

cijfers onderbouwt. Een vergelijkende en meer cijfermatige invalshoek had het boek nog meer aan overtuigingskracht doen winnen.

Maar het boek verveelt geen moment. Dat is mede te danken aan de meer dan veertig interviews onder dominicanen en oud-dominicanen waarop het onderzoek mede stoelt. Hierdoor is *Gods predikers* een heel levendig boek geworden.

CATHARINA TH. BAKKER,  
UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

Simon Thomas, Mienke, **Goed in vorm. Honderd jaar ontwerpen in Nederland** (Rotterdam: Uitgeverij 010, 2008, 272 blz., ISBN 978 90 6450 655 0). Eerder uitgegeven onder de titel **Dutch Design: A History** (Londen: Reaktion Books, 2008, 272 blz., ISBN 978 1 86189 380 2).

Met *Goed in vorm. Honderd jaar ontwerpen in Nederland* is het eerste samenhangende overzicht van honderd jaar ontwerpgeschiedenis in Nederland beschikbaar gekomen. Er bestonden al enkele encyclopedische bundels over de geschiedenis van vormgeving, typografie of toegepaste kunst, waarin verschillende iconen of *case studies* zijn bijeengebracht. Maar aan de *tour de force* om meubel- en interieurontwerpen, het ontwerp van glas, keramiek en zilverwerk, *industrial design* en productontwerpen en grafische vormgeving van een hele eeuw in samenhang en in context te brengen, had zich tot nu toe nog niemand gewaagd. Het resultaat is een soepel geschreven paperback van zo'n 230 pagina's, volgepropt met informatie over ontwerpers, bedrijven, de belangrijkste vakpublicaties en vaktentoonstellingen en een omvangrijke literatuurlijst en hier en daar gelardeerd met wat afbeeldingen.

Simon Thomas spant in vijf hoofdstukken de boog tussen de opkomst van de industrie

en het ontstaan van het ontwerpvak rond 1900 enerzijds, en de commercialisering en export van het artistieke ontwerpproces rond de recente eeuwwisseling anderzijds. Het eerste hoofdstuk beschrijft de nogal conservatieve ambachtelijkheid en kleinschalige productie van rond 1900. In de jaren twintig en dertig van de twintigste eeuw had de Nederlandse ontwerpgemeente nog steeds amper te maken met de opkomende industrie- en massacultuur, zo blijkt uit hoofdstuk 2. Men was vooral met elkaar in conclaaf en debatteerde over de relatie tussen kunst en vormgeving. Ook het modernisme van voor en na de Tweede Wereldoorlog miste volgens Simon Thomas nog de aansluiting op de realiteit. In hoofdstuk 3 trekt zij een parallel tussen het wereldvreemde karakter van de denkbeelden van het begin van de eeuw en de opvattingen van de politiek geëngageerde ontwerpers en architecten van het Interbellum. Pas tijdens de wederopbouw en later, zo komt in hoofdstuk vier naar voren, lifte het ontwerpvak mee in het streven om Nederland te moderniseren. De banden met de industrie, de dienstensector en de overheid worden dan toch nog aangehaald. Het laatste hoofdstuk laat zien dat de modernistische esthetiek en ontwerpmethoden vrij snel weer onder druk komen te staan. Heden ligt de nadruk weer op artisticeit, ambachtelijkheid en autonomie.

Het zelfbeeld van het Nederlandse ontwerpen was in de late twintigste eeuw sterk gekleurd door het succes van (of in de omkering, de kritiek op) het internationale modernisme, waarin helderheid, eenvoud en functionalisme voorop staan. Dat beeld is aan een kentering onderhevig en ook *Goed in vorm* schetst een beeld, waarin dat chapter een verrassend kleine rol speelt. In plaats daarvan legt het boek de nadruk op kunstzinnige en meer ambachtelijk geïnspireerde tendenties, op de hoge mate van onafhankelijkheid van de industrie en handel en op de sterke maatschappelijke betrokkenheid van Nederlandse ontwerpers. Simon Thomas ziet hier tot nu toe onderbelichte continuïteiten en geeft 'Dutch Design' daarmee

tevens een historische dimensie: 'Niet veel hedendaagse ontwerpers zullen zich realiseren dat de vraagstukken die hen vandaag de dag zo intens bezighouden, honderd jaar geleden door hun toenmalige 'collega's ook al diepgaand bediscussieerd werden' (229).

Maar wij stuiten juist hier op een problematisch aspect van het boek. Terwijl Simon Thomas deze grote verbanden beargumenteerd, is zij zich ook altijd bewust van het feit dat het toen en nu in feite maar om een kleine groep ontwerpers ging met niet makkelijk verkoopbaar werk in kleine oplages. Zij onderstreept zelfs dat het zelfbeeld van de Nederlandse ontwerpgemeenschap al vanaf het begin van de twintigste eeuw niet in overeenstemming is met de realiteit: 'Uit deze studie blijkt bovendien dat deze ambachtelijke en artistieke ontwerpen in de publiciteit altijd veel meer aandacht hebben getrokken dan anonieme massaproducten, hoe functioneel, commercieel succesvol en fraai die ook waren' (230). Kortom de grote verbanden betreffen maar een deel van de ontwerpgemeenschap en motieven als ambachtelijkheid, engagement en autonomie reflecteren vooral een redelijk stabiele traditie in het discours over het vak en niet in het vak per se.

Simon Thomas lukt het niet dit discours in een ideeënhistorisch perspectief te plaatsen. Een oorzaak hiervoor is het feit dat de gebruikte bronnen (vaktijdschriften en -literatuur, vaktentoonstellingen, vakverenigingen) te beperkt zijn en te nauw verweven met de ontwerpgemeenschap zelf. Zo pleit zij wel voor een kritische lezing van de bronnen, maar wat werkelijk ontbreekt is een verruiming van de bronnen die designhistorici voor hun geschiedschrijving gebruiken. Dit beperkte perspectief wreekt ook waar het de auteur te doen is om het belang van vormgeving in het maatschappelijke en economische leven in bredere zin. Het boek stoelt om praktische redenen namelijk nagenