

Abstract

This article explores the use of landscape elements in letterheads from Limburg between 1850 and 1960. Letterheads, initially intended as a business identifier, evolved into a form of direct advertising, particularly for industries, hotels, and shops. With advances in lithography, companies could afford intricate logos and imagery on their correspondence, often showcasing their factories against stylized backdrops. These visual elements, though often overlooked by historians, offer valuable insights into the industrialization and the changing urban landscape of Limburg. This article focuses on how lithography, photography, and abstract representations were used to depict factories, transport infrastructure, and rural surroundings. It highlights the artistic choices in portraying these landscapes to emphasize progress, industrial productivity, and economic optimism.

Inleiding

Een briefhoofd is een voorgedrukte koptekst op klein handelsdrukwerk, zoals offertes, rekeningen of brieven, met de bedrijfsnaam, de naam van de eigenaar, het adres en andere gegevens. Vanaf het midden van de negentiende eeuw zien we een sterke groei van briefhoofden op de correspondentie van industrieën, handelsfirma's, hotels en winkels. Ze dienden als 'visitekaartje' en boden ondernemingen een manier om zichzelf, hun producten en diensten aan consumenten en zakelijke partners te presenteren. Innovaties in de grafische industrie maakten het mogelijk om relatief goedkoop fraaie beeldmerken op briefpapier en rekeningen te drukken. Deze varieerden van de naam en het adres van het bedrijf in een aansprekende belettering tot gedetailleerde ornamentatie. Briefhoofden waren een vorm van directe reclame, die voor alle bedrijfstypes binnen het bereik der mogelijkheden kwam te liggen.¹

Briefhoofden worden vaak over het hoofd gezien als historische bron. Toch kunnen ze voor historici van even groot belang zijn als tekstuele documenten.²

1 J.J.F. van den Boogard, "Ter attentie van... Negentiende-eeuwse briefhoofden uit de collectie van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg", in: H.J.M. van der Bruggen e.a. (red.), *Regionale geschiedenis zonder grenzen: opstellen aangeboden aan prof.dr. J.C.G.M. Jansen* (Maastricht 1998) 178. Zie ook J. Roosen en N. Randeraad, "Het Limburgse briefhoofdenproject. Van alledaagse bedrijfscorrespondentie tot tijdsloos (digitaal) erfgoed", *De Maasgouw* 143 (1) (2024) 4-11.
2 Graham Hudson, "Printed ephemera and design history", *Art Libraries Journal* 6 (1) (1981) 20-32, aldaar 20; Andrew J. May, Stephen Banham and Christine Eid, "Paper ambassadors. Letter heads and the

Joris Roosen en Nico Randeraad

LANDSCHAPSELEMENTEN OP LIMBURGSE
BRIEFHOOFDEN, 1850-1960

Sterker nog, in sommige gevallen zijn ze de enige overblijvende visuele representatie van niet meer bestaande winkels, bedrijven of fabrieken.³ Daarnaast kunnen ze ook een idee geven van de verdwenen omgeving van de desbetreffende onderneming. De briefhoofden bieden soms een uniek perspectief op de manier waarop het (in veel gevallen) stedelijke landschap evolueerde in de eeuw die volgde op de industrialisatie van Nederland. Limburg, waar met de ondernemingen van Petrus Regout in Maastricht in de jaren 1830-1840 de eerste grootschalige industriële mechanisering tot stand kwam, vormt in dit opzicht een interessante casus.⁴

Binnen de context van dit thema nummer van het jaarboek kijken we in dit artikel specifiek naar Limburgse briefhoofden waarop landschappelijke elementen worden afgebeeld. Laten we voorop stellen dat die landschappen doorgaans van secundair belang waren en slechts een context vormden voor de bedrijfsgebouwen, die centraal stonden. De focus ligt in deze bijdrage op lithografische afbeeldingen, al reflecteren we ook op fotografie en geabstraheerde weergaven. We stellen de vraag wat de functie van landschappelijke elementen op de Limburgse briefhoofden was, en welke veranderingen optraden in de periode van het midden van de negentiende eeuw tot het midden van de twintigste eeuw – de hoogtijdagen van het geornamenteerde lithografische briefhoofd. Een logische aansluitende vraag is of er een herkenbaar Limburgs landschap te zien valt.

Lithografieën als landschapsteksten

In zijn studie over de manier waarop het stedelijk landschap in Amerika visueel werd weergegeven in de eeuw na 1825, maakte Richard Schein gebruik van duizenden lithografische stadsgezichten, een bijzonder genre dat in die periode in zwang was. Volgens hem kunnen deze gezien worden als 'landschapsteksten' die een verhaal vertellen over groeiende steden tegen de achtergrond van de economische expansie. Het zijn waardevolle visuele documenten van de stedelijke geschiedenis, die zowel het culturele landschap als menselijke activiteit weerspiegelen.⁵ Ze zijn meer dan louter registraties van de stedelijke en industriële omgeving; het zijn geconstrueerde beelden die veranderende attitudes en idealen weerspiegelen. De

3 iconography of urban modernity', *Provenance: The Journal of Public Record Office Victoria* 13 (2014) 44-45. *Ibidem*, 48.

4 J. de Vries, 'Economische groei en industrialisatie in Nederland 1850-1914', *Maandschrift Economie* 33 (3) (1968) 118-128; A. Knouter, *Keramiekstad. Maastricht en de aardewerkindustrie in de negentiende en twintigste eeuw*. Uitgeverij Sociaal Historisch Centrum voor Limburg-SHCL/WBooks (2016).

5 Zie over de industriële litho's ook Helena Wright, 'The image makers. The role of the graphic arts in industrialization', *The Journal of the Society for Industrial Archeology* 12 (2) (1986) 5-18, aldaar 5-6 en 16.

lithografieën die Schein bestudeerde, presenteren landschappen die niet waarde-vrij zijn en een (verborgen) culturele betekenis hebben.⁶

In die zin zijn onze briefhoofden te vergelijken met de bronnen die Schein voor zijn analyse gebruikt. Ook briefhoofden – hoe alledaags ook – zijn een verbeelding van de manier waarop opdrachtgevers en makers hun wereld zagen. Ze zijn weliswaar ingebed in het kader van individuele ondernemingen maar hebben voldoende gemeenschappelijke kenmerken om patronen te herkennen en nader te onderzoeken. In het voetspoor van Dominic Alessio, wiens werk we later zullen presenteren, gaan we op zoek naar visuele clichés die al dan niet typisch Limburgs zijn.

Limburgse briefhoofden

Dit onderzoek vloeit voort uit het Limburgse briefhoofdenproject, waarvan in december 2023 de eerste fase voltooid werd. De briefhoofdencollecties van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg (SHCL) en het Historisch Centrum Limburg (HCL) werden in hun geheel gedigitaliseerd. Ieder briefhoofd werd afzonderlijk gescand door een vrijwilliger en kreeg een unieke bestandsnaam toebedeeld. Deze digitale collectie bevat ruim 24.600 briefhoofden, lopende van het vroegste exemplaar uit 1840 tot de meest recente toevoegingen uit 1995.

Het SHCL bezit een verzameling historische briefhoofden van circa 9500 exemplaren, die deel uitmaakt van de bredere documentatiecollectie van het instituut. Deze collectie is om verschillende redenen opgebouwd. Tijdens het 25-jarig jubileum van het SHCL in 1974 benadrukte archivaris Theo Huys het belang van documentatie en stelde hij dat deze niet minder waardevol is dan archiefstukken. In tegenstelling tot sommige verzamelingen die uit persoonlijke interesse zijn ontstaan, werd de collectie briefhoofden in de jaren 1970 doelbewust en systematisch opgebouwd.⁷ Een aanzienlijk deel van deze briefhoofden komt uit het archief van de Limburgse Organisatie van Zelfstandige Ondernemers (LOZO), de voorloper van het huidige MKB-Limburg.⁸ De briefhoofdencollectie van het HCL is nog omvangrijker en bevat circa 14.600 exemplaren. De collectie kwam in het begin van de jaren 1980 tot stand. Aanvankelijk werd de collectie vooral samengesteld uit de correspondentie en de facturen uit het archief van het Burgerlijk Armbestuur in Maastricht. Na verloop van tijd werd deze collectie aangevuld met briefhoofden

6 R.H. Schein, 'Representing Urban America. 19th century views of landscape, space and power', *Environment and Planning: Society and Space* 11 (1) (1993) 7-21, aldaar 8 en 10.

