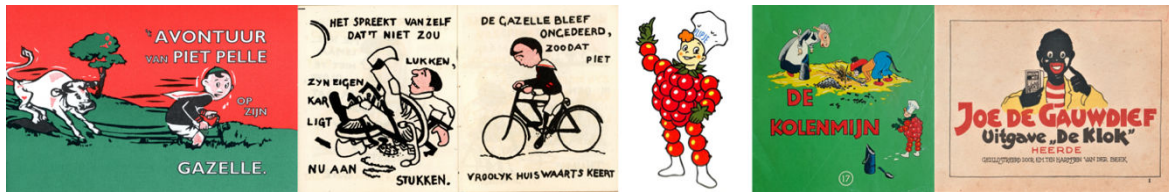




StOKpaardje

Magazine uitleenmuseum StOK

Jaargang 19, 2023 Nummer 1



Tentoonstelling Plaatjes sparen en boekjes vergaren

Introductie

Deze eerste uitgave van het StOKpaardje sinds de stille coronatijd is gewijd aan de zomertentoonstelling over fabrieksprentenboeken en reclameuitgaven voor kinderen van Uitleenmuseum StOK. De hele maand juni was deze te zien in de publieksruimten van de SNS Bank en StOK in Lochem. In dit StOKpaardje vindt de lezer een selectie van de gegeven informatie en illustraties, ontleend aan de tentoongestelde boeken. Geput is uit het depot van StOK (zo'n 300 boeken), collecties van verzamelaars, archieven van de Gazellefabrieken en het Flipje en Streekmuseum Tiel. Bijzonder was de uitstekende samenwerking tussen de StOK-vrijwilligers en de betrokken partners. De reacties van de – helaas beperkte aantallen bezoekers – waren zonder uitzondering enthousiast.

Opening

Behalve de prachtig geïllustreerde boeken boden de merchandise, reclameartefacten en oude filmpjes rond Piet Pelle van Gazelle en Flipje van Tiel van de voormalige jamfabriek De Betuwe humor en herkenning. Mooi was het moment van opening op 1 juni waarin Lochems wethouder van Cultuur Wendy Goodin een draaiplateau in werking zette met een nagebootste scene uit het eerste klassieke Piet Pelle-boekje. Pelle fietst achternagezeten door een koe dwars door een muur. Duizenden kinderen hebben zich in het naorlogse Gelderland verdrongen voor etalages van fietswinkels om deze koene scene te zien. "Oude verhalen over hoe het vroeger was moeten verteld blijven worden – zo vond Wendy Goodin – voor de jongere generatie en voor haar eigen generatie. Belangrijk om van te leren."



Erfgoed om te koesteren

De kinderen van toen zijn de ouderen van nu die zich dankzij dit soort exposities het vergeten culturele erfgoed van kinder- en jeugdboeken weer kunnen herinneren. StOK heeft dit erfgoed willen laten zien in de schoonheid van zijn vergankelijkheid. Zoals het allemaal in het depot van StOK te vinden is. En zoals het in heel Nederland aan het verdwijnen is. StOK koestert dit kwetsbare culturele erfgoed met haar bescheiden staf van vrijwilligers zonder de pretentie van volledigheid of perfectie. Dit in de wetenschap dat reclameuitgaven voor kinderen van grote betekenis zijn geweest voor de leesvaardigheid en het leesplezier van de kinderen van toen. Maar wat weten we eigenlijk over de invloed ervan? Of over de ethiek en de psychologie achter de combinatie van commerciële en altruïstische motieven bij de producenten? Meer onderzoek lijkt gewenst. En aan de andere kant: wat let ondernemingen om in het kader van de bestrijding van de leesarmoede hun maatschappelijke rol weer op te pakken?

Inhoud



Deze uitgave volgt in grote lijnen de gepresenteerde tentoonstelling. Na de Introductie, de Verantwoording en het Dankwoord op deze pagina gaat de aandacht eerst uit naar de Gelderse iconen Piet Pelle en Flipje van Tiel. Vervolgens kijken we naar enkele voorbeeldsectoren zoals de financiële wereld van met name spaarbanken en de koffie- en theebranche (Van Nelle) en daarna worden vier tijdperken aangestipt in de negentiende eeuw: De beginjaren van reclameuitgaven voor kinderen 1900-1920, de jaren van vernieuwing 1920-1930, de bloeiperiode 1930-1940 en de jaren van consolidatie 1940-1960. Enkele voorbeelden worden uitgelicht. De tentoonstelling zelf liet nog vele voorbeelden zien uit de jaren nadien waarin het genre langzaam plaats ging maken voor een reclameverschuiving van de wereld van het boek naar audiovisuele en nieuwe media.

Verantwoording

In haar verantwoording schrijft StOK dat de getoonde boeken natuurlijk de pedagogische en morele mores van hun tijd reflecteren. Ze laten gewoonten zien, die we nu verwerpelijk vinden, zoals roken, beledigende benamingen van mensen van kleur of stereotype rolverdelingen tussen man en vrouw. In de tentoonstelling zijn boeken opgenomen die in het licht van hedendaagse opvattingen als 'fout' worden beoordeeld. Maar is dat niet een aspect van onze geschiedenis, dat we onder ogen moeten zien?

