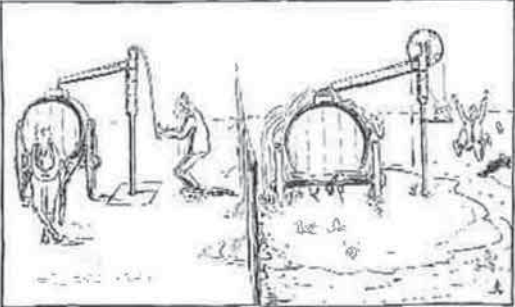


# Handelscatalogi, reclame als bron voor de geschiedenis van de technieken

Technische collecties spreken niet uit zichzelf. Soms heeft men geen idee waarvoor een instrument diende, of uit welke periode het stamde. Reclame, en meer bepaald handelscatalogi, kunnen daar, ondermeer, een antwoord op bieden. Het Museum voor de Oudere Technieken in Grimbergen, het museum van 'wat door spieren, water en wind aangedreven wordt', werkt daarom al jarenlang aan een *Repertorium van de Belgische handelscatalogi*, dat de handelscatalogi als bron voor onderzoek moet ontsluiten. In 2007 wordt het repertorium online beschikbaar gesteld.

Het volgende artikel gaat in op het gegeven 'reclame' en de mogelijkheden en moeilijkheden van de handelscatalogus als bron voor onderzoek naar het technisch en industrieel verleden.

Om aal te pompen.. moet ge er zooveel zweel niet bij laten !



**DUURZAAM !** **GOEDKOOP !**

Hij heeft geen tijd om te drinken. Hij heeft geen tijd meer om te drinken.

**Landbouwers ! Let wel op !**

Een nieuw mechanisch stelsel voor twee aalpompen. Met den motor der waaschmachine: vraagt het 450 L per minuut.

**Grieterijen en Werkhuizen H. LEBEAU, Gilly** (bij Charleroi, België)  
Tél. : Charleroi 4222

De uitvinding van de boekdrukkunst rond 1450 was voor de reclame een mijlpaal. Toch bleef het papier nog lang voorbehouden aan de elite, het was te kostbaar om als wegwerpproduct te gebruiken. Zo werden al in de 15<sup>de</sup> eeuw affiches gebruikt om wetswijzigingen en maatregelen aan het volk mee te delen en in de 16<sup>de</sup> eeuw kondigde Shakespeare er zijn voorstellingen mee aan. Maar pas twee eeuwen later zullen ook handelaars en ondernemers er het nut van inzien.

De eerste gedrukte kranten verschenen in de 17<sup>de</sup> eeuw, maar het potentieel voor reclame bleef aanvankelijk onbenut. De weinige advertenties werden gedrukt in de vouw of aan de achterzijde. Het commerciële drukwerk zal zich pas ontwikkelen na de mechanisering van de druktechniek in de 18<sup>de</sup> eeuw. Vanaf het einde van de 19<sup>de</sup> eeuw werd de gedrukte tekst het medium om van alles en nog wat bekend te maken en aan de man te brengen.

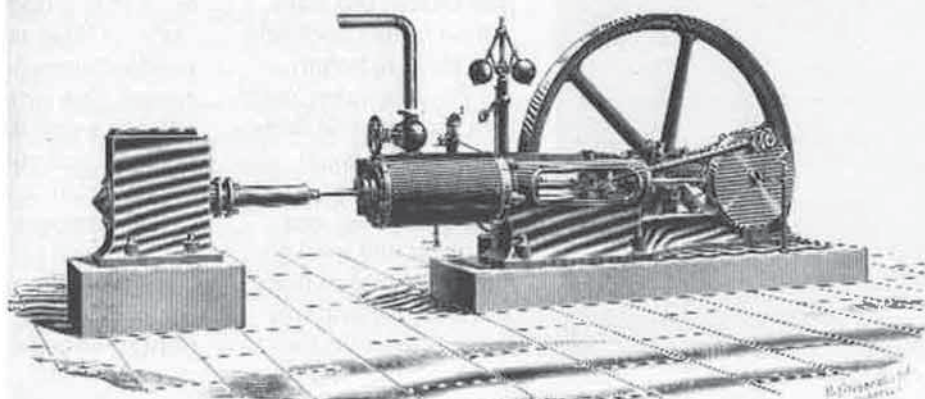
## OVER VORMEN EN FORMATEN

De gedrukte reclame heeft in de voorbije eeuwen verschillende vormen aangenomen. Met een aankondiging wenst men het bestaan van een firma of van een nieuw product bekend te maken. Een los vel wordt rondgegeven, opgestuurd of aangeplakt en brengt ons

**Katrien Vanbrabant** (1972) Licentiaat in de Archeologie. Gediplomeerde in de Culturele Studies. Wetenschappelijk medewerker van het MOT in Grimbergen sinds 2002.  
**Johan David** (1948) Licentiaat in de Klassieke Filologie. Gediplomeerde in de Middeleeuwse Studies. Museumconservator van het MOT in Grimbergen sinds 1982.