7 Van den Boogard, 'Ter attentie van ...', 174-175.

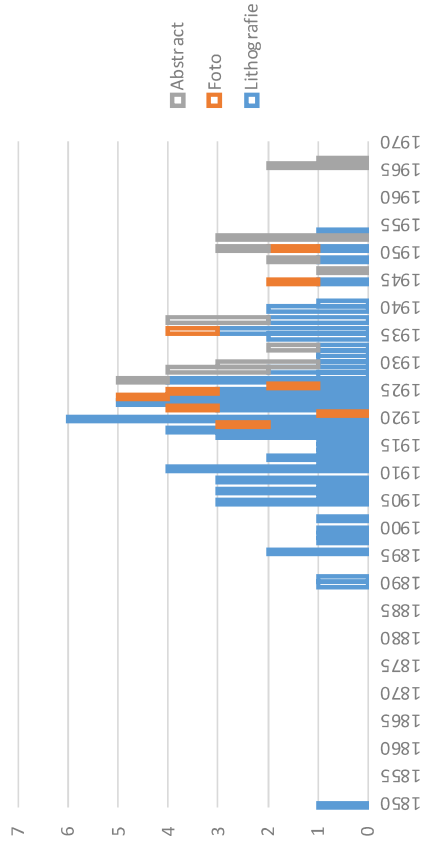
8 SHCL, EAN-Q467, Limburgse Organisatie van Zelfstandige Ondernemers (LOZO), voorheen Katholieke Limburgse Middenstandsbond (KLMB) en aanverwante archieven, 1913-ca. 1990.

uit de correspondentie van andere archieven die opgeschoond werden.

In de collecties van het HCL en SHCL bevinden zich 116 unieke briefhoofden met landschappelijke elementen. Het oudste exemplaar binnen deze selectie dateert van 1850 en het jongste uit 1967. Hoewel niet elk jaar vertegenwoordigd is, biedt deze verzameling een goed overzicht van meer dan een eeuw aan landschappelijke weergaves op zakelijke brieven. Soms betreft het de toevoeging van enkele bescheiden elementen zoals een waterloop en een paar bomen, terwijl het in andere gevallen om uitgestrekte panorama's gaat die zowel stedelijke als rurale landschappen weergeven. Bij de overgrote meerderheid (87) gaat het om lithografische ornamentering. Daarnaast zijn er negen briefhoofden die fotografie gebruikten en negentien met geabstraheerde weergaven die een andere (modernere) druktechniek dan de lithografie toepasten. In één geval gaat het om een briefhoofd waarop een landkaart staat weergegeven; deze valt buiten de drie bovenstaande categorieën en laten we in dit artikel buiten beschouwing. Het betreft hier het briefhoofd uit 1959 van het transportbedrijf van P.M. Diederik in Born.

De onderstaande grafiek biedt een overzicht van het aantal briefhoofden met landschappelijke elementen per jaartal. Hieruit blijkt dat de bloeiperiode zich ruwweg situeert in het laatste decennium van de negentiende eeuw en de eerste helft van de twintigste eeuw. Na 1950 is er een merkbare afname, wat te verklaren is door de opkomst van het abstracte bedrijfslogo, dat steeds meer het traditionele, fraai versierde briefhoofd verving en nog steeds in gebruik is.⁹

Grafiek 1. Landschappelijke elementen op Limburgse briefhoofden per categorie



9 H. Stol. Een boekje over huistijl. Uitgave van De Erven Kuyper Colijn van de Born (2005).

In bovenstaande grafiek vallen enkele duidelijke ontwikkelingen op. Lithografieën waren prominent van de tweede helft van de negentiende eeuw tot het einde van de jaren 1930. Vanaf het midden van de jaren 1920 verschenen geabstraheerde weergaven van landschappelijke elementen, die de dominante stijl werden van de jaren 1940 tot het midden van de jaren 1960. Fotografie werd vooral gebruikt van het begin van de jaren 1920 tot het begin van de jaren 1950. Door het beperkte aantal briefhoofden dat fotografie toepaste en de relatief korte populariteitsperiode van deze techniek, kan het worden gezien als een niche-techniek in de eerste helft van de twintigste eeuw.

Hieronder zullen we de belangrijkste bevindingen voor de drie genoemde categorieën briefhoofden – te weten: a) lithografieën, b) fotografie en c) geabstraheerde weergaven – meer in detail bespreken.

A) Lithografieën

Het oudste briefhoofd met landschappelijke elementen is tevens een van de oudste exemplaren uit de gezamenlijke collecties van HCL en SHCL. Het betreft een briefhoofd van de leerlooierij en leertouwerij van de gebroeders Coopman uit Maastricht en Eijsden, gedateerd tussen 1850 en 1854.¹⁰ Het bedrijf had een vestiging in het Jekerkwartier in Maastricht en in de Dorpsstraat in Eijsden.

Het briefhoofd toont waarschijnlijk een representatie van de Eijdsense looierij, gelegen nabij de Maas. Uit informatie over de openbare verkoop van het bedrijfspand in 1906 blijkt dat de rivier werd gebruikt om het afval van de leerproductie af te voeren. In de aankondiging van de verkoop in de *Limburger Koerier* van 21 april 1906 werd het complex als volgt aangeprezen: 'De stoomleerlooierij is in volle werking, nieuw gebouwd, modern ingericht met afvoerkanal tot in de Maas [...]'.¹¹ De Maas was in dit geval dus een welbewust toegevoegd landschapselement, aangezien het water een belangrijke rol in de productieketen van deze onderneming was.¹²

Het briefhoofd, ontworpen door lithograaf Ludwig Sohl, gevestigd in de Bogaardenstraat in Maastricht, laat de creatieve vrijheid zien die op het gebied van grafisch ontwerp in het midden van de negentiende eeuw mogelijk was geworden. De

10 Op het briefhoofd komen zowel het jaartal 1850 als 1854 voor. De datum van verzending is 1 januari 1850, maar het betreft een rekening die is opgesteld op 11 oktober 1854. Wegens een gebrek aan verdere informatie is het niet mogelijk een preciezere datum te achterhalen.

11 *Limburger Koerier*, 21 april 1906.

12 Dominic Alessio benadrukt dat waterlopen vaak op negentiende-eeuwse briefhoofden werden afgebeeld omdat ze een belangrijke functie vervulden, zowel in het productieproces als bij het goedkoop verwijderen van afvalstoffen. Dominic T. Alessio, 'Capitalist realist art: Industrial images of Hamilton, Ontario, 1884 to 1910', *Journal of Urban History* 18 (4) (1992) 456.



Afb. 1: Leerlooierij Coopman (Maastricht 1850/54) [Collectie HCL]

gedetailleerde weergave van de gebouwen is zo verfijnd dat individuele bakstenen en dakpannen duidelijk te onderscheiden zijn. Hoewel Alois Senefelder uit Beieren de lithografische druktechniek al aan het einde van de achttiende eeuw had uitgevonden, werd deze pas vanaf 1840 op briefhoofden toegepast.¹³ Lithografie was in wezen op tekenen gebaseerd: alles wat getekend kon worden, kon in het ontwerp worden opgenomen: sierlijke letters, elegante handschriften, vignettes en andere illustraties.¹⁴ Bij het vervaardigen van een lithografie voor briefpapier werd een ontwerp op een steen of plaat aangebracht. Deze werd vervolgens zodanig behandeld dat de inkt alleen aan de tekening hechtte. Vervolgens werd de inkt op het ontwerp aangebracht en door een pers op het papier overgebracht, wat resulteerde in gedetailleerde en consistente afdrucken op het briefpapier. Het onderstaande briefhoofd van de Maastrichtse boekdrukkerij Leiter Nypels uit de jaren 1860 toont een centraal onderdeel van het productieproces; de pers wordt aangedreven door een stoommachine.