Bronnen

Wat betreft gebruikte bronnen verwijst StOK naar naslagwerken zoals *De hele Biblebontse berg* (met name coauteur Tine Buul), het ANPA Archief van Nederlandse Plaatjesalbums, en aan Wikipedia. Een lijst van gebruikte publicaties is beschikbaar. Er is veel gebruik gemaakt van adviezen van externe adviseurs en eigen medewerkers.

Dank!

StOK zegt hierbij dank aan conservator-archivaris Jan Cees Rutgers van Gazelle, conservator Lisette leBlanc van het Flipje en Streekmuseum Tiel voor het welwillend uitlenen van objecten en directeur Edward Kerkemeijer van de SNS Bank voor het beschikbaar stellen van expositieruimte. Dank geldt ook de deskundigen die we hebben mogen interviewen, met name Albert Tol en Jeannette Kok. Verder danken wij de door StOK-coördinator Paul Feelders stevig ondersteunde tentoonstellingscommissie, bestaande uit Lot van den Akker, Wil van Enk, Pauline Kramer en Ger Tielen en al die medewerkers die de taak van suppoost op zich hebben genomen. Tenslotte zij dank aan de Provincie Gelderland voor haar financiële bijdrage aan ons kleine museum-in-wording.



Colofon

Het StOKpaardje is het tijdschrift van Uitleenmuseum StOK, uitgegeven door de Stichting 't Oude Kinderboek, Markt, 3 te Lochem. Het tijdschrift wordt zo zorgvuldig mogelijk samengesteld. De redactie van deze uitgave was in handen van: Ger Tielen. Opmerkingen en reacties zijn welkom op info@stichtingoudeskinderboek.nl.

Gelderse iconen

Piet Pelle en Flipje Tiel. Wie kent ze niet? Met deze vraag opende de expositie. Over Gelderse iconen van de 20ste eeuw, uitgegroeid tot Nederlands cultuurgoed. Grappige, populaire en ietwat ondeugende figuurtjes. Ontsproten aan de verbeeldingskracht van kunstenaars en in velerlei reclamevormen uitgebracht door Gelderse ondernemingen Gazelle en De Betuwe. Met als doel de bevordering van naamsbekendheid en klantenbinding.

De 20ste eeuw bracht veel meer van zulke iconen voort. Denk aan *Arretje Nof*, *Piggelmee*, *Bartje Koklikoh*, *Benito de Zwerver*, *Bulletje en Bonestaak*. Ze komen vrolijk om de hoek kijken in de selectie van reclameuitgaven van spaarbanken, handelaren in koffie, thee en tabak, fabrikanten van beschuit, slaolie, pindakaas, enzovoort. Reclameuitgaven in de vorm van prentenboeken, vouwboekjes, leesboekjes en strips hebben generaties kinderen leesgoed verschaft en geboeid. Ook van minder koopkrachtige ouders. Je moest er moeite voor doen. Door de plakplaatjes bij elkaar te sparen en de boekjes te vergaren. Maar dan had je ook wat voor weinig geld.



Kunstnijverheid

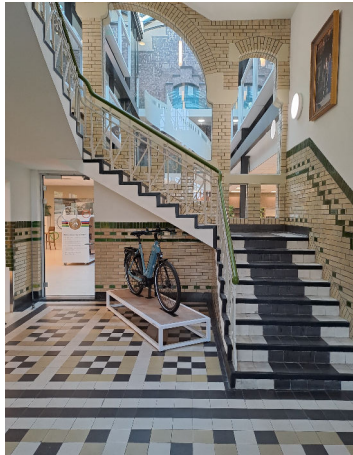
Aan de vorm van kunstnijverheid, die reclameuitgaven in vele vormen heeft voortgebracht, hebben zich tal van destijds populaire schrijvers en beeldende kunstenaars verbonden, zoals Jac. P. Thijsen (Verkadealbums), Johan Kievit (Benito de Zwerver) en illustratoren zoals Rie Cramer (Zomerland) of dubbeltalenten zoals Johan Fabricius (Arretje Nof), Eelco Harmsen ten Beek en Freddy Langeler (Flipje van Tiel en Joe de Gauwdief). StOK nodigde de bezoekers uit om eens rustig rond te kijken in een eeuw leesverleden, herinneringen op te halen en zich te verbazen over de ambachtelijke en kunstzinnige kwaliteit van de boeken en om aan het einde ter herinnering een exemplaar mee te nemen van het reclamestripboekje 't Avontuur van Piet Pelle op zijn Gazelle, ter beschikking gesteld door Gazelle.