Reclame is waarschijnlijk even oud als de mens. De oude Grieken en de Romeinen maakten mondeling reclame, waarbij de kooplui luidkeels hun waar aanprezen. Het woord reclame is trouwens afgeleid van het Latijnse woord 'reclamare', wat 'hard schreeuwen' betekent. Pas later ging men ook het schrift gebruiken, bijvoorbeeld in de vorm van graffiti. Al gauw ontdekte men de kracht van beelden om een boodschap over te brengen en ging men verluchtingen aanbrengen op muren, gevelstenen en uithangborden.





Dispositif d'une machine A. Bollinckx genre Rider.

fig. 2)  
Aankondiging stoom-  
machine, 1894.  
Ateliers de construction  
H. Bollinckx, Brussel.

fig. 3)  
Advertentie van  
G. Charle, Moorseele  
uit 1901, in:  
L. VERSNICK, Grond-  
beginselen welke de  
pachteres niet missen  
kan. Leergang gegeven  
aan boerinnen te  
Borsbeke in 1894  
(Zottegem, 1901/2).

**HUISMOEDERS!** die willen **TIJD, ARBEID en ZEEP** sparen  
koopt de Nieuwe Waschmachien « New American Washer » (brevet Coucke).

Algemeen agent voor den verkoop :

**GUSTAAF CHARLE**

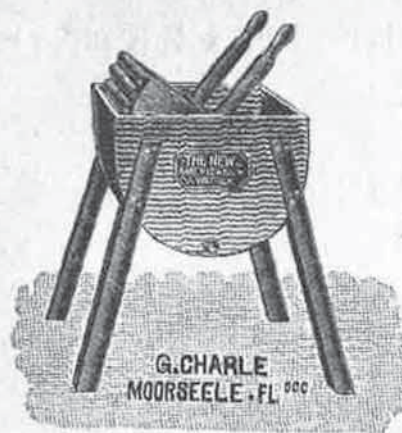
te **MOORSEELE**, bij Kortrijk.

Zij is de **allerbeste** der bestaande wasch-  
machienen, zij behandelt het waschgoed  
gelijk de handen der waschvrouw; het  
goed verslijt er niet mede en een kind van  
12 jaar wascht minstens zes maal zoo ras  
als de beste waschvrouw.

Zij is gewaarborgd tegen het druipen  
door gebreveteerde spanriemen die den  
sink tegen de wanden pressen.

Ren cylindcr-wringmachien kan er op  
toegepast worden; deze kost van 20 tot  
30 frank volgens grootte.

Vrachtwij geleverd en betaalbaar op statie :  
Model 1, Waschende 5 hemden in 5 minuten :  
20 frank. — Model 2, waschende 7 hemden in  
5 minuten : 24 frank.



bij voorbeeld ter kennis dat het werken met de beerpomp van H. Lebeau veel minder vermoeiend is dan met een handpomp (fig.1). Je vindt ook aankondigingen op de achterzijde van prijsoffertes, leveringsbewijzen, facturen, wenskaarten en briefhoofden. Soms is dat voor de specialist niet overtuigend genoeg, dan verschijnt er b.v. een boekje waarin alle voordelen van een bepaalde stoommachine uitvoerig worden beschreven (fig. 2).

Om een breder publiek te treffen worden ook aankondigingen gepubli-

ceerd in een krant, een tijdschrift of een boek. Zo bereikt men de landbouw(st)ers door een advertentie in de 'Grondbeginselen welke de pachteres niet missen kan' (fig.3). Sommige aankondigingen zijn enkel bedoeld om de naambekendheid van een firma te vergroten, zoals de kleine wereldatlas van *Delhaize Frères & Cie* (fig.4) of de bezoekersgids van de *Stoommolens en Grootte Bakkerij van Antwerpen* (fig.5).

Sommige firma's geven een **gedenkboek** uit ter gelegenheid van bv. het 50-jarig bestaan. Hierin wordt de

fig. 1, links)  
Aankondiging  
beerpomp, ca 1930.  
Reclameblad van  
H. Lebeau, Gilly.