13 Jadviga M. Da Costa Nunez, 'The industrial landscape in America 1800 to 1840. Ideology into art', *The Journal of the Society for Industrial Archaeology* 12 (2) (1986) 33.
14 Hudson, 'Printed ephemera and design history', 22.



Afb. 2: Boekdrukkerij Leiter Nypels (Maastricht 1867) [Collectie SHCL]

In de eerste twee decennia van de negentiende eeuw werd lithografie vooral beschouwd als een kunstvorm die voornamelijk door Europese artiesten werd beoefend.¹⁵ Kunsthistorica Helena Wright wijst erop dat het in de daaropvolgende decennia, samen met de opkomende industrialisatie, van kunstvorm werd omgevormd tot een schaalbare industrie.¹⁶ De techniek verwierf snel grote populariteit. Volgens grafisch ontwerp expert Graham Hudson werd tegen de jaren 1850 vrijwel al het drukwerk dat enige vrijheid in ontwerp en decoratie vereiste met deze techniek geproduceerd.¹⁷ In Nederland gebeurde dat ook in die periode.¹⁸

De manier waarop bedrijfsplanden en landschappelijke elementen op Limburgse briefhoofden werden weergegeven evolueerde met de tijd. De veranderingen die wij signaleren vertonen sterke overeenkomsten met de ontwikkeling die bij briefhoofden in Groot-Brittannië al eerder was ingezet.¹⁹

15 Peter C. Marzio, 'Lithography as a Democratic Art: A Reappraisal', *International Journal of Contemporary Artist* LEONARDO 4 (1) (1971) 37-48.
16 Wright, 'The image makers', 5-6 en 16.
17 Hudson, 'Printed ephemera and design history', 21.
18 D. van Lente, 'Illustratietechniek', in: *Geschiedenis van de techniek in Nederland. De wording van een moderne samenleving. Deel II. Gezondheid en openbare hygiëne. Waterstaat en infrastructuur. Papier, druk en communicatie* (Zurphen 1993) 274.
19 Katy Layton Jones, 'Advertising the town', in: *Beyond the Metropolis: The changing image of Urban Britain, 1780 to 1880* (2016).



Afb. 3: Roermondse Stoom-Meeffabriek (Maastricht 1891) [Collectie HCL]

Het briefhoofd van de gebroeders Coopman uit 1850/54 is een fraai voorbeeld van de zogenaamde vignetweergave, die in Groot-Brittannië al gangbaar was in de jaren 1820. Kenmerkend voor deze stijl is dat een fabrieksgebouw op ooghoogte wordt afgebeeld, vaak met alleen de directe omgeving of zelfs het gebouw volledig geïsoleerd.²⁰ Na deze periode, tot ongeveer het midden van de negentiende eeuw, is in Groot-Brittannië het zogenaamde straatbeeld-vignet gangbaar. Hierbij werden bedrijfspanden binnen hun stedelijke context afgebeeld, gezien op ooghoogte vanaf de overkant van de straat.²¹ Het briefhoofd van de gebroeders Coopman is het enige voorbeeld dat we hebben voor het midden van de negentiende eeuw. Hierdoor kunnen we niet precies bepalen wanneer deze stijlverandering in Limburg plaatsvond. Pas vanaf 1890 beschikken we over een min of meer doorlopende reeks briefhoofden met lithografische weergaven van landschappelijke elementen. Op basis van het briefhoofd van de Roermondse stoom-meelfabriek uit 1891 blijkt dat het straatbeeld-vignet in deze periode nog steeds in Limburg voorkomt. Dit briefhoofd verschilt duidelijk van het eerdere voorbeeld uit 1850/54. Terwijl het oudere briefhoofd een relatief statische en eenvoudige weergave van het bedrijfsgebouw en de directe omgeving bood, is het tafereel uit 1891 veel indrukwekkender. De

²⁰ Ibidem, 133-134.

²¹ Ibidem, 135-136.

weergave van de bedrijfsgebouwen en hun omgeving is zowel verfijnder als bombastischer. Het geheel geeft een dynamische indruk, wat verder wordt benadrukt door de rokende schoorsteen en de trein die op de achtergrond voorbijrijdt.



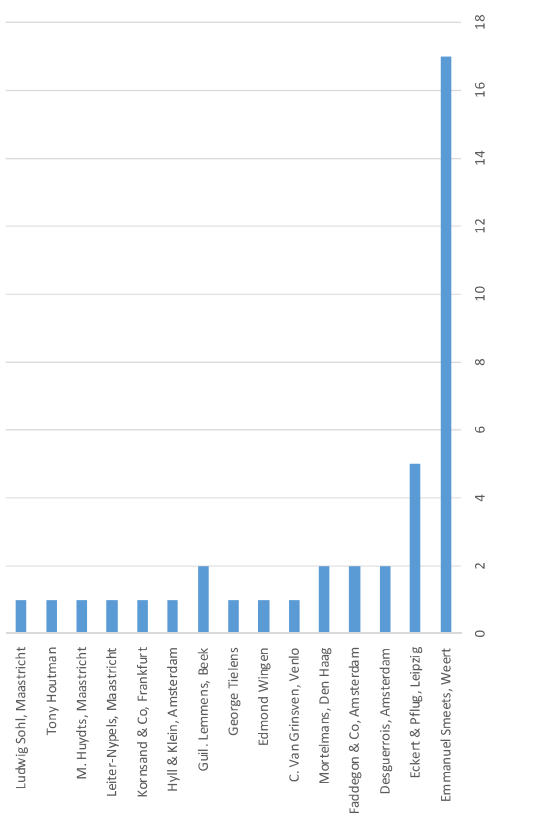
Afb. 4: Société Céramique (Maastricht 1900) [Collectie HCL]

Vanaf de jaren 1850 trad er in Groot-Brittannië een nieuwe ontwikkeling op in de stijl van lithografieën. Fabrieksgebouwen werden voortaan in vogelperspectief afgebeeld, geplaatst binnen een bredere context van het omliggende landschap.²² Volgens Richard Schein is de overgang van picturale weergave naar vogelperspectief in lithografieën te koppelen aan de opkomst van het industriële kapitalisme. Het vastleggen van bedrijfscomplexen vanuit vogelperspectief was volgens hem een manier om de opkomende industriële-kapitalistische orde te legitimeren, door concepten zoals vooruitgang en verandering centraal te stellen binnen het bestaande landschap.²³ Deze stijlverandering wordt duidelijk zichtbaar in Limburgse briefhoofden wanneer we exemplaren uit de jaren 1890 vergelijken met die uit de periode net na de eeuwwisseling. Het briefhoofd van Société Céramique uit 1900 illustreert deze evolutie. De fabrieksgebouwen worden vanuit de verte in vogelperspectief afgebeeld, met meer aandacht voor het omliggende landschap.

²² Ibidem, 138-140.

²³ Schein, 'Representing Urban America', 7 en 15-17.