Het verhaal van Piet Pelle

Piet Pelle is het langst uitgegeven stripverhaal van Nederland. Aan het begin van de twintigste eeuw bereikt de Amerikaanse trend van dagelijkse beeldverhalen in kranten Europa. In 1912 tekent de kunstenaar Ko Doncker, zelf verwoed fietser, als eerste Nederlander de reclamestrip 't Avontuur van Piet Pelle op zijn Gazelle - Een artistiek prentenboekje voor kinderen van 8 tot 80 jaar. Dat doet hij in opdracht van de producent van Gazellefietsen in Dieren. Het onvoltooide verhaal van Piet Pelle begint. Beeldverhalen zijn rond 1900 als zodanig niet nieuw. Nederland heeft drie eeuwen van centsprenten achter zich. Dat waren voor een cent verkrijgbare prenten die dienstdeden als nieuwsbrief, geïllustreerd verhaal of een beeldverhaal met teksten. De tentoonstelling laat een Piet Pelle verhaal in die typische centsprentachtige vorm zien. Aanvankelijk zijn de boekjes vierkant met een harde kaft; vanaf 1923 neemt grafisch kunstenaar André Vlaanderen het roer over met een breder formaat met een slappe kartonnen kaft. Elk jaar verschijnt een nieuw Pelle-verhaal dat door de agenten van Gazelle huis aan huis wordt bezorgd, in oplagen van soms meer dan een miljoen. Piet Pelle wordt van tijd tot tijd opgefrist qua taalgebruik en tekenstijl, verschijnt als animatiefilm, mechanisch bewegend display of poppenshow voor vertoning in etalages van dealers. Wie meer wil weten leze het boekje *De geschiedenis van "Piet Pelle op zijn Gazelle"* van G.J. Moed.





Entree Gazellefabriek

Koninklijke Gazelle

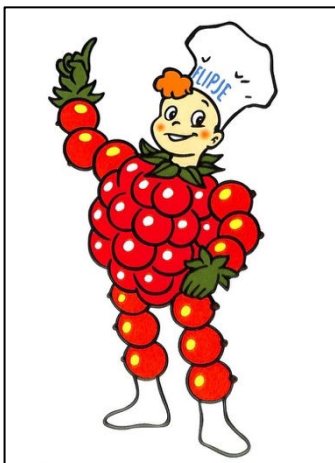
Rudolf Arentsen en Willem Kölling starten in 1892 een kleine fietsenhandel in Dieren. De bevolking beschouwt dit als een hachelijke onderneming met hun geïmporteerde fietsen uit Engeland. Tien jaar later al, in 1902, kopen de twee ondernemers een fabriek aan het spoor in Dieren. In datzelfde jaar verschijnt de eerste ranke 'Gazelle' naar een idee van Willem Kölling. Weer tien jaar later, in 1912, produceren en bouwen de twee oprichters de onderdelen en de fietsen in eigen beheer. En zo wordt Gazelle in de loop van de tijd, mede dankzij Piet Pelle, een wereldmerk met een jaarlijkse fabricage van meer dan 275.000 fietsen. Sinds 1992 is Gazelle het enige Nederlandse fietsmerk met het predicaat Koninklijk. In 2015 opent koning Willem-Alexander het nieuwe *Gazelle Innovation & Production Center* bij het oorspronkelijke fabrieksgebouw, op loopafstand van het station. Een bezoek aan de geïntegreerde, boeiende tentoonstelling over de geschiedenis van Gazelle en aan het loopplatform over de fabriekshal kan van harte worden aanbevolen.

Kunstnijverheid in optima forma

Twee kunstzinnige ontwerpers spelen een grote rol in de geschiedenis van de koninklijke Gazelle. **Ko Doncker** (1874-1917) volgt de school voor kunstnijverheid in Haarlem en trekt met zijn fiets de wereld in. Hij verdient de kost in onder meer Parijs en Londen met het tekenen van behangpatronen en prenten. In 1906 vestigt hij zich in Haarlem als cartoonist voor dagbladen en tijdschriften. Hij breidt zijn werkterrein uit naar cartoons en strips voor reclamedoelinden en krijgt landelijke bekendheid. In 1912 creëert hij voor Gazelle het typetje Piet Pelle, het Hollandse jongetje dat met zijn fiets vele avonturen beleven zal. **André Vlaanderen** (1881-1959) volgt de Teekenschool voor Kunstambachten en de Rijksacademie voor beeldende Kunsten in Amsterdam. Van 1913 tot 1953 werkt hij als grafisch ontwerper voor Gazelle en ontwerpt het huidige Gazelle-logo. In 1923 wordt hij ook verantwoordelijk voor de beeldverhalen over Piet Pelle op basis van teksten van Nono (pseudoniem van J.B. Uges). André Vlaanderen was ongelooflijke productief op het gebied van advertenties (veelal in de vorm van beeldverhalen) en promotieboekjes voor Gazelle, de ANWB, de AVRO en talloze uitgeverijen.

Het verhaal van Flipje Tiel

Jamfabriek De Betuwe in Tiel laat in navolging van andere bedrijven in 1935 een reclamefiguurtje ontwerpen door Philip van Alphen. Deze bedenkt het unieke mannetje met een frambozenlijf en



armpjes en beentjes van rode bessen. Hij noemt hem Flipje. Dat kereltje wordt hét beeldmerk van jamfabriek De Betuwe en later de mascotte van Tiel. Aanvankelijk wordt het verhaal van Flipje getekend in 'filmstroken' en zigzag gevouwen, als een harmonicaboekje. In vakjargon heet dat een 'leporello' die bij de potten jam wordt meegeleverd. Deze geweldige vondst wordt nog interessanter wanneer de 'Flipposcoop' wordt bedacht, een 'huisbioscoopje' van karton waar de één meter lange stroken doorheen geschoven worden. Flipje en zijn vriendjes worden zo filmsterren! Vrijwel ieder gezin kent ze. In de beginfase wordt Flipje door Daan Hoeksema getekend. Vanaf 1936 neemt tekenaar Eelco Harmsen van Beek het over samen met zijn echtgenote Freddie Langeler die de teksten op rijm schrijft. Tot 1954 verschenen er bijna vijftig delen van de avonturen van Flipje waarin diverse dierenfiguren optreden. Zo zijn daar Bertje Big, Juffrouw Mien