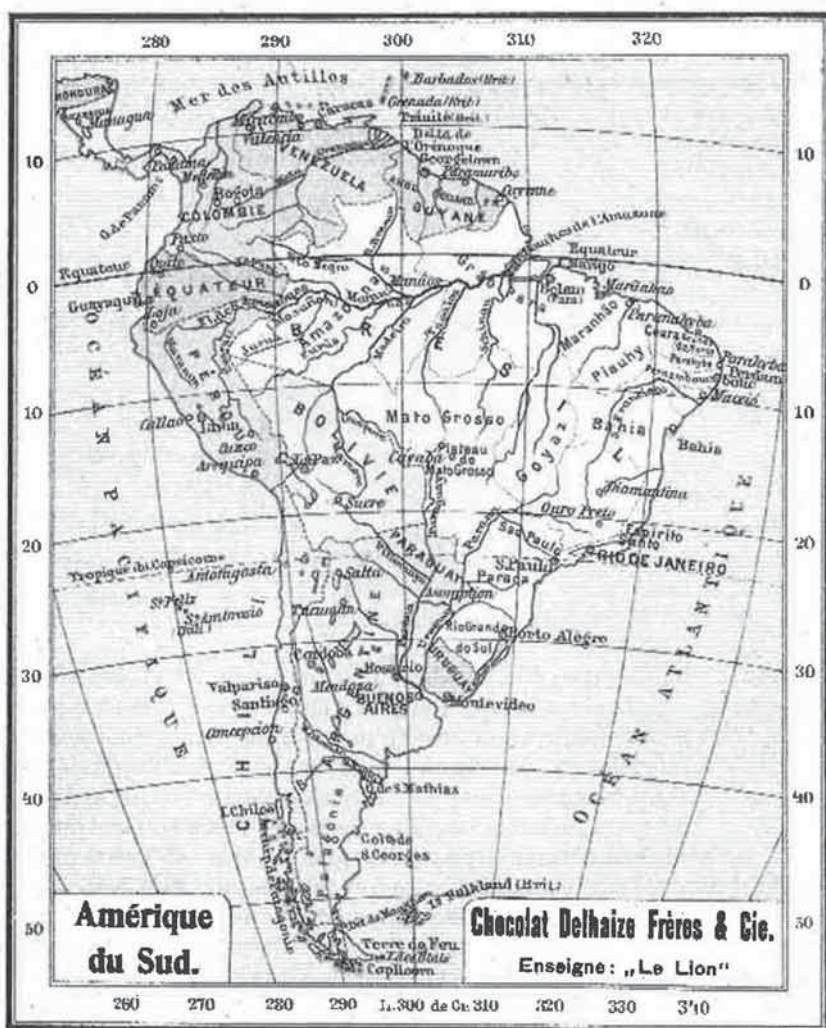
fig. 4a-b)  
Atlas van voor 1917.  
Delhaize Frères & Cie,  
Brussel.

geschiedenis van het bedrijf beschreven, maar je krijgt uiteraard ook interessante productinformatie. Een klein aantal firma's heeft zelfs een eigen tijdschrift.

Een bijzondere vorm van reclame is de **onderrichting**. Dat is een document of een bundel uitgegeven door een fabrikant met wenken om iets te maken of te doen met behulp van de bedrijfsproducten.

Zo verschenen er kookboekjes uitgegeven door eetwarenfabrikant Dr. Oetker en door Nestor Martin kookfornuizen, of de bundel *'Praktische raadgevingen aan de strijksters'* door de stijfselfabrieken Remy in Wijgmaal. Er verschenen ook handleidingen om daken te maken en zomeer. Ook de gebruiksaanwijzingen rekenen we bij deze categorie, hoewel het strikt genomen geen reclame-middelen zijn.

De **catalogus** is een gedrukte lijst van door een persoon of firma vervaardigde of verkochte goederen, vaak met een beschrijving, de afmetingen, een prijslijst en zomogelijk afbeeldingen.



Edn. Delhaize Frères & Cie, Bruxelles.

Lith. Praeger & Lejda, Berlin.



fig. 5 onder) De 'trade catalogues' (UK) of 'trade Gids voor een bedrijfsbezoek uit 1911.

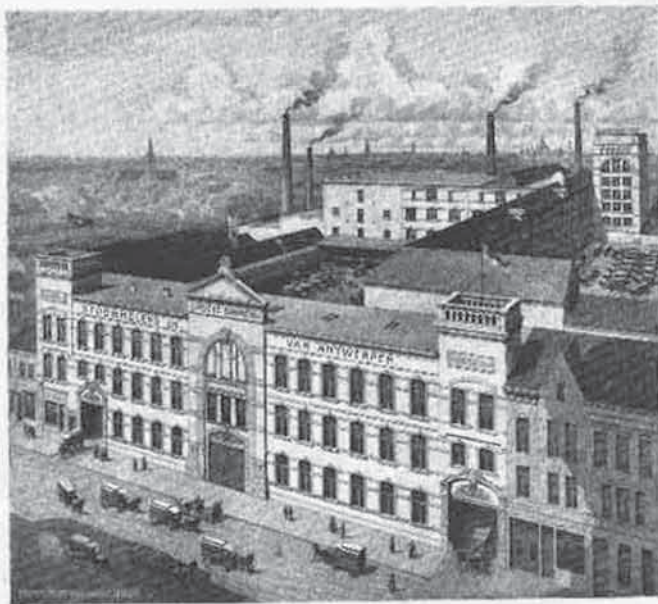
Beschrijving der Fabrieken De Stoommolens en Grootte Bakkerij van Antwerpen.

fig. 6a) Luxe-uitgave, ca 1905. M. Schaerer, Brussel. Catalogue illustré d'instruments, d'appareils et d'installations pour la médecine et la chirurgie.