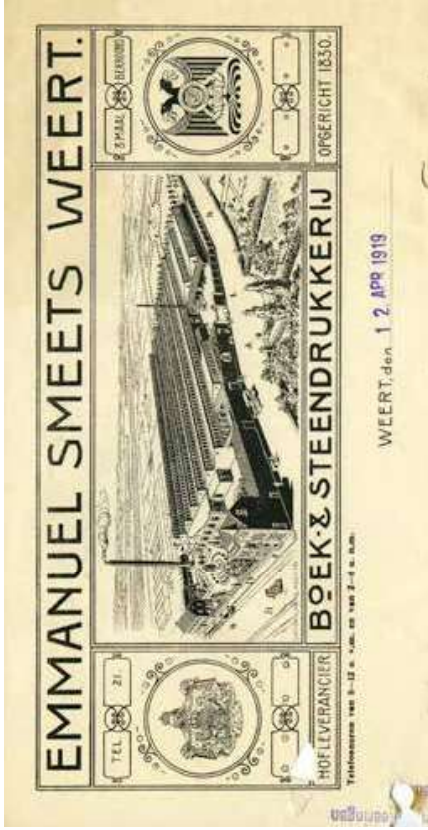
Grafiek 2. Aantal vermeldingen per vormgever/lithograaf



Hoewel we, door het beperkte aantal exemplaren en het gebrek aan doorlopende reeksen tussen 1850 en 1890, voor de Limburgse briefhoofden niet exact kunnen vaststellen wanneer bepaalde stijlen hun intrede deden, blijkt dat men langer vasthield aan een bepaalde stijl dan in Groot-Brittannië. Qua techniek en grafisch ontwerp doen de Limburgse briefhoofden echter niet onder voor hun Britse tegenhangers.

Van de 87 briefhoofden die gebruikmaken van lithografie, kunnen we bij 39 de naam van de lithograaf of ontwerper achterhalen. In de meeste gevallen worden niet alleen de naam van de lithograaf vermeld, maar ook de locatie van diens bedrijf. Uit de gegevens blijkt dat Limburgse ondernemingen vaak de voorkeur gaven aan regionale ontwerpers en lithografen. Van de 39 geïdentificeerde lithografen waren er slechts 13 gevestigd in een andere provincie of in het buitenland, terwijl er 26 in Limburg waren gevestigd. Daar zaten, naast commerciële drukkerijen, ook bekende kunstschilders tussen zoals (de in Venlo geboren) George Tielens (1888-1950) of (de in Maastricht geboren) Edmond Wingen (1906-1971).

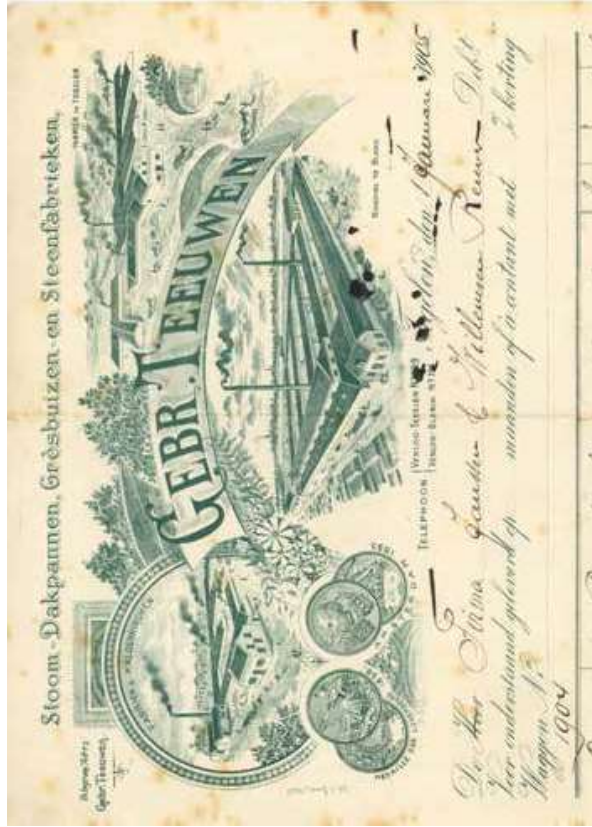
Uit de analyse van de briefhoofden (zie grafiek 2) blijkt dat het bedrijf van Emmanuel Smeets uit Weert de regionale marktleider was, zelfs wanneer het aantal vervolgoedrachten voor eenzelfde klant wordt meegewogen. Gedurende de gehele periode die in dit artikel wordt behandeld, blijkt Smeets de grootste speler te zijn. Daarbij is het wel opmerkelijk dat Eckert & Pflug uit Leipzig de tweede meest voorkomende lithograaf is, zij het op grote afstand van Smeets. Niet geheel toevalig is ook het briefhoofd van Smeets opgenomen in de selectie van briefhoofden met landschappelijke elementen.



Afb. 5: Boek- en steendrukkerij Smeets (Weert 1919) [Collectie SHCL]

Ondanks de voorkeur voor een ontwerper uit de eigen regio zochten Limburgse bedrijven soms ook lithografen van elders. Een goed voorbeeld vormen de briefhoofden van het bedrijf van de gebroeders Teeuwen uit Tegelen. De briefhoofden die voor 1905, 1918 en 1922 bewaard zijn gebleven werden ontworpen door Smeets. Het briefhoofd uit 1926 daarentegen werd door Eckert & Pflug ontworpen.

Het briefhoofd uit 1905 toont de bedrijfsgebouwen in Tegelen, Blerick en Kaldenkirchen, terwijl het briefhoofd uit 1922 ook een fabriek in Reuver weergeeft – een illustratie van de uitbreiding van de onderneming. Het ontwerp van het briefhoofd verschilt opvallend tussen 1905 en 1922. Wat nog opmerkelijker is, is dat het briefhoofd uit 1926, ondanks de wisseling van vormgever en drukker, sterke overeenkomsten vertoont met het briefhoofd uit 1922, dat door Smeets werd ontworpen. Hoewel de volgorde van de weergegeven fabrieken is aangepast, met Tegelen nu bovenin het midden, verschillen de briefhoofden niet noemenswaardig.



Afb. 6: Kleiwarenfabriek Gebr. Teeuwen (1905) [Collectie SHCL]

Het is zeer de vraag of het de keuze was van de gebroeders Teeuwen of van de ontwerper in Leipzig om dit eerdere ontwerp te handhaven. Het is mogelijk dat de gebroeders Teeuwen wilden vasthouden aan het ontwerp dat reeds bekend was bij hun bestaande klanten. Uit de overgebleven archieven is dit spijtig genoeg niet vast te stellen. De correspondentie van de drukkerijen en vormgevers met hun klanten is dikwijls moeilijk te reconstrueren uit de bestaande archieven. Volgens Liz McFall is dit te wijten aan een algemeen gebrek aan bronnen om onderzoek te voeren naar de geschiedenis van reclame-instellingen en -praktijken. Volgens haar beschouwen onderzoekers het vaak als een minder belangrijk onderdeel van zakelijke efemera, waardoor er minder documenten van bewaard zijn gebleven.²⁴ Zelfs de archieven van een belangrijke speler als de boek- en steendrukkerij Smeets zijn slechts gedeeltelijk bewaard gebleven in het gemeentearchief van Weert. Uit de aanwezige documenten kan geen correspondentie worden gereconstrueerd die inzicht geeft in de onderhandelingen voor het ontwerp van een briefhoofd tussen vormgever en klant.

24 Liz McFall, 'The language of the walls. Putting promotional saturation in historical context', *Consumption, Market and Culture* 7 (2) (2004) 107-128, aldaar 112. McFall wijst er ook op dat briefhoofden een belangrijke vorm van reclamatedrukwerk waren in de late negentiende en vroege twintigste eeuw; zie ook: Karen McGinnis, 'Minnesota letterheads: the evolution of business style', *Minnesota History* 61 (4) (2008) 132-147, aldaar 136.