Schaap, Oom Klaas de Ram, Jasper Aap, Flapoor Olifant, Kroesje Beer, Mauwmauw het poezenmeisje en haar broertje Grijs, allemaal gekleed in bij hun rol passende kostuumpjes. Interessante verbanden tussen allerlei figuurtjes in reclame-uitingen zijn opgetekend in het boekje *Reclamevriendjes van Flipje* uitgegeven door het Flipje en Streekmuseum Tiel. Het streekmuseum met haar nieuwe en fraaie entree en uitzicht op de Lek is eveneens een bezoek ruimschoots waard.

Familie Ten Harmsen van der Beek

Het succes van Flipje Tiel brengt het kunstenaarsgezin Ten Harmsen van der Beek (later voor het gemak ingekort tot *Harmsen van Beek*) tot grote welstand. Vader Eelco (1897-1953) vindt na de kunstacademie al snel empoel als tekenaar van kinderboeken, prentenboeken, kalenders en reclameverhaaltjes voor diverse bedrijven. Hij werkt onder meer voor Van Houten Chocolate, de ANWB en voor Klokzeep, voor welk bedrijf hij de later omstreden reclameboekjes *Joe de Gauwdief* en *Nikkertje* maakt. Eelco raakte ook in andere landen bekend met zijn tekeningen voor *Noddy* van Enid Blyton. Moeder Freddie Langeler (1899-1948), een natuurtalent op tekengebied, werkt mee aan Flipje, zoals later ook dochter Fritzi (1927-2009) aanvankelijk helpt met het inkleuren van plaatjes. Na het overlijden van Eelco in 1953 wordt Fritzi verzocht serie 47 van Flipje, waarin Flipje slaags raakt met een muis, af te maken, maar de fabrikant vond de tekeningen destijds niet lief genoeg en wilde het niet uitgeven. Pas zestig jaar later, in 2015, is het alsnog uitgegeven, zoals ook het eveneens geblokkeerde nummer 48.



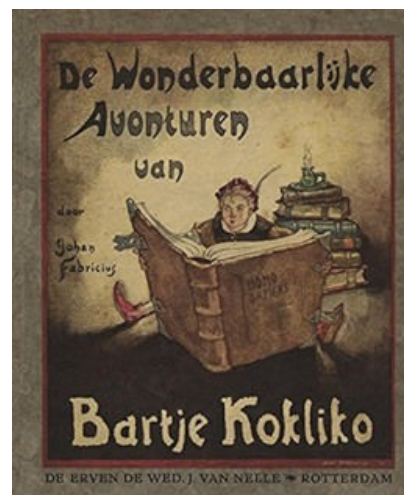
Van Nelle spant de kroon

De koffie-, thee- en tabak-branche is goed voor een enorme reeks van plaatjesboeken, prentenboeken en ook wel ongeïllustreerde leesboeken. Qua aantallen en kwaliteit van boeken spant Van Nelle de kroon. Vandaar dat StOK een hele vitrine gevuld heeft met Van Nelle-uitgaven. Dit Rotterdamse bedrijf dwingt andere koffiebranders zoals Douwe Egberts in Utrecht, Kanis en Gunnik in Kampen en Ten Have in Deventer om zich ook te wijden aan reclameuitgaven voor kinderen. Dat hebben ze gedaan en die merken floreren nog altijd. De ontwikkeling en het succes van Van Nelle is nauw verbonden geweest met de koloniale geschiedenis van ons land. Het begint in 1782 met een winkeltje in koffie, thee en tabak, aan de Leuvehaven in Rotterdam. Het eindigt met de overname door buitenlandse consortia in de jaren tachtig van de vorige eeuw.



Innovatie en kwaliteit

In zowat tweehonderd jaar ontwikkelt Van Nelle (voluit Erven de weduwe J. van Nelle) zich tot een grote speler met een unieke eigen branding en op de jeugd gerichte reclame-uitgaven zoals *Piggelmee*, *Bartje Kokliko*, *Bulletje* en *Bonestaak* en *Zomerland*. Van Nelle is innovatief met producten als Chiclet kauwgum, Saroma puddingpoeder en Supra koffie. Die producten worden in het collectieve geheugen van oudere generaties gebrand. Kwaliteit staat voorop en misschien daarom is de van 1939 daterende Van Nelle fabriek aan de Delfshavense Schie inmiddels tot Unesco-werelderfgoed benoemd. Wie weet gaan fantastische oude kinderboeken ook ooit onder zo'n predicaat vallen.