De 'trade catalogs' (USA) vonden in de 19<sup>de</sup> eeuw ingang in de Angelsaksische landen. In België werden de meeste handels-catalogi of 'catalogues industriels' pas vanaf het begin van de 20<sup>ste</sup> eeuw gedrukt. In een artikel verschenen in 1883 in het *Bulletin du Musée Commercial* klaagt de auteur erover dat men in België weinig of geen gebruik maakt van de catalogus om de buitenlandse handel aan te sporen. In België wordt lang de voorkeur gegeven aan de rondreizende vertegenwoordiger of "voyageur" en het verkopen op proef. Maar die kleinschalige verkoopstechnieken zijn niet

geschikt om het snel stijgende consumptiegedrag te volgen.

Na de Eerste Wereldoorlog gaan de Belgische fabrikanten zich pas echt toeleggen op de massa-marketing. Om hun producten aan de man te brengen worden kosten noch moeite gespaard. Soms waren het dure ingebonden exemplaren, zoals die van M. Schaerer (fig. 6).



Maar het kon evengoed gaan om een enkel vel van postkaart- tot posterformaat. Het gewicht van een catalogus was van belang om de verzendkosten te drukken. Daarom worden handels-catalogi veelal gedrukt op goedkoop, dun papier.

**Beschrijving**

der Fabrieken

**De Stoommolens  
en  
Grootte Bakkerij**

VAN ANTWERPEN

6. BRUGSTRAAT

Telefoon 1829

**Description**

des Usines

**Les Moulins à Vapeur  
et  
Grande Boulangerie**

D'ANVERS

6. RUE DU PONT

Téléphone 1829

**EEN UNIEKE EN AUTHENTIEKE BRON**

De reclame is een spiegel van de maatschappij en meer bepaald van de behoeften, de verlangens en de mogelijkheden van de mens. Elke advertentie is een authentieke tijdsopname, waaruit we heel wat betrouwbare informatie kunnen halen over de producent, over de verkoper en over de producten. Het zijn, een beetje zoals de archeologische vondsten, originele bronnen voor de geschiedenis van onze materiële cultuur. Er werden handelscatalogi gedrukt voor nagenoeg alle producten, zoals werktuigen, huisraad, kledij, meubels, voer-



## SUSTENTEUR

Pour extraire le JUS CUIT de la viande

### MODE D'EMPLOI

Prenez : viande fraîche de bœuf, dans les régions charnues, sans os ni graisse, coupez en morceaux, gros comme une noix; ajoutez, si vous le désirez, une rondelle de carotte et un blanc de poireau; jetez le tout dans le vase et absolument sans eau, plongez jusqu'à la ligne d'immersion indiquée, dans l'eau maintenue bouillante; retirez, sans passer, après 4 heures environ; salez au goût, après cuisson.



### INSTRUCTION

Le jus cuit de la viande, extrait au moyen de ce vase, a, par sa saveur exquise et ses qualités digestives, frappé l'attention et fixé les suffrages des médecins. Il est inappréciable dans les convalescences, les anémies et dans toutes les maladies où

l'alimentation présente des difficultés.

N. B. — Mêlé au bouillon, il donne aussi un excellent consommé.

Contenance : 500 750 1000 1500 grammes

Prix : Fr. 8.75 10.00 11.50 13.00

Ces appareils sont en étain pur, conforme à la loi.

## RÉCHAUD A PÉTROLE

— ÉMAILLÉ —

### SÉCURITÉ

Pas d'odeur

Prix avantageux

Pas de suintement

**NOUVEAU !**

### PROPRETÉ

Pas de réparations

Mèches plates

Facile à allumer

**PRATIQUE !**



Prix : A deux mèches, simple, fr. 7.50 ; le même, double, fr. 18.00  
A trois > > 10.50 ; > > 25.00

Le mètre de mèche : 1 franc



tuigen, sanitair, bouten en schroeven, kerkmeubilair, voeding enz. Alle aspecten van de samenleving vind je erin terug, en juist die veelzijdigheid en die trivialeit zijn een troef.

Oude reclame kan ons inlichten over het bestaan en de geschiedenis van bedrijven, over hun productie, over de goederen die aangeboden worden en tegen welke prijs, over de kenmerken ervan, over de mode of uiteraard, over de grafische vormgeving van die tijd. Daarenboven levert het ons vaak origineel beeldmateriaal.

kan je op basis van een merk soms afleiden of het hoort bij de uitrusting van de loodgieter, de arts, enz. Heel wat fabrikanten specialiseren zich in een bepaald vakgebied, zoals E. Flameng dat doet voor het medische instrumentarium. In dat geval kan alleen het merk je al een stuk op weg helpen naar identificatie. Zo kon het Museum voor de Oudere Technieken (het MOT) te Grimbergen een tinnen recipiënt met het merkteken Flameng aan de hand van de catalogus identificeren als bouillonpot, gebruikt in de ziekenzorg (fig. 7).