Afb. 7: Kleiwarenfabriek Gebr. Teeuwen (1922) [Collectie SHCL]



Afb. 8: Kleiwarenfabriek Gebr. Teeuwen (1926) [Collectie HCL]

B) Fotografie

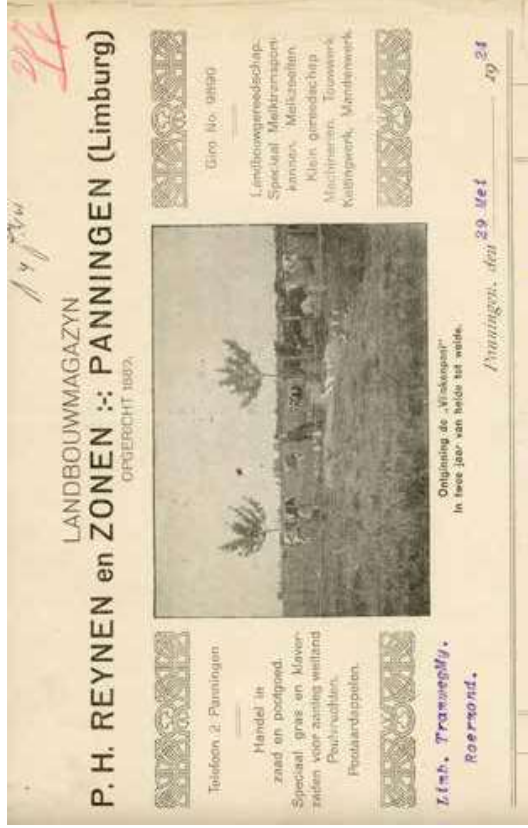
Hoewel dit artikel zich voornamelijk richt op lithografie, is het waardevol om ook de fotografische weergaven van landschappen op briefhoofden te onderzoeken. Daarbij is het niet zozeer het specifieke landschap op de foto's dat belangrijk is, maar vooral de redenen waarom een ondernemer voor fotografie kiest. Deze keuze biedt inzicht in de bredere context van de rol van landschappelijke elementen op briefhoofden. Zoals hierboven besproken (grafiek 1), is de selectie van briefhoofden die gebruikmaakt van fotografie vrij klein, met slechts negen exemplaren. Het gebruik van fotografie om landschappen op briefhoofden af te beelden besloeg een relatief korte periode, van 1919 tot 1951. Desondanks kunnen we enkele interessante bevindingen doen door deze briefhoofden te vergelijken binnen de bredere literatuur.



Afb. 9: Steengroeve en kalkwerk 'Bulkem' (1919) [Collectie HCL]

Fotografie lijkt vooral in de jaren 1920 relatief populair te zijn geweest op Limburgse briefhoofden. Opvallend is dat vooral sectoren die sterk verbonden zijn met het landschap zoals landbouw, mijnbouw en kalksteenwinning gebruikmaaken van fotografie van landschappen (zie afb. 9). In haar studie over de briefhoofden van Minnesota merkte Karen McGinnis op dat in de eerste decennia van de twintigste eeuw foto's vooral werden gebruikt op briefhoofden waarop akkerland of vee werd afgebeeld, om de authenticiteit van landbouw- en veeteeltproducten te onderstrepen. Net als bij de Limburgse briefhoofden constateerde zij voor Minnesota dat de fotografie minder fraai was dan de lithografieën, doordat de foto's meestal in halftoonreproductie werden gedrukt, wat resulteerde in een verminderde scherpte van de afbeeldingen. Daarnaast vereiste het afdrukken van foto's ook een speciale coating op het papier, waardoor het niet aangenaam was om er op te

schrijven.²⁵ Dit laat zien dat de nieuwste technologie niet altijd de beste keuze voor een briefhoofd was. De reden om voor fotografie te kiezen, moet daarom elders worden gezocht.



Afb. 10: Landbouwmagazijn P.H. Reynen en Zonen (1924) [Collectie SHCL]

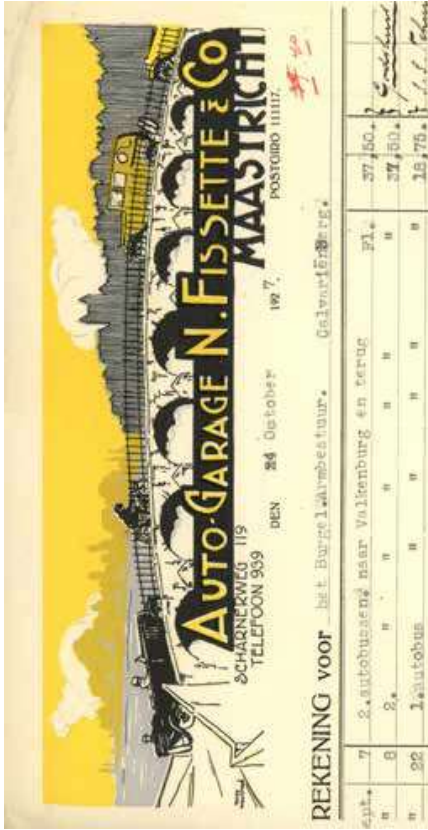
Het briefhoofd van het landbouwmagazijn van P.H. Reynen en zonen uit 1924 is een treffend voorbeeld. Centraal op het briefhoofd staat een foto van een weidelandschap met boer en koeien. De foto is aan beide zijden omlijst door een reeks van goederen en diensten die het landbouwmagazijn in aanbod had, versierd met verfraaiingen in de toen nog vrij nieuwe Art Deco-stijl. Onder de foto zien we de vermelding 'Ontginning de "Vinkenpeel" in twee jaar van heide tot weide'. Het briefhoofd verwijst niet zozeer naar een romantisch pastoraal beeld, maar eerder naar een sector die zich in volle ontwikkeling bevond en die in de loop van de twintigste eeuw een belangrijke schaalvergroting zou ondergaan. Voor dit soort werkzaamheden had een boer behoefte aan de producten die door Reynen werden verkocht, wat mogelijk de ondertoon van het briefhoofd moest zijn. Het gebruik van een foto, omlijst met Art Deco-motieven, kan worden gezien als een manier om te benadrukken dat de onderneming aansluiting zocht bij de nieuwste tech-

25 Ibidem, 144.

nologieën en trends. Een vergelijkbaar fenomeen werd door Andrew May vastgesteld bij de briefhoofden van autohandlaren in het Australische Melbourne aan het begin van de twintigste eeuw. De komst van de auto werd daar gepresenteerd in een context van prestige, vrijheid en moderniteit. Deze waarden werden op de briefhoofden van autobedrijven in Melbourne onderstreept door middel van officiële merkmalemen, gedetailleerde illustraties en het gebruik van het relatief nieuwe drukproces van fotografie.²⁶

C) Geabstraheerde weergaven

Pas na de opkomst van fotografie op briefhoofden zien we de opgang van illustraties die een geabstraheerde weergave van landschappelijke elementen bevatten. Deze stijl komt voor in uiteenlopende sectoren, van kleiwaren- en beschilderfabrieken tot reisbureaus en ontspanningsoorden. Met negentien exemplaren is de selectie van briefhoofden met geabstraheerde weergaven van landschappen groter, dan die met een fotografische opdruk.



Afb. 11: Autogarage N. Fissette en Co (1927) [Collectie HCL]

Het oudste briefhoofd uit de collecties van SHCL en HCL met een geabstraheerde weergave van landschappelijke elementen is dat van autogarage N. Fissette & Co uit 1927. Hierop is de Sint-Servaasbrug in Maastricht afgebeeld (de blik is gericht op het zuidwesten), met op de achtergrond het stedelijk landschap en de duidelijk

26 May et al., 'Paper ambassadors', 49.

herkenbare twee torens van de Onze-Lieve-Vrouwebasiliek. Op de brug zelf zien we een verscheidenheid aan motorvoertuigen die voor onderhoud bij de garage van Fissette & Co terecht kunnen. De ontwerper en illustrator van het briefhoofd was de Maastrichtenaar Tony Hourman.