Uitgaven Van Nelle

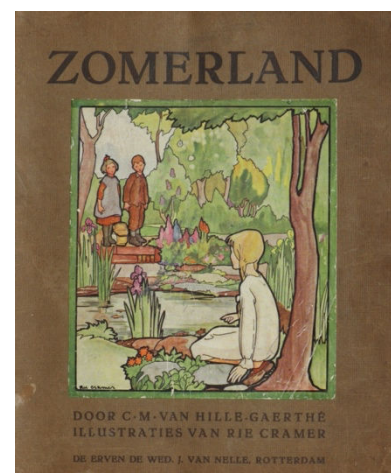
Piggelmee 1920 Vanaf de eerste uitgave *Van het Toovervischje* in 1920 als prentenalbum tot de laatste *Piggelmee en de dieren* van 2008 heeft dit kabouterpaartje, een rol gespeeld in de Nederlandse culturele geschiedenis. Lange tijd zijn de losse plaatjes en de albums verkrijgbaar door zegeltjes of bonnetjes te sparen, op een pakje Van Nelle koffie of thee. De verhaaltjes zijn in vele vormen en versies verschenen waaronder ook gevouwen leporello-stripboekjes. Er zijn hoorspelen en luisterboeken op gebaseerd en er is zelfs door Harrie Jekkers en Koos Meinderts in 1999 een musical van gemaakt. Piggelmee is een echte klassieker in het genre, met aanvankelijk plaatjes van een onbekende Duitse tekenaar. Het kabouterstelletje is losjes gebaseerd op het sprookje van Grimm: *De visser en zijn vrouw*.



Bulletje en Boonestaak 1922-1937 Bulletje en Boonestaak zijn de helden van een feuilleton of stripverhaal van de schrijver A.M. de Jong - ook bekend van de roman *Merijntje Gijzen* - en illustrator Van Raemdonck. Het feuilleton staat van 1922 tot 1937 in dagblad *Het Volk* en in verwante tijdschriften. En daarmee worden ze de favorieten van socialistisch Nederland. Geen zoetsappige pedagogie, maar tegen de haren van moralisten instrijkend. "Bulletje en Boonestaak zijn enkel bedoeld als een paar stevige, gezonde, natuurlijke jongens. Een reactie tegen de naargeestige en zouteloze Jopie Slimmerij (uit de *Telegraaf* - red.) maar geen modellen voor een van ethica uitpuilende theorie-opvoederij," Aldus de schrijver in een voorwoord. Van Nelle bracht een aantal van de verhalen vanaf 1928 uit in boekvorm, maar pas na het kuisen van tekst en plaatjes, want naakt zwemmende jongetjes, dat gaat Van Nelle echt te ver. De onverbloemde antikapitalische en anti-kolonialistische strekking ervan blijft echter overeind.



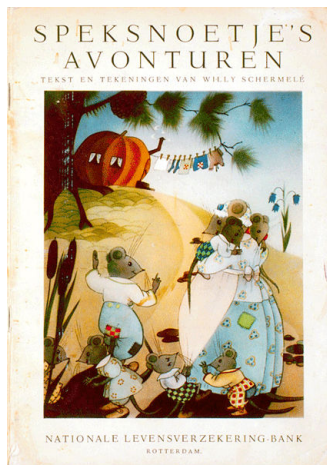
Reeks Zomerland - jaren twintig De reeks *Zomerland* van de schrijfster To Van Hille Gaerthé, met slappe kافت and opgeplakte plaatjes, wordt medio jaren twintig uitgegeven door de Van Nelle Fabrieken. De reeks maakt bij uitstek herinneringen los aan het nostalgisch verlangen naar een veilige kinderwereld, met zoete, lieve illustraties van Rie Cramer, aardige kindertoetjes en vriendelijke zonnige karakters. Kinderen worden aangemoedigd hun moeders koffie van dit merk te laten kopen, zodat ze kunnen sparen voor de plaatjes en de boeken. Van Hille Gaerthé (1881 - 1958): "De wereld heeft werkzame jonge mensen zoo nodig in dezen tijd, maar ook zuivere dromen, leidend tot de daden."



Van Nelle bracht verder titels uit als: *Joost de Indiaan* van L. van Bree met illustraties van Nans van Leeuwen (1938), *De parel van koning Reputal* van J. Vadeen (1938), *De brandneusjes verhuisd* van Hans de la Rive Box (1938), *Van zon en heide - Leesboek voor meisjes* door Guus Betlem (1939) en *Wolle Klaver en de geheimzinnige Meridiaan* van Toonder studio (1950).

Reclameuitgaven banken

De Nederlandse financiële wereld is duidelijk aanwezig in de collectie van Uitleenmuseum StOK, maar minder prominent. In een historische schets van de SNS Bank (www.nutalgemeen.nl) is terug te vinden dat het jeugdsparen al in 1875 begint zoals ook te zien valt op een fraaie historische foto, aanwezig in de Lochemse vestiging. Maar pas in de jaren dertig en veertig neemt het jeugdsparen een



grote vlucht en komt echt tot bloei door overheidsstimulering, met name de premiespaarregeling van 1958 die velen zich als de Zilvervloot herinneren en die nog steeds in een actuele vorm bij de SNS Bank voort bestaat. De verzekeringswereld ging mee in de trend van aandacht voor de jeugd. Wat bijvoorbeeld blijkt uit een fraai exemplaar van het boekje *Een nachtelijk avontuur* van T. van Deem, dat begin jaren dertig wordt uitgebracht door RVS (Rotterdamse Verzekeringssociëteiten - voorloper van Nationale Nederlanden). De RVS is ook uitgever van *Het verdwenen bord* uit 1955 van het bekende tekenaarsduo Ten Harmsen van der Beek. In 1940 verschijnt bij de Nationale Levensverzekeringmaatschappij het al even fraai geïllustreerde boekje *Speksnoetje's avonturen* van Willy Schermelé. In de jaren vijftig voegen zich de banken in het rijtje met onder meer het boekje *De dwergen* dat door de Spaarbank Amsterdam in 1950 wordt uitgegeven. In die tijd geeft de Nutsspaarbank *Meneer*