**Un jour toujours** **QUEEN** **Eens steeds**

**Type IV.**

**LA REINE DES LESSIVEUSES DE KONINGIN DER WASMACHINES**

**QUEEN**

Etabl. N. & P. DEKEYSER - Boutersem

fig. 8) Wasmachines anno 1958. N. & P. Dekeyser, Boutersem-Tienen. De koningin der wasmachines *La reine des lessiveuses*.

#### VOOR HET IDENTIFICEREN

Juist die gedetailleerde afbeeldingen maken het ons mogelijk om de reclame te gebruiken als naslagwerk voor het identificeren en benoemen van handgereedschap, meubilair, machines, uitrusting, etc. De voorwaarde is dan wel dat het object waar je naar zoekt staat afgebeeld en dat de afbeelding bruikbaar is. Soms zijn de details niet goed zichtbaar.

Vind je geen afbeelding, dan kan het merk soms helpen. In handelscatalogi worden de fabriekslogo's en merktekens vaak afgebeeld en hiermee kan je een referentielijst opstellen van verschillende merken. Het merk is dan een bruikbare invalshoek voor de herkomstbepaling van voorwerpen. Bovendien

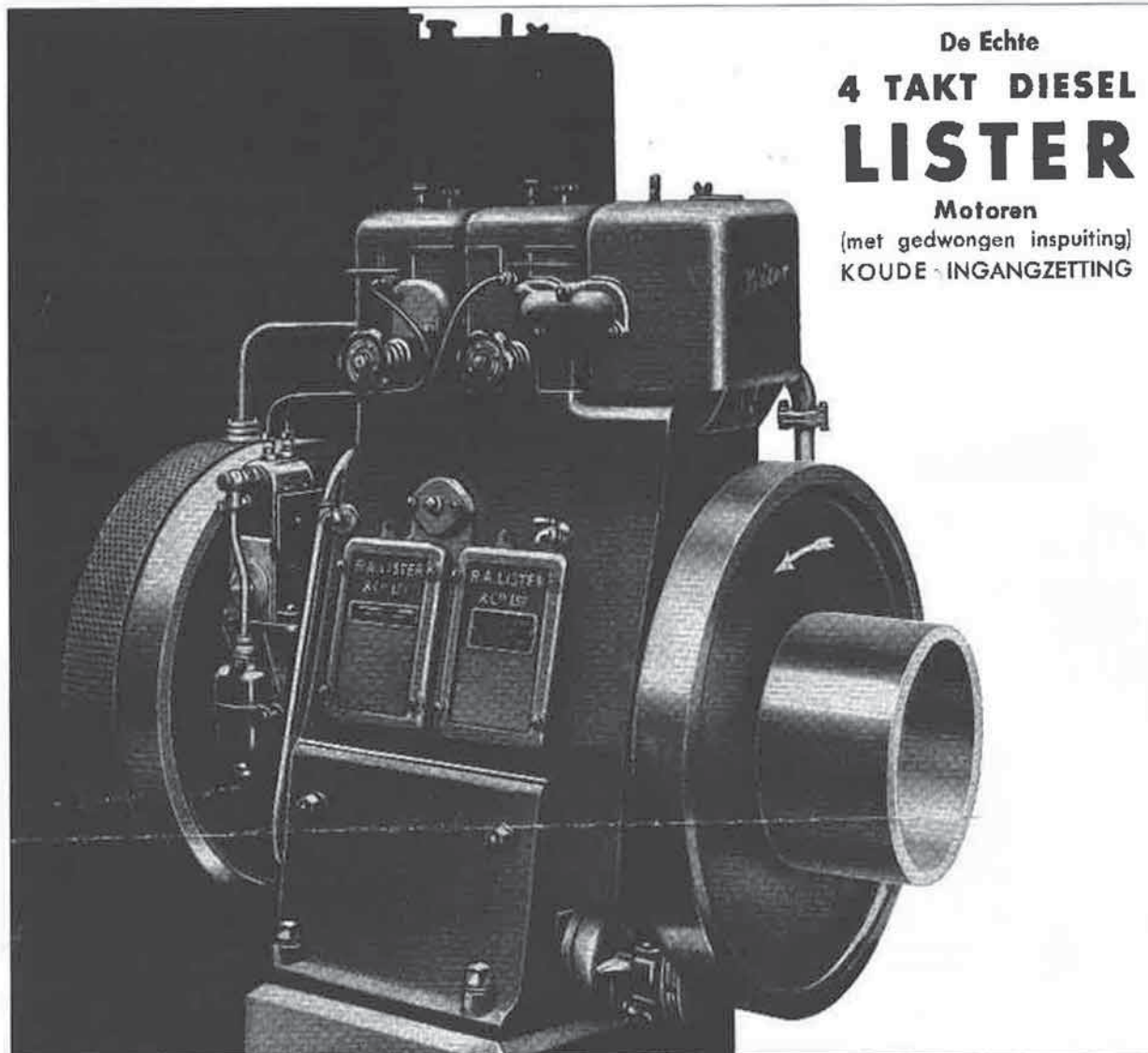
#### ALS DATERINGSMETHODE

Advertenties zijn meestal gepubliceerd in gedateerde drukwerken, zoals een krant of een tijdschrift. De losse reclamefolders en affiches zijn meestal moeilijk te dateren, tenzij er een zegel of stempel is aangebracht.

Catalogi verschijnen soms jaarlijks en dan vind je er een eenduidige datering op terug. Maar vele zijn niet gedateerd. Aan de hand van *ante* en *post quem* referenties zoals de vermelding van een prijskamp, een patent, deelname aan een tentoonstelling en dergelijke kan je ze vaak relatief dateren.

Maar bij de datering op basis van handelscatalogi is voorzichtigheid geboden om verschillende redenen. Vaak bleven catalogi vele jaren geldig en werden enkel de prijslijsten vernieuwd. Het assortiment veranderde niet veel en dezelfde catalogus werd jarenlang heruitgegeven. Als er maar één jaargang van die handelscatalogus bewaard is gebleven, dan bestaat het gevaar dat je die producten ten onrechte linkt aan dat ene jaar.