De geabstraheerde weergaven op de briefhoofden baseerden zich niet enkel op het daadwerkelijke landschap; ze konden zich ook inspireren op eerdere lithografieën en waren op die manier een doorontwikkeling daarvan. De briefhoofden van de textielfabriek Frans Beeren en Zonen uit 1949 en 1966 zijn treffende voorbeelden van deze evolutie van lithografie naar een meer geabstraheerde weergave. Het briefhoofd uit 1949 toont een fotolitho, ontworpen door drukkerij Smeets. Daarop zien we de bedrijfspanden schuin weergegeven, met daarvoor de spoorlijn. Op de achtergrond is een dorpslandschap te zien, in de richting van Altweerth, Keent en Moesel.



Afb. 12: Tritontage Fabrieken Frans Beeren en Zonen N.V. (1949) [Collectie SHCL]

Het briefhoofd uit 1966 biedt een geabstraheerde weergave van ditzelfde tafereel. Naast de hogere mate van abstractie valt op dat de mensen die op het eerdere briefhoofd staan afgebeeld, niet meer aanwezig zijn. Dit is tevens een van de meest recente voorbeelden van een geabstraheerde weergave van een landschap in de briefhoofdencollectie.



Afb. 13: Tricotage Fabrieken Frans Beeren en Zonen N.V. (1966) [Collectie SHCL]

Visuele clichés

Nu we in brede lijnen de briefhoofden met landschappelijke elementen hebben besproken en geclassificeerd, kunnen we overgaan tot een meer diepgaande analyse van deze elementen. Gezien de beperkte selectie van briefhoofden met fotografische en geabstraheerde weergaven van landschappelijke elementen, richten we onze analyse op de 87 briefhoofden die lithografische technieken gebruikten.

In zijn studie over het afbeelden van de industriële omgeving van Hamilton (Ontario) van 1884 tot 1910 op stedelijk promotiemateriaal, identificeerde politiek historicus Dominic Alessio enkele veelvoorkomende visuele clichés.²⁷ Deze clichés zijn ook te herkennen op de Limburgse briefhoofden.²⁸ Het betreft: a) kunstmatig vergroten van de schaal van de fabrieksgebouwen, b) afbeelden van rokende schoorstenen, c) weergave van transportfaciliteiten, d) afbeelden van fabrieken met op de achtergrond leegstaande stukken land, en e) afbeelden van de industriële omgeving als geordend en hygiënisch. Vooral bij de laatste drie (c, d en e) kunnen we spreken van landschappelijke elementen. Deze komen doorgaans voor in combinatie met de afbeelding van een fabrieksgebouw of bedrijfspand,

27 Alessio, 'Capitalist realist art'.

28 Naast de Limburgse exemplaren zien we deze visuele clichés ook voorkomen in briefhoofden uit andere gebieden in België en Nederland; zie bijvoorbeeld: W.H.P.M. van Hooff, 'Helmonds textielnijverheid in de 19de eeuw op briefhoofden', *De Vlasbloem: historisch jaarboek voor Helmond* 5 (1984) 135-155; Henk van Tilburg en Wim van den Hoonaard, 'Pareltjes van vormgeving: Amersfoortse briefhoofden', *De Kroniek: nieuwsbrief historisch Amersfoort* 13 (4) (2011) 12-13; Jürgen Mestdagh, 'Historische briefhoofden: niet meer dan een marketing tool voor de ijdele ondernemer', *Tijdschrift voor industriële cultuur* 23 (92) (2005). doi:https://doi.org/10.21825/tic.v23i92.8235.

omdat ze volgens Alessio bedoeld zijn om de stedelijke industrie en het proces van industrialisering in een positief daglicht te stellen.²⁹

Van de 87 Limburgse briefhoofden die lithografie gebruiken, tonen er 81 een fabrieksgebouw. Voor onze analyse zullen we ons beperken tot deze groep briefhoofden. De zes exemplaren die op basis van dit criterium worden uitgesloten, betreffen drie briefhoofden gerelateerd aan een horecagelegenheid, een garage, een lithograaf (C.W. Kohl uit Maastricht) en een zuivelhandel.

Tabel 1. Visuele clichés op briefhoofden waarop een fabrieksgebouw of handelspand wordt afgebeeld

Fabrieksgebouw/ pand	Rokende schoorstenen	Transport- faciliteiten	Leegstaand land	Hygiënische/ geordende omgeving
81	76	79	38	47
100%	93,8%	97,5%	46,9%	58%

a. Kunstmatig vergroten van de schaal van de fabrieksgebouwen

Een van de meest voorkomende visuele clichés was het weergeven van fabrieksgebouwen in heroïsche proporties. In haar studie over reclamedrukwerk van bedrijven in Groot-Brittannië tijdens de periode 1780-1925, merkt Liz McFall op dat de grootte van de bedrijfspanden een belangrijke rol speelt om de uitstraling van de onderneming kracht bij te zetten.³⁰

Het is dus niet verwonderlijk dat men fabrieksgebouwen op de briefhoofden groter wilde laten lijken dan in werkelijkheid het geval was.³¹ Dit werd enerzijds bereikt door de gebouwen op een vergrote schaal af te beelden en anderzijds door de mensen en voertuigen in de nabijheid kleiner voor te stellen. Het was de bedoeling om op die manier de kijker een gevoel van ontzag, vertrouwen en respect voor de opkomende industrie te geven.³² Aangezien het vaak lastig en tijdsintensief is om empirisch vast te stellen dat de schaal van de gebouwen op een briefhoofd is aangepast, hebben we dit element niet in de bovenstaande tabel opgenomen.

We kunnen echter aan de hand van het voorbeeld van de Maastrichtse Meelfabriek 'De Maasmolen' uit 1894 illustreren hoe een onderneming 'schaalvoordeel' probeerde te behalen uit een briefhoofd. Op het briefhoofd zijn onder de daklaag

29 Alessio, 'Capitalist realist art', 443.

30 McFall, 'The language of the walls', 120-122.

31 Voor de tweede helft van de negentiende eeuw merkte Karen McGinnis dit ook op voor briefhoofden uit Minnesota; zie: McGinnis, 'The evolution of business style', 136.

32 Alessio, 'Capitalist realist art', 444.

drie verdiepingen zichtbaar. Daarnaast heeft het gebouw een rokende schoorsteen die ver boven het dak uitsteekt en zien we enkele personen met paard en wagen afgebeeld. Wanneer we dit beeld vergelijken met een foto uit de periode 1890-94, stellen we vast dat alle drie deze elementen niet overeenkomen met de werkelijkheid.³³ Het meest opvallend is dat er zich niet drie maar twee verdiepingen onder het dak bevinden. Daarnaast zijn de proporties van de schoorsteen sterk overdreven. Tevens zijn de personen op het briefhoofd wel erg klein weergegeven, waardoor de fabriek op papier imposanter voorkomt.³⁴



Afb. 14: Meelfabriek 'de Maasmolen' (1894) [Collectie HCL]



Afb. 15: Maastricht, Maasmolendijk. Overzicht vanaf de Bokstraat (tussen de Maas en de huidige Kesselskade). De Maasmolen is in 1895 afgebroken. [HCL Beeldbank, Fotocollectie GAM. Nr 22397. 1/1/1890-31/12/1894]

33 Deze methode om de afbeeldingen op briefhoofden te vergelijken met oude fotografiefen wordt o.a. beschreven in McGinnis, 'The evolution of business style', 136 en in May et al., 'Paper ambassadors', 47.
34 Het voorbeeld van de Maasmolen werd uitgewerkt door Juul Uilenreef in het kader van haar onderzoek voor het MaRBLe-programma aan University College Maastricht tijdens het 2023-2024 academisch jaar.

b. Rokende schoorstenen

Tegenwoordig leggen bedrijven vooral de nadruk op duurzaamheid en een verminderde uitstoot van broeikasgassen.³⁵ In de negentiende en twintigste eeuw werden rokende schoorstenen juist afgebeeld als symbolen van succes, voorspoed en industriële productiviteit.³⁶ Dit is misschien wel het vaakst voorkomende cliché in het handelsdrukwerk dat in industrialiserende staten en regio's werd gemaakt.