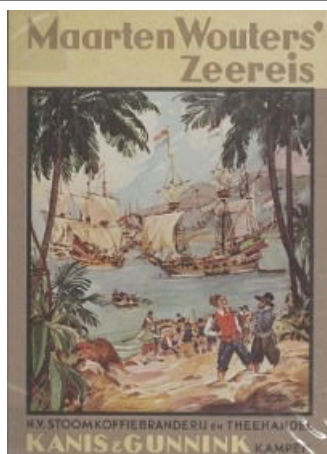
Tombola en de bloemen uit en *De Vogelman* van Mies Bouhuys, beide met plakplaatjes.

Vermeldenswaard zijn zeker *Een toren naar de Maan* (ABN) van Paul Biegel van 1971 en de tiendelige serie *Ons Jeugdboek* van Ton Hulsebosch, van ca.1975-1985 uitgegeven door de Nederlandse Middenstand Spaarbank. Daarna wordt het stil.

De beginjaren 1900 tot 1920



Zo rond het jaar 1900 waait een nieuwe rage vanuit Duitsland over naar Nederland. Het fenomeen van reclame-uitgaven voor de jeugd maakt zijn opmars. Het begint in 1897 met bij de chocola gevoegde plakplaatjes van Benschop over kinderversjes en kinderspelen. In 1903 stopt Verkade naar een Duits voorbeeld sprookjesplaatjes bij de koekverpakking. Dat wordt een enorm succes en uiteindelijk zal Verkade zo'n 30 albums uitgeven met een totale oplage van 3,2 miljoen boeken en 30 miljoen losse plaatjes. Een andere koekfabriek "De Nederlander" geeft in 1906 een fotografiealbum uit met fotootjes van tekeningen, schilderijen, landschappen enzovoort. Koffiebrander Kanis en Gunnik uit Kampen volgt in 1908 met vogelplaatjes. De plaatjes of fotootjes kun je in een album plakken en zo kunnen ook de mensen die nooit een boekwinkel bezoeken een eigen plankje met boeken gaan vullen.



Kanis en Gunnink Stoomkoffiebranderij

Dit Kampense bedrijf begint rond 1908 al met een serie van 40 uit Duitsland overgenomen vogelplaatjes. Het brengt voor de Eerste Wereldoorlog een zestal plaatjesalbums uit en na de oorlog nog een groot aantal. Titels zijn: Gullivers reizen, Het Honderd Dierenboek, Langs den Luchtweg van Amsterdam naar Batavia en Maarten Wouter's zeereis. Bijzonder is ook dat de albums, een mengsel van natuur-, zwerftocht en jeugdalbums in A-vier formaat worden uitgebracht en een tiental Sprookjes op 20 bladen met zes inplakvakjes. Op elk plaatje uiteraard de leuze: Vraagt pakjes koffie en thee, merk K & G.

Verkade zet met zijn albums de toon voor de vele fabrieksprentenboeken die zullen volgen. Zoals het fraaie door uitgeverij Vlieger in 1906 voor Vroom en Dreesmann vervaardigde *Het Sprookjeshuis*. Gazelle is het grote voorbeeld van pure reclameuitgaven in de vorm van gratis stripachtige feuilletons. Rijwielfabrikant Arentsen, voorloper van de Gazelle Fabrieken voegt zich in 1912 bij de pioniers met een 'artistiek prentenboekje' voor kinderen van 8 tot 80 jaar in vestzakformaat, ontworpen door Ko Doncker.



De jaren van vernieuwing 1920 tot 1930

Steeds meer ondernemingen in het huishoudelijke domein volgen in het wielspoor van Piet Pelle, die zijn voorsprong in het peloton zal behouden en alle harten veroverd. Deze ondernemers kiezen voor uitgesproken reclameuitgaven waarin veelvuldig en onverbloemd producent en product worden genoemd. Maar vele anderen blijven in het spoor van de fabrieksprentenboeken zonder of met weinig reclame. Aan het firmament van iconische reclamefiguurtjes verschijnen in de jaren twintig nieuwe sterren zoals Piggelmee (1920), Bulletje en Boonestaak (1922) en Arretje Nof (1926).

De wondere avonturen van Arretje Nof 1926/1927

Van de uitgaven van de Nederlandse Olie Fabrieken (NOF) in Delft, later Calvé) kennen we vooral De wondere avonturen van Arretje Nof van Johan Fabricius, uitgegeven in 1926 en 1927 om slaolie en margarine aan te prijzen. Ze worden geduid als 'vijf oblonge deeltjes, beschikbaar in een halflinnen portefeuille met gebatikt papieren platten en sluitlinten.' In de uitgaven, gedrukt bij de idealistisch opgezette drukkerij Van Marken, heeft de schrijver en illustrator Fabricius zijn dubbele talent in meerkleurendruk kunnen uitleven.