Als een product nieuw is in het assortiment, wordt dat vaak expliciet vermeld. Zo krijg je al een idee van het jaar of de periode waarin een model in de handel kwam en dan heb je voor dat model een bruikbare *terminus post quem*. Hierbij moet je er wel rekening mee houden dat de oude modellen vaak nog lang in de handel bleven. Zo werden er in de jaren 1950 nog steeds wasmachines met ingebouwd kolenvuur verkocht, veelal voor gebruik op het platteland waar geen stadsgas was (fig. 8).



De Echte  
**4 TAKT DIESEL**  
**LISTER**

**Motoren**  
(met gedwongen inspuiting)  
**KOUDE-INGANGZETTING**

**D I E S E L**  
**L I S T E R**

**ÉTABLISSEMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX R. A. LISTER & C<sup>ie</sup>**

Tentoonstellingszaal : Koninklijkestraat, 111  
TEL. 17.56.37  
Brussel

(Naaml. Belg. Maatsch.)

**LANDEN** TELEFOON : 35

Handelsregister : Hoi 75.



## DE PAARDEKRACHT - UUR AAN 10 CMEN.

### Eenvoudigheid

Geen magneet  
Geen bougie  
Geen carburator  
Geen naphte

### BEPALING 10/12 PK

2 cilindres  
2 vliegwielren  
Snelheid : 600 toeren

Utiliteits . . . . . 114 m.u. /  
Sweeping . . . . . 139 m.u. /  
Krukas (doorsnede) . . . . . 50 m.m.

#### VLEEGWIELEN

Doorsnede . . . . . 610 m.m.  
Breedte . . . . . 90 m.m.

#### POUKE

Doorsnede . . . . . 305 m.m.  
Breedte . . . . . 229 m.m.

#### PLAATSBENAMING

Lengte . . . . . 1270 m.m.  
Breedte . . . . . 610 m.m.  
Hoogte . . . . . 1016 m.m.

#### VOETSTUK (inmiddelen van gat tot zeil)

Lengte . . . . . 558 m.m.  
Breedte . . . . . 331 m.m.  
Gewicht . . . . . (motor alleen) 470 kg.  
Voortelingsputten . . . . . 16 m.  
Buisen die onderaan . . . . . 40x49 m.m.  
Buisen die waterleiding . . . . . 32x42 m.m.



4 Takt Diesel Lister Motor 10/12 PK  
Dit is de enige motor van deze afmeting die is ontworpen voor gebruik in de landbouw.

Groot gemak  
voor ingangzetting

Zonder lamp, cilgari, enz.

Spaarzaamheid  
10 CM  
per paardkracht-uur

DE FABRIEKEN LIEFDE VERVAARDIGEN ALLEEN DE 4 TAKT DIESEL MOTOREN

fig. 9a-b)  
Dieselmotor, zonder  
datum. R. A. Lister  
& Co., Landen.  
De echte 4 takt diesel  
Lister motoren (met  
gedwongen inspuiting)  
koude ingangzetting.

Aankondigingen van nieuwe modellen mogen dus nooit gebruikt worden als *terminus ante quem* van de oude.

