

## EEN ROMANNETJE.

HET staat onder deze illustratie zoo nuchter: Middelburg, Kuiperspoort.

Ik zou eigenlijk willen, dat die namen er *niet* onder waren gedrukt.

Ik wil niet weten, waar dit romantisch hoekje te vinden is.

En dan zie ik maar naar dat geheimzinnige deurtje, bij de poort.

Dat deurtje is juist zoo geheimzinnig, omdat het toegang geeft tot de dingen, die daar achter de muur wegschuilen en die ik niet weet.

Ik verwacht, dat dat deurtje straks open zal gaan en dat ik, even maar, een blik mag werpen, dóór de deuropening, op wat ik nu slechts kan vermoeden.

En ook, als ik door de deuropening zal zien, kan mijn nieuwsgierigheid nog niet bevredigd zijn. Dan zie ik maar iets, even, en, wát ik zie, doet mij verlangen naar meer. En toch zal ik blij zijn, dat ik niet méér te zien kreeg, omdat ik nu kan *blijven* vermoeden en raden en droomen en fantaseeren.

Ach, die letters onder de illustratie hinderen mij: Middelburg, Kuiperspoort.

En toch... wat moet de teekenaar door dit romantisch hoekje bekoord zijn geweest, dat hij de eigen sfeer zóó heeft aangevoeld en kunnen weergeven.

Hij wist, wat hij op het papier bracht, maar het verhinderde hem niet, de sfeer in zijn werk gaaf te bewaren en vast te houden.

En dus mogen namen mij eigenlijk ook niet hinderen. Ik moet en ik mag mij er in verheugen, dat ik *zien* mag en genieten en ik kan mijn romannetje tòch wel klaar krijgen ook. Wat is er gebeurd? Och, dat doet er zoo weinig toe. Het is toch alleen maar te doen om de *sfeer*.

Ja, en nu moet ik prozaïsch worden.

Dit is een illustratie uit het boek: *Holland, zooals wij het zagen*, teekeningen van Paul Bodifée, met beschrijvende tekst van D. Huygen. Het geheel is een reclame-uitgave van de Wascholiefabriek, Amersfoort. De verschillende illustraties worden op de artikelen, die deze fabriek op de markt brengt, toegegeven en kunnen in bovengenoemd boek ingeplakt. Dan krijgt men een fraai geheel.

Prozaïsch?

Och, dat weet ik zoo niet.

Ik vind het artikel *zeep* heelemaal niet prozaïsch. En ik weet zeker, dat gij de voorkeur zult geven aan de een of andere toiletzeep, naarmate uw aanleg en karakter is. Dat is toch

niet prozaïsch. Zoo'n stuk toiletzeep kan een heele geschiedenis vertellen.

Afgezien daarvan, als een firma reclame gaat maken, laat ze het dan doen op de manier als *deze* firma.

Het boek, dat zij uitgaf, is gaaf en af. En de illustraties zijn over 't algemeen uitstekend geslaagd.

Dus verblijd ik mij in dit boek en wensch de Wascholiefabriek te Amersfoort veel succes toe.

Overigens — de beschrijvende tekst is belangwekkend, hoewel ik vind, dat de schrijver in een tekort bestek teveel bijzonderheden opeenhooft. Dat vermoet en het kan de belangstelling niet vasthouden. Maar ik zie naar de illustraties en, ik moet eerlijk zeggen, dat ik de beschrijvende tekst niet steeds er bij neem. De illustraties zeggen mij alleen al genoeg.

Ziehier een heel romannetje over een prettig boek. En dan zegt men nog, dat het leven zoo prozaïsch is. Ik geloof er niets van.

Ik denk nu weer aan de firma, die dit boek gaf.

Nu ja, die firma wenschte reclame te maken en dat wel zóó goed en zóó afdoend, dat het geld, voor het reclame-materiaal beschikbaar gesteld, niet weggegooid bleek.

Alweer: heel prozaïsch.

Je gaat op een middag zitten in je kantoor en je denkt aan zeep en zeeprijzen en zeepomzet en daarmee uit. Je zegt tot jezelf, dat je goede product toch nog wel méér aftrek kon vinden en dat je maar eens wat moet doen.

Alles best. Maar wat dan? Dan kun je reclame gaan maken op een oude, afgezaagde manier.

Maar met *deze* reclame is het toch iets anders.

En nu hebben we dit mooie boek.

Plus mijn romannetje.

K.

OOSTERBEEK  
**LOV.**  
LEVERT  
**WOONINRICHTINGEN  
AAN PARTICULIEREN**  
VRAAGT FOTO'S EN BEGROOTING