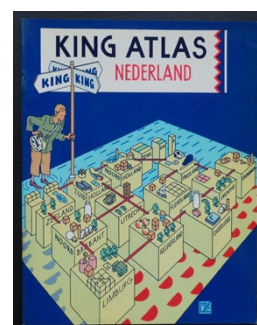
Het zijn prachtige in de sprookjessfeer van *Duizend en een nacht* vervaardigde werkjes die bij elkaar gespaard konden worden met zegeltjes op de margarineverpakking. De rasverteller Johan Fabricius is wat betreft zijn jeugdboeken vooral bekend geworden door Arretje Nof van 1926, Bartje Kokliko van 1929 (Van Nelle) en De scheepsjongens van Bontekoe van 1924, dat tot de onsterfelijke kinderclassiekers mag worden gerekend.



De bloeiperiode van het genre is dan in aantocht. De populariteit van zulke typetjes leidt tot oplagen die optellen tot in de miljoenen. Met als effect een enorme naamsbekendheid en hoge mate van klantenbinding. Big business dus. Let wel: Nederland telt in die dagen slechts een derde van het aantal inwoners van nu. Nieuwe ontwikkelingen op het gebied van de overgang van stoom naar elektriciteit, druktechnieken, distributie en reclame leiden tot kostenreductie en schaalvergroting. Elke fabrikant of detailhandelaar kan nu meedoen. Al was het maar door op de lege achterkant van een boek een stempel of een reclameboodschap af te drukken en de klanten aan te bieden. Sommige ondernemers maken het hun klanten gemakkelijk. Plakken wordt vaker vervangen door insteken. In vier sleufjes in de pagina. Of ze drukten de plaatjes gewoon af. Plakken overbodig. Je kon dan in één keer het hele boek bestellen voor x bonnen.

Bloeiperiode jaren 1930 - 1940

In dit decennium blijven de plaatjesalbums en kleurige prentenboeken de hoofdmoot vormen. Maar de diversiteit van boekvormen en thema's en het volume van oplagen neemt toe. Mooi voorbeeld: de zeer geliefde King Atlas van King Pepermunt uit Sneek voor thuis, op school en onderweg, die van 1936 tot 1996 is verschenen en door het opsturen van rolwikkels verkrijgbaar is en in enorme oplagen is verspreid. Het omslagontwerp van de laatste versie van 1993 is van Joost Swarte. Ook 'gewone' leesboeken worden vaker





verkrijgbaar via spaarsystemen bijvoorbeeld bij Van Nelle of de Handelsmaatschappij R.S. Stokvis. Zulke 'gezonde en frische jongens- en meisjesboeken' lijken inhoudelijk op de boeken van Kluitman of Van Goor over avonturen, lief en leed, thuis, op school of vakantie. Uitleenmuseum StOK heeft zelf geen papieren exemplaren in haar bezit van het reclameboekje *Joe de Gauwdief* van het Heerdense bedrijf Klokzeep, met illustraties van Eelco Ten Harmsen van der Beek. Wel in digitale vorm. Het onnozele verhaaltje over hoe de zeep van Klok de zwarte Joe kan witwassen werd destijds als grappig beleefd, nu als discriminerend. Joe de Gauwdief kan niet meer. Vanwege de enorme omvang van reclameuitgaven voor kinderen van de Van Nelle Uitgeverij is hieraan eerder afzonderlijk aandacht besteed. In de jaren twintig en dertig kan vrijwel geen elke leverancier van huishoudelijke producten achterblijven om niet marktaandeel te verliezen. Douwe Egberts, Kanis en Gunnink, Ten Have, Tiktak. Ze volgen allemaal. Dat gebeurt in alle branches.



Kaiser Beschuit

Kaiser Beschuit onderscheidt zich met beklijvende titels zoals *Benito de jonge zwerfer* van 1930 en *Snoet's wilde jaren* (Hermeskerken en illustrator Piet van der Hem). "Een boek voor jong en oud." Zo prijst directeur Paul Kaiser van de N.V. Paul C. Kaiser Koek- en Beschuitfabriek te Rotterdam in 1930 het plaatjesalbum *Benito de jonge zwerfer* aan. Het zwervertje trekt als fluitspeler en acrobaat door Nederland, redt een heer van de verdrinkingsdood en trekt naar het oosten waar hij allerlei spannende avonturen beleeft. Naar de idealen van die tijd mag het boek, waarvoor je 64 plaatjes bij elkaar moest sparen "in prent en geschrift de eigenaardigheid en het schoon van de Hollandsche stad en landschap overbrengen. En inspelen op den dikwijls avontuurlijken geest van den Hollandschen jongen." Met C. Joh. Kievit, ook bekend van Dik Trom, en

illustrator Piet van der Hem, heeft de ondernemer daarvoor de allerbeste garantie voor succes in huis gehaald. Benito houdt aldus ANPA, het archief van plaatjesalbums, als figuur het midden tussen Dik Trom en wereldberoemde weeskind Remy. In 1934 verschijnt bij Kaiser daarnaast *Paul Li de kleine Chinees* door Henri van Woude met illustraties van Willie Sluiter. De plaatjes in de albums van Kaiser worden niet meer op aparte pagina's ingeplakt, maar middenin de tekst van handeling. Dat is een vernieuwing die daarna door veel andere producenten zal worden overgenomen.