Soms kan je de productiegiedenis van de fabrikant nagaan, bijvoorbeeld in een gedenkboek of wanneer het bedrijf nog bestaat. De informatie van de fabrikant kan dan een relatieve datering opleveren voor de producten, bijvoorbeeld als je weet dat er in 1926 een nieuwe fabriek werd gebouwd met een moderner productieproces, wat zich reflecteert in de producten. Maar meestal is er weinig bedrijfsinformatie bekend en moet het onderzoek nog uitgevoerd worden.

### VOOR ONDERZOEK

Bij de nieuwe modellen worden de technische eigenschappen meestal uitgebreid beschreven. Toerental, cilinder-aantal en -inhoud, materiaalgebruik, overbrenging ... dergelijke technische gegevens vind je in handscatalogi vaak terug (fig. 9). Soms wordt de 'nuttigheid'

van een machine of een handwerktuig vermeld, bijvoorbeeld de productiecapaciteit van een dorsmachine of het aantal hectare dat je per dag kan bewerken met de wentelploeg. Of er wordt verwezen naar een octrooi, een patent of een certificaat.

In de oude reclame is tijdswinst vaak een doorslaggevend verkoopargument. Ook de veiligheid en het gebruiksgemak van een machine of een werktuig zijn wervende elementen. Bij het onderzoek naar de geschiedenis van de technieken is deze informatie wel degelijk van groot belang.

Toch is ook hier voorzichtigheid geboden. Iedere fabrikant verkoopt naar eigen zeggen de beste machine, beter dan die van de concurrentie. De argumenten die hij aanvoert om dit aan te tonen zijn subjectief en niet altijd wetenschappelijk onderbouwd. Het gebeurt dan ook dat het aangeprezen product de beloftes niet kan waarmaken.

Niet zelden vind je in een catalogus een lijst van afnemers, met soms een gedetailleerde beschrijving van het type machine dat naar elke fabriek is gegaan. Vaak is er een begeleidende foto van de installatie ter plaatse. Op die manier wil de fabrikant aantonen dat zijn producten gewild zijn, een beetje volgens het principe 'zien kopen doet kopen'. Een internationale klantenlijst maakt uiteraard nog meer indruk. Zo gebeurt het dat onze Belgische fabrieken staan afgebeeld in buitenlandse handscatalogi en omgekeerd. Voorbeeld hiervan zijn de Belgische industriële maalderijen in de catalogus van Seck Frères (fig. 10).

Daarnaast kan ook het onderzoek in het kader van restauratieprojecten heel wat baat hebben bij de handscatalogi. Men kan volledige interieurs reconstrueren aan de hand van oude stalenboeken van stoffen, verf en behangpapier. De staaltjes hebben meestal nog hun originele, frisse kleurenpalet. Er bestaan catalogi met afbeeldingen van siersmeedwerk, trappen en balustrades, glaswerk, betegeling (fig. 11) en dergelijke meer. De toepassingsmogelijkheden zijn uiteraard nog groter, maar we hebben ons beperkt tot enkele voorbeelden.





fig. 10)  
De 'Vuurmolen' van Overijse in een Duitse catalogus, 1907. Seck Frères, Dresden. Construction de moulins.

#### BRONNEN LIGGEN NIET VOOR HET OPRAPEN

Hierboven werd het nut van de reclame als bron duidelijk aangetoond. Maar willen we die bron ook systematisch gaan gebruiken, dan zijn er een aantal hindernissen.

Een eerste probleem is dat reclame over het algemeen niet bedoeld is om bewaard te worden. Bij elke nieuwe uitgave gooi je die van het voorgaande jaar weg. Het commerciële drukwerk wordt gerekend bij het 'efemeer' drukwerk en dat valt niet onder het decreet op het Wettelijk Depot. Het wordt dus niet als deelcollectie gedeponereerd in de Koninklijke Bibliotheek, al zijn er verspreid in de KB's van België en Nederland wel exemplaren te vinden. Kortom, er is geen wettelijk kader om deze documenten systematisch te bewaren, wat de taak van gespecialiseerde bibliotheken nog groter maakt. Maar hier komen we later nog op terug. Dat alles maakt dat er – ondanks de grote oplage – uiteindelijk weinig documenten overgebleven zijn. Vaak is een oude catalogus dan ook letterlijk een unicum geworden.

Een tweede probleem is dat de weinige bewaarde exemplaren verspreid

liggen over tal van bibliotheken, archiefdepots, musea, onderzoekscentra en technische scholen. Ben je – louter toevallig – te weten gekomen dat er in een bepaald archief iets te vinden is over een bepaalde firma, dan kan je die informatie doorgaans niet systematisch opvragen, want meestal werden de catalogi enkel op titel ingevoerd en niet op merk. Bibliografisch misschien de

#### SOCIÉTÉ CARRELAGES CÉRAMIQUES





correcte werkwijze, maar het betekent wel dat je alle titels één voor één moet doornemen. Een monnikenwerk dus.