Van de 81 Limburgse briefhoofden waarop een bedrijfspand of fabriek is afgebeeld, tonen er 76 een rokende schoorsteen.³⁷ Het briefhoofd van de C.V. Maas-trichtse Oliehandel uit 1924 illustreert dat het afbeelden van rokende schoorsteen-ten zo gangbaar was dat het zelfs werd gebruikt bij bedrijven zonder industriële productieve activiteiten. In dit geval wordt een magazijn afgebeeld met rokende schouwen op de achtergrond, op de locatie aan het Bassin waar tegenwoordig de Lumière Cinema is gevestigd. In werkelijkheid waren schoorstenen trouwens niet steeds zichtbaar door rookpluimen, hetgeen blijkt uit de vergelijking van het briefhoofd en de fotografie van de Maasmolen hierboven (afb. 14 en 15). Rokende schoorstenen waren overigens niet enkel een element op lithografieën. Het voorbeeld van het briefhoofd van de textielfabriek van Frans Beeren uit 1966 (afb. 13) toont aan dat het cliché van de rokende schoorstenen ook voortleefde in meer geabstraheerde weergaven.



Afb. 16: C.V. Maastrichtse Oliehandel (1924) [Collectie SHCL]

35 May et al., 'Paper ambassadors', p. 48.
36 Alessio, 'Capitalist realist art', 452 en Mestdagh, 'Historische briefhoofden', 7.
37 Jac van den Boogard was de eerste die verwees naar dit visueel cliché voor de Limburgse briefhoofden, zie: Van den Boogard, 'Ter attentie van ...', 182.

c. Transportinfrastructuur

De weergave van transportfaciliteiten komt op bijna alle briefhoofden in onze selectie voor, namelijk bij 79 van de 81 exemplaren. Vooral treinsporen (en treinen), kanalen (en boten), auto's alsook paard en wagen worden vaak afgebeeld. Alessio wijst erop dat bedrijven vaak verschillende transportfaciliteiten in de directe omgeving afbeeldden om de mogelijkheden voor het vervoer van ruwe materialen naar de fabriek en voor het efficiënte transport van afgewerkte producten naar de klant te benadrukken.³⁸ Daarnaast speelden waterlopen een rol bij het productieproces van specifieke producten, zoals staal, of bij het goedkoop afvoeren van afvalstoffen.³⁹ Transportfaciliteiten waren ook belangrijk voor de pendel van arbeiders.⁴⁰ Volgens Jurgen Mestdagh moet het afbeelden van transportmogelijkheden worden geïnterpreteerd als een manier van ondernemers om voorspoed en industriële ontwikkeling uit te beelden.⁴¹

Dergelijke infrastructurele elementen maken ook deel uit van de landschappelijke verbeelding. Wegen, spoorlijnen en kanalen zijn kenmerkend voor wat wel 'ordinary landscapes' genoemd worden, gewone landschappen, die zich onttrekken aan het klassieke beeld van aantrekkelijke rurale landschappen maar evengoed of zelfs in meerdere mate de menselijke horizon bepaalden.⁴² Deze transportmogelijkheden speelden ook een belangrijke rol bij visuele representaties van de opkomende industriesteden in Groot-Brittannië, zoals Katy Layton Jones aantoonde voor de periode 1780-1880.⁴³

Het briefhoofd van de Stoomsteenfabriek Belvédère uit 1906, ontworpen door Smeets uit Weert, is een uitstekend voorbeeld van dit visuele cliché, omdat het vrijwel alle transportmiddelen afbeeldt die in de vroege twintigste eeuw in een stedelijke context beschikbaar waren. Het toont duidelijk spoorlijnen met zowel goederen- als personentreinen, schepen die in het kanaal liggen aangemeerd, en werklieden die met paard en wagen aan het werk zijn. In de linker bovenhoek staat bovendien de expliciete vermelding 'directe verbinding met spoor en kanaal'. Het enige transportmiddel dat ontbreekt in dit plaatje zijn auto's, die als vrachtvervoerders waarschijnlijk nog niet in beeld waren. Wat we zien, is het stedelijk-industriële droombeeld van de periode rond dewisseling van de negentiende en twintigste eeuw. Stad, heuvellandschap, infrastructuur en fabriek in één tafereel verenigd.

38 Ook naar verwezen in briefhoofden voor Minnesota door: McGinnis, 'The evolution of business style', 139.
39 Zie het eerdere voorbeeld van de leerlooierij en leertouwerij van de gebroeders Coopman, zie: afb. 1.
40 Alessio, 'Capitalist realist art', 444.
41 Mestdagh, 'Historische briefhoofden', 7.
42 D.W. Meinig (ed.) *The Interpretation of Ordinary Landscapes*. Geographical Essays (New York/Oxford 1979).
43 Layton Jones, 'Advertising the town', 123.



Afb. 17: Stoomsteenfabriek 'Belvédère' (1906) [Collectie HCL]

d. Fabrieken met op de achtergrond leegstaande stukken land

Leegstaande stukken land op de achtergrond komen minder vaak voor dan de eerder besproken visuele clichés, en zijn te zien op 38 van de 81 briefhoofden.⁴⁴ Alessio observeerde in promotiemateriaal voor Hamilton dat fabrieksgebouwen vaak werden afgebeeld te midden van leegstaande voorstedelijke terreinen. Dit visuele element diende om het succes en de welvaart van de stad door middel van industriële ontwikkeling te benadrukken. Het leegstaande land symboliseerde volgens Alessio de mogelijkheden voor toekomstige expansie en groei, zowel van de industrie als van de stedelijke gebieden.⁴⁵

Het briefhoofd van de Stoompannenfabriek in Echt uit 1918 is een treffend voorbeeld van een fabriekscomplex dat wordt afgebeeld tegen een achtergrond van leegstaand land. Centraal op het briefhoofd staan de fabriekspanden, compleet

44 Alessio geeft geen definitie voor hetgeen hij bestempelde als 'unused suburban land' of 'vacant plots of land'. Uit een analyse van de briefhoofden die hij voor zijn studie gebruikte en de Limburgse briefhoofden, kunnen we vaststellen dat het niet gaat om zogenaamd braakliggend land. Doorgaans betreft het akker- of weiland, de term 'leegstaand' doelt in de context van dit artikel louter op het feit dat er geen industriële of bouwkundige ontwikkelingen hebben plaatsgevonden op deze terreinen.
45 Alessio, 'Capitalist realist art', 444.

met rokende schoorstenen, terwijl op de voorgrond verschillende transportfaciliteiten zijn afgebeeld. In de verte is de gemeente Echt zichtbaar. De fabriek is omgeven door uitgestrekte stukken leegstaand land, met hier en daar verspreid enkele woningen in het achterliggende landschap. Dit visuele element benadrukt duidelijk de mogelijkheden voor toekomstige expansie van de bedrijvigheid.



