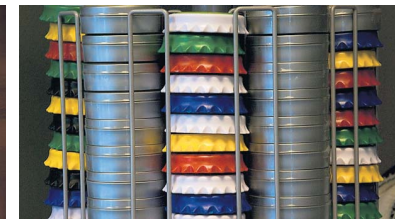


# Anderhalf miljoen ansichtkaarten



Uitgeverij Van der Meulen in Sneek is de grootste Nederlandse producent van toeristische ansichtkaarten. Want mensen sturen die nog volop. „De grootste bedreiging voor de ansichtkaart is de post.“

TEKST EN FOTO'S ASING WALTHAUS

‘De meeste mensen denken dat hier een drukkerij is’, zegt Roland van der Meulen voor we naar binnen gaan. „Maar dat is helemaal niet zo.“

Hij zwaait de deur open naar een enorme loods vol genummerde stellingen. Schermig, tot de t-buizen aanloopen. Op alle stellingen kartonnen dozen, voorop veel van die dozen ansichtkaarten geplakt, met nummer en streepjescode. Onnoemelijk veel strandtaferelen, stadsgezichten, meeuwen in de lucht. Sinds kort zijn leporello's weer in zwang: ansichtkaarten met een klepje, waar een opgevouwen harmonica van plaatjes achter zit.

Dit is het hart van Uitgeverij Van der Meulen, tien tot vijftien medewerkers en de grootste Nederlandse producent van toeristische ansichtkaarten. Alles staat hier gerangschikt, onderwerpen zijn ingedeeld in vier categorieën: van alles met zee en kust, Holland (molens, tulpen, delts blauw), natuur en plaatsen en streken. Met 'everyday'-kaarten, ansichten voor geboortes, verjaardagen, huwelijken en overlijdens, houdt het bedrijf zich niet bezig. Anderhalf mil-



Roland van der Meulen.

joen kaarten, schat Van der Meulen, staan er in deze loods van duizend vierkante meter. De best lopende van allemaal? Daar moet hij even over denken. „Ik denk die met alle vuurtorens erop. Dat blijft mensen aanspreken, vuurtorens.“

Daarnaast staan hier bedrukte mokken, sleutelhangers, magneten, aanstekers, snoeptrommels, legpuzzels, speelkaarten, vingerhoeden, snijplanken, noem maar op. Het bedrijf maakt alles waar een afbeelding of plaatsnaam op kan, daar komt het op neer.

„We zijn heel erg bezig met 3D-kaarten”, vertelt hij en trekt er een paar tevoorschijn. Ze zijn verbluffend, alsof je in een kijktroos kijkt. „We werken nu samen met een leverancier die ze in maximaal 26 lagen kan maken. Hoe meer lagen het zijn, hoe moeilijker het is om alles scherp te houden.“

Het bedrijf legt zich ook toe op museumschikstukken, hij laat 3D-kaarten zien van Nederlandsteden. Het melkmeisje en het Straatje van Vermeer, de Nachtwacht, vertier op het ijs. Ze zijn er ook als onderzetters. „Ik had een discussie met iemand van het Stedelijk Museum, die vond dat dit soort dingen niet in de sfeer van de kunstenaars ligt, zo zouden hun werk niet bedoeld zijn. Onzin. Kijk

naar hoe ze vroeger stilletens schilderden, zij deden er alles aan om er zoveel mogelijk diepte in te brengen. En trouwens, die conservator heeft nooit met die kunstenaars gesproken, die weet dat helemaal niet.“

Roland van der Meulen is de vierde generatie in deze uitgeverij. En de laatste, voegt hij toe. Zijn twee kinderen komen niet in de zaak. Spijt hem dat? Welnee. Dat is zo'n ouderwets standpunt. Je moet doen waar je goed in bent en wat je leuk vindt, heb ik altijd tegen ze gezegd. Het is jammer, maar ik lig er niet wakker van. Uitgeverij Van der Meulen blijft wel bestaan.“

Zijn overgrootvader had die uitgeverij al Sneek in 1880. Zijn grootvader, die als papierhandelaar door het zuidwesten van Friesland reisde maakte in de jaren dertig dorps- en stadfoto's en bracht ze als prentbriefkaart uit. Die zwartwitkaarten zijn er nog, de glasnegatieven niet meer. Ze zijn verbrijzeld door de Duitsers omdat grootvader zich tijdens de bezetting niet meldde voor de Arbeitseinsatz.

Zijn vader, vanaf 1940 in het bedrijf, bouwde het bedrijf uit tot de grootste ansichtkaartenmaker van het Noorden, Roland kwam er in de jaren tachtig aan het werk en breidde het werktein uit tot heel Neder-



land. „Van Schiermonnikoog tot Cadzand Bad”, zegt hij een paar keer. „Elke plaats in beeld”, staat op een wand bij de ingang. De kaarten worden ontworpen in Sneek en gedrukt bij Schönig Verlag in Lübeck.

„Elk jaar houden we het bij”, legt hij uit. „We hebben een eigen fotograaf in dienst, maar sommige vertegenwoordigers fotografieren zelf en pakken de veranderingen mee die ze zien. In winkelstraten verandert de bezetting en het is een taak van de buitendienst om bij te houden wat achterhaald is. Zie de verhoor van Doekens, daar werden we kransjoren van: steeds anders beschilderd, plaatje van een zeehond erop, dan wordt-ie blauw in plaats van oranje. Daar word je op afgerekend door toeristen, als het verkeerd op de kaart staat.“

Er is ook een vernieuwende vorm van bijhouden. „Volgend jaar komen we met kaarten voor Giethoorn met Chinese teksten erop, want daar komen veel Chinese toeristen. Hebben we vorig jaar in Amsterdam gedaan met Russische teksten.“

De ansichtkaart staat onder druk. Er worden er ongeveer drie tot vijf miljoen per jaar verzonden, schat Van der Meulen. Dat is een kleine stijging, en mensen hebben meer over voor speciale kaarten („daarom zetten we

zo groot op 3D in”), maar vroeger waren het er talloos veel meer. Nu zetten mensen vakantiefoto's op Facebook („daar is de nieuwigheid alweer van af”) of laten zelf kaarten drukken bij online bedrijven („Niet erg, voor ons is van belang dat mensen kaarten blijven sturen”).

Dat zijn geen bedreigingen, vindt hij. „Weet je wat de grootste bedreiging is voor de ansichtkaart? Dat is de post. Hier in Nederland betaal je een astronomisch bedrag voor een postzegel. Het is net bekend gemaakt dat de kerstzegel alweer met 5 cent omhoog gaat. Een Duitser die een kaart bij ons koopt betaalt 1,15 om hem naar huis te sturen, en als diezelfde Duitser thuis een kaart naar Nederland wil sturen, is hij maar 80 cent kwijt.“

Het is een kip-en-ei-discussie, geeft Van der Meulen toe. Want de tarieven gaan in Nederland steeds verder omhoog omdat er steeds minder post is. „Maar die constante prijsverhoging is de doodsteek”, vindt de uitgever. De oplossing is in zijn ogen simpel: de speciale, goedkope zegel voor ansichtkaarten moet terugkomen.

Dit verhaal is een voorpublicatie uit de Kerst van Sneek, zoals die door de LC woensdag 30 september huis aan huis in Sneek wordt verspreid.