#### NAAR EEN ONLINE ONTSLUITING

Met de steun van de Vlaamse Gemeenschap heeft het Museum voor de Oudere Technieken (het MOT) zopas de online versie van zijn 'Repertorium van de Belgische handelscatalogi' (afgekort RCB) gelanceerd<sup>1</sup>. Na jarenlang heuristisch onderzoek beschikt het Museum nu over een lijst van referenties naar handelscatalogi bewaard in Belgische openbare collecties. Daarnaast bewaart het MOT één van de grootste openbare collecties handelscatalogi van het land, namelijk meer dan 6.000 exemplaren, zowel buitenlandse als Belgische uitgaven. Op basis hiervan werd een eerste inventaris opgesteld van de firma's die in ons land een catalogus uitgaven. In een eerste fase zal het RCB zich beperken tot de Belgische uitgaven van vóór 1950, maar we laten de mogelijkheid open voor latere aanvullingen, zowel geografisch als chronologisch.

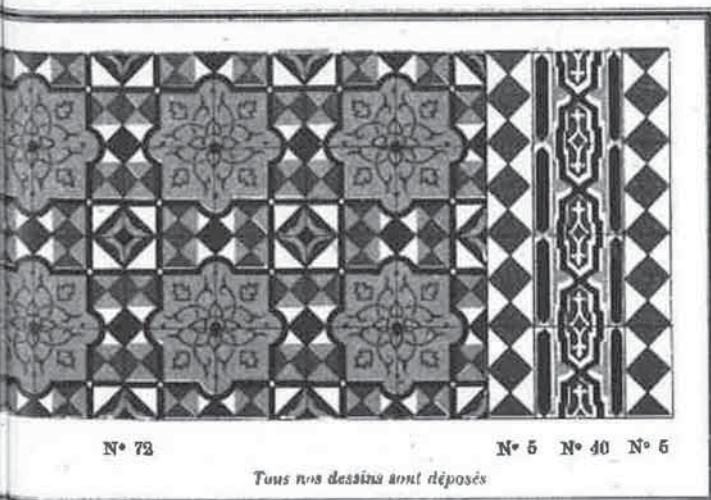
Het RCB wordt gratis ter beschikking gesteld op de website [www.mot.be](http://www.mot.be). Op die manier bieden we een praktisch, democratisch en grensoverschrijdend onderzoeksmiddel aan vorsers, verzamelaars en collega's uit de museumsector. Tegelijk starten we met de

opmaak van een Status Quaestionis van handelscatalogi in de Belgische openbare collecties. In samenwerking met de Vlaamse Vereniging voor Bibliotheek-, Archief- en Documentatiewezenen zullen we een rondvraag sturen aan de gespecialiseerde bibliotheken om ook hun handelscatalogi te laten opnemen in het RCB. Het beoogde resultaat is een overkoepelend zoekinstrument dat permanent kan aangevuld worden vanuit het werkveld.

Tenslotte is ook de verdere collectievorming van groot belang. Zoals eerder aangehaald is de rol van wetenschappelijke bibliotheken zoals die van het MOT hierbij onmisbaar. Voor veel oude reclame is het nu echt wel twee voor twaalf, zo dreigen veel 20<sup>ste</sup> eeuwse documenten te verdwijnen samen met het wegvallen van de oorlogsgeneratie. Het MOT gaat daarom door met het verwerven van handelscatalogi voor de eigen collectie. Schenkingen zijn hierbij van groot belang en daarom vragen we de schenkers van voorwerpen systematisch naar het papieren archief. Al te vaak is men zich niet bewust van de waarde van die oude 'paperassen' en schenkt men enkel de werktuigen of de uitrusting. Daarom, hebt u nog oude reclame liggen die u wil weggooien, doe dat niet. Schenk ze liever ter bewaring, bijvoorbeeld aan het MOT. Uw bijdrage is meer dan welkom.

fig. 11)  
Belgische tegelvloer,  
ca 1897. Album,  
carrelages fins en  
grès cérame vitrifié  
à dessins incrustés.

PTÉ ANONYME DES  
QUES DE CHIMAY à FORGES-lez-Chimay.



#### VOOR MEER INFORMATIE:

Museum voor de Oudere  
Technieken (het MOT)  
Guldendal 20, 1850 Grimbergen  
Tel 02/270.81.11 of [info@mot.be](mailto:info@mot.be)  
[www.mot.be](http://www.mot.be)

<sup>1</sup>) Zie J. DAVID, 'Het Repertorium van de Belgische Handelscatalogi', in: *Mededelingen [van het] Centrum voor industriële archeologie* 2 (1976), 2-8 en J. DAVID, 'The Repertory of Belgian Trade Catalogues', in: *Acta Museorum Agriculturne* 13 (1978), 86-92.