Afb. 18: De Stoomdakkpannenfabriek te Echt NV (1918) [Collectie HCL]

e. Geordende en hygiënische omgeving

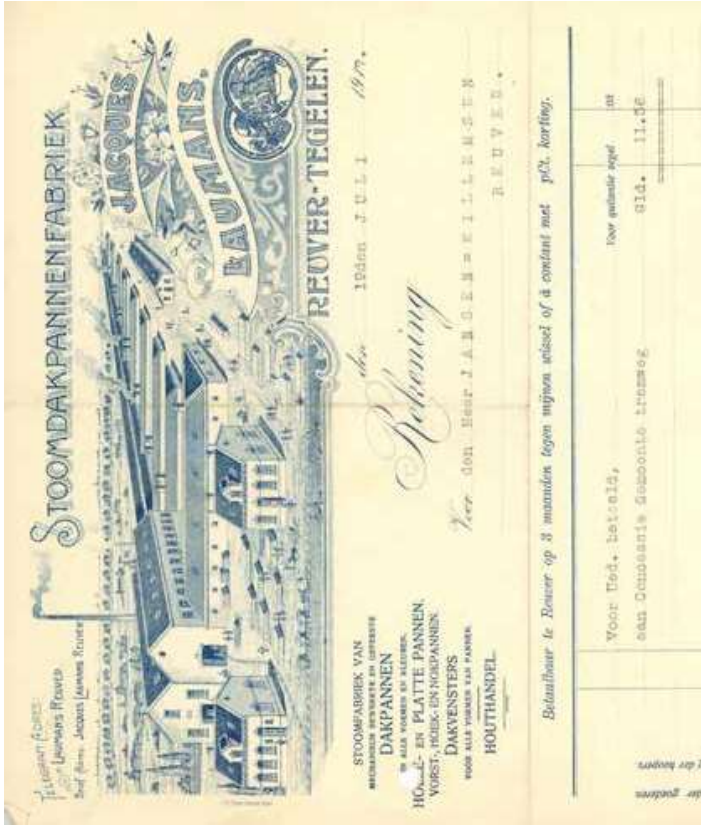
Het laatste visuele cliché dat op onze briefhoofden voorkomt, is de weergave van de omgeving rond fabrieken als geordend en hygiënisch. Dit element is aanwezig op 47 van de 81 onderzochte exemplaren. Volgens Alessio diende dit cliché om de efficiëntie en ordelijkheid van het productieproces te benadrukken. Het droeg bij aan het scheppen van een positief beeld van de opkomende industrie en industrie-steden volgens een georganiseerde, mechanische visie die aansloot bij opvattingen van moderniteit.⁴⁶ Het natuurlandschap werd als het ware visueel gereedgemaakt voor een transformatie naar een nieuwe functie.⁴⁷

Wanneer we het briefhoofd van de Stoomdakkpannenfabriek van Jacques Laumans uit 1917 vergelijken met een luchtfoto van dezelfde fabriek uit 1936, blijkt

46 Ibidem, 456.

47 Zie Wright, "The Image Makers' voor een bespreking van hoe de Industriële Revolutie het Amerikaanse landschap transformeerde en hoe visuele representaties van deze veranderingen, zoals schilderijen en lithografieën, het succes van vroege industrieën en infrastructuur bevorderden door deze ontwikkelingen op een positieve manier weer te geven.

opnieuw sprake te zijn van een geconstrueerde weergave van de werkelijkheid in de lithografie. Hoewel de hoge schoorsteen van het centrale gebouw op beide beelden duidelijk herkenbaar is, wijkt de geordende en hygiënische omgeving op het briefhoofd van 1917 aanzienlijk af van de werkelijkheid die op de luchtfoto zichtbaar is. Waar de gebouwen op de tekening netjes in lijn staan, de werknemers ijverig in de buitenlucht aan het werk zijn, en het geheel is ingebed in een passende halflandelijke omgeving, toont de foto een rauwere werkelijkheid: een vrij onordend fabrieksterrein zonder zichtbare arbeiders en een strikte scheiding tussen het bedrijf en het omliggende land. Daarbij moeten we opmerken dat er bijna twintig jaar zit tussen de lithografie en de luchtfoto, dus het is mogelijk dat de situatie in de loop der jaren is veranderd. Dit voorbeeld van de Stoomdakkpannenfabriek van Laumans is echter het enige waarvan we zowel een lithografie als een luchtfoto hebben binnen de briefhoofdencollecties van zowel SHCL als HCL.



Afb. 19: Stoomdakkpannenfabriek Jacques Laumans (1917) [Collectie SHCL]



Afb. 20: Stoomdakpannenfabriek Jacques Laumans (1936) [Collectie SHCL]

Net als Alessio in zijn studie over Hamilton concludeert, kunnen we vaststellen dat de Limburgse briefhoofden lithografische afbeeldingen bevatten die een onverminderd positief beeld van de industriële bedrijvigheid uitstralen. Ze moesten vertrouwen opwekken bij zowel klanten als investeerders en legitimeerden de transitie naar een moderne samenleving, gebaseerd op economische voorspoed, harmonie en de industrialisering van zowel stedelijke als rurale landschappen.

Conclusie

Op basis van een selectie uit de Limburgse briefhoofdencollectie waarop landschappelijke elementen te zien zijn, hebben we verschillende representaties van het Limburgse landschap op gedrukte ‘efemera’ in beeld gebracht. Klein handelsdrukkwerk werd in de negentiende eeuw een massaproduct, dat zich echter goeddeels aan de wetenschappelijke historische blik onttrokken heeft. De landschappelijke verbeelding op deze bronnen biedt echter interessante inzichten in het zelfbeeld en de maatschappelijke positie van Limburgse bedrijven van het midden van de negentiende tot het midden van de twintigste eeuw.

Buiten een incidentele heuvelrij op de achtergrond is er weinig Limburgs aan de representatie van het landschap op de briefhoofden. De Limburgse briefhoofden die wij hebben bekeken volgen de mode en de clichés die we ook elders in Nederland en daarbuiten zien. Het perspectief evolueert geleidelijk van

een frontaal, redelijk ‘close-up’ aanzicht (de vignetteergave), naar een half-hoog straatbeeld en uiteindelijk naar een totaalbeeld in vogelperspectief. Deze opeenvolging is enerzijds te verklaren uit internationale trends in de lithografische weergave van bedrijven op briefhoofden; anderzijds ook uit de groeiende omvang van individuele ondernemingen, die ook de Limburgse economische ontwikkeling kenmerkt.

Bij nadere beschouwing zijn in de landschappelijke elementen narratieven te ontdekken, die met name de stedelijke en industriële cultuur in Limburg een zekere duiding geven. Niet heel verwonderlijk werden de gebouwen op de briefhoofden vaak uitvergroot ten opzichte van de werkelijkheid. Er kwam een verdieping bij, het bedrijfscomplex werd kunstmatig uitgebreid, en het perspectief werd aangepast, waardoor de gebouwen groter leken. De rokende schoorstenen zijn wellicht de meest voorkomende gemeenplaats. Vrijwel iedere zichzelf respecterende fabriek voorzag zich van een of meer flink pluimende schouwen, soms zelfs als de onderneming zelf geen activiteit ontplooidde waarvoor een schoorsteen nodig was. Waar rook was, was vuur en waar vuur was, draaide een goed bedrijf, zo was de impliciete mededeling. Een florerend bedrijf had behoefte aan transportmogelijkheden. Vandaar dat dikwijls karren en wagens, treinen en schepen staan afgebeeld, met de daarbij behorende infrastructuur: verharde wegen, kanalen en spoorwegen. Het ideale stedelijke landschap wemelde van de bedrijvigheid, terwijl het achterliggende rurale landschap vaak werd gezien als een ruimte waarin industriële expansie mogelijk was. De ondernemingen zelf waren ordelijk en schoon, ondanks de rokende schouwen, en gaven een uiterst positief beeld van de moderne industriële stad.

Limburg onderscheidde zich in weinig van de voorbeelden die we van elders kennen. Dat is op zichzelf interessant: ondernemers wilden zichzelf en hun omgeving zien als onderdeel van een moderne samenleving, die mee kon in de vaart der volkeren. Er was geen sprake van een cultivering van een eigen Limburgbeeld, zoals dat in het negentiende-eeuwse culturele domein geleidelijk gestalte kreeg.⁴⁸

48 J. Leerssen, ‘De Limburgse identiteit’, in: *Limburg. Een geschiedenis*, deel 3 Vanaf 1800 (Maastricht 2015) 303-322.