Jaren van consolidatie 1940 - 1960

De periode 1940 - 1950 blijkt een periode van stilstand om begrijpelijke redenen. Die stilte zien we terug in het beperkte aantal reclameboeken dat in het StOK-archief uit die tijd is terug te vinden. Maar in de jaren vijftig is er weer een opleving. De babyboomergeneratie is jong en wordt verleid met heruitgaven en nieuwe uitgaven van Flip en Flap, Arretje Nof en Piggelmee. En ook met nieuwe iconen zoals Pukkie Planta en series informatieve plakplaatjesalbums over onderwerpen als de zee, de natuur, het verkeer, zeeschepen, vliegtuigen en auto's.



Pukkie Planta

In 1953 laat Planta Margarine door Johan Veeninga van Joop Geesink's Filmstudio Dollywood acht boekjes over *De wonderlijke reis van Pukkie Planta* maken, met stereoscopische plaatjes, waar een brilletje voor nodig is. De tragedie van deze populaire serie is dat ze wordt gemaakt voor Planta Margarine, het merk dat bedoeld was te verdwijnen omdat Planta een ziekmakend antispasmit-middel had toegevoegd aan de margarine, met catastrofale gevolgen.

Afnemende rol

Toch verliezen de reclamekinderboeken hun voorsprong van voor iedereen bereikbare, goedkope en toch aantrekkelijke boeken. Hun rol zal nooit meer zo groot zijn als gevolg van de concurrentie van pockets en paperbacks en van nieuwe productvormen van de grafische industrie. Het boek is ingeburgerd in de huishoudens. Er zijn overal bibliotheken, de gemiddelde geletterdheid is fors toegenomen. Er komt een kinderboekenweek en kinderboekhandels worden de normaalste zaak van de wereld.

Geleidelijk aan gaat het merendeel van de ondernemingen echter adverteren in print- en audiovisuele media. Naast publieke omroepen komt er commerciële radio en televisie. Alles verandert. Hoewel StOK conform haar collectiebeleid alleen boeken van een zekere leeftijd verzamelt, laat de tentoonstelling nog een flink aantal interessante boeken zien van de jaren zestig 1960 zoals *Met een kwartje de wereld rond* (wat een prachtige bewerking is van het gelijknamig boek van Paul d'Ivoi – uitgegeven door CO-OP Nederland in 1962) en *Paulus houdt grote schoonmaak*, uitgegeven door AH in 1963. Annie Schmidt en Fie Westendorp zijn in de jaren zestig productief voor KLM (Spiegeltjes Rondreis), Venz Chocolate (Ibbeltje), Persil (Pluis en Poezeltje) en Nutricia (Floddertje). En behalve *Suske en Wiske* zien we vanaf 2008 een sinterklaasreeks van Douwe Egberts met onder meer Mies Bouwman, Herman van Veen en Paul de Leeuw. Ideële en brancheorganisaties zijn van de partij zoals de Stichting Lezen en het Voorlichtingsbureau voor de Voeding. We vinden boeken van Olvarit, Hero, McDonald's en als laatste een sinterklaasboek van Albert Heijn van 2019.



De veranderingen worden nog groter als het internet domein van beïnvloeding van kinderen en jeugd wordt. De tentoonstelling laat zien dat het kinderboek met reclame uiteindelijk niet helemaal kapot te krijgen is.

Leerproject geslaagd

De StOK-medewerkers hebben de tentoonstelling die als een leerproject was opgezet afgesloten met een verslag en evaluatie. De gemiddeld hoge waardering van bezoekers, in contrast met beperkte bezoekersaantallen, vroeg natuurlijk om een evaluatie. Het eindoordeel is positief. Een kleine groep enthousiaste en deskundige vrijwilligers kan een mooie tentoonstelling neerzetten. Het is goed mogelijk om hiervoor ondersteuning en enthousiaste partners te vinden bij musea en in het bedrijfsleven. Met een nog betere inzet op PR en online communicatie waren de bezoekersaantallen zeker groter geweest. Maar tegelijkertijd wordt vermoed dat ook factoren buiten StOK van invloed zijn geweest. Lokale media vonden de tentoonstelling de moeite waard om erover te berichten, maar regionale en landelijke media hebben het compleet laten afweten. De vrees dat het culturele erfgoed van papieren oude kinder- en jeugdboeken in vergetelheid raakt is gerechtvaardigd. Daarom is het goed dat er heel veel waardevols is geleerd van de keuzes die zijn gemaakt op het gebied van locatie, partners, de inrichting en de communicatie en vooral ook van de concrete voorbereiding, het werkproces, het interne overleg, de zorg voor details, de werving en de verantwoording naar partners en financiers. Dat stimuleert StOK om door te gaan met het verbeteren, bewaren en ontsluiten van haar collectie en om verder te werken aan de vormgeving en de toekomst van haar uitleenmuseum. Het doel is alle moeite meer dan waard.

