werklui en geen massa in beweging.

Een beeld waarvan de ondernemer ook gebruik maakt om vertrouwen te wekken bij de klant, is een afbeelding van een prijs of een koninklijke erkenning. Soms zien we medailles of een vermelding van het predikaat hofleverancier in het briefhoofd. Een mooi voorbeeld van deze middelen die de fabrikant tot zijn beschikking heeft om het vertrouwen bij de klant te wekken, zien we op het briefhoofd van Emmanuel Smeets. Zie briefhoofd 5.

Niet zelden doet een firma een beroep op de suggestieve kracht van een stichtelijk symbool. Dit kan een gedeponeerde handelsmerk zijn dat een monopolie suggereert. Zie briefhoofden 5, 9, 10 en 11.

3.3 Beelden van de gebouwen in hun omgeving

De bedrijfsgebouwen worden vaak tegen de achtergrond van de onmiddellijke omgeving weergegeven. Hoewel de fabrikant de neiging heeft te verfraaien of te vergroten, moet de klant in staat zijn de omgeving te herkennen wanneer hij ter plaatse komt. Vooral de voorgevel van het gebouw moet goed de werkelijkheid aangeven. Ook de topografische herkenningspunten moeten overeenkomen met de werkelijkheid. Een



Briefhoofd 10: N.V. IJzergieterij aan de Parallelweg, 1922. Gemeentearchief Weert, NGA, inventarisnummer D-301.



Briefhoofd 12: Pensionaat Sint-Louis aan de Schoolstraat, 1902. Gemeentearchief Weert, NAW 1795-1920, inventarisnummer 1720.

mooi voorbeeld hiervan is het briefpapier van Meewis Fabrieken Weert. Als betrouwbaar herkenningspunt is de afbeelding van de stad met zijn Sint-Martinustoren in het briefhoofd opgenomen. Zie briefhoofd 11. Ook de afbeelding van de N.V. Wertha Brouwerij geeft een afbeelding van de stad. Zie briefhoofd 9.

Slot

De 19de- en de 20ste-eeuwse briefhoofden met afbeeldingen van bedrijfscomplexen uit Weert vormen een belangrijke documentaire waarde voor de industriële archeologie. Vaak ontbreken andere bronnen daarover, zoals foto's, of zijn de afgebeelde gebouwen gesloopt. De dossiers van de hinderwetvergunningen bevatten meestal slechts plattegronden en geen gevelschetsen.

Ondanks de vertekeningen geven de afbeeldingen een goede voorstelling van de uiterlijke situatie van een fabriekscomplex. De tekeningen geven informatie over de ligging, uitgebreidheid, samenstelling en de architectuur van de gebouwen van de fabriek.

Zij geven informatie over eventuele vervuiling van de bodem. Waar heeft het complex gestaan dat vervuilde stoffen verwerkte en waar werden stoffen opgeslagen.

Ook de activiteiten rondom het bedrijf geven informatie over de werkomstandigheden en transportmiddelen.

Soms bevatten de voorstellingen details die op de originele situatietekeningen ontbreken. Voor wat betreft de uiterlijke vormgeving van de vroegere fabrieksgebouwen vormen de panorama's veelal een unieke bron.

We komen de suggestiviteit in de briefhoofden niet alleen in Weert tegen maar in heel

West-Europa. Niet alleen Weerter bedrijven maakten gebruik van afbeeldingen van hun bedrijf op de briefhoofden. Ook instellingen hadden hun eigen briefhoofd zoals het Pensionaat Sint-Louis. Zie briefhoofd 12.

Briefhoofden met afbeeldingen van fabrieken worden steeds zeldzamer. Dat heeft drie oorzaken. Wetenschappelijk onderzoek en praktische ervaring hebben aangetoond dat de reclame die zich schuldig maakt aan overdrijving, bij de klant weinig resultaat boekt. Een andere oorzaak is dat de briefhoofden tegenwoordig zuiver typografisch worden uitgevoerd. Dat een bedrijf nu diverse middelen heeft om de klant te bereiken zoals dagbladen, radio, televisie en affiches kan als derde oorzaak genoemd worden. Ook de fraaie briefhoofden van Weerter bedrijven zijn hierdoor nagenoeg verdwenen.

Literatuur

- Belle Van, J.L. *Commercieel briefpapier: een weinig bekende bron voor de historische topografie van de steden; een typologie*, in: Tijdschrift van het Gemeentekrediet, januari 1993, 43 - 60.
- Boogard van den, J.J.F. *Ter attentie van....: Negentiende-eeuwse briefhoofden uit de collectie van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg*, in: Regionale Geschiedenis zonder grenzen: Opstellen aangeboden aan J.C.G.M. Jansen, 1998, 173 - 196.
- Gorp van, P.J.M. en R. Peeters. *Textiel fabrieken op briefhoofden, 1866 - 1956*, 1981.
- Hooff van, G. *Helmonds Textielnijverheid in de 19de eeuw op briefhoofden: Briefhoofden van Helmondse textielbedrijven*, in: De Vlasbloem: Historisch Jaarboek voor Helmond, 1984, 134 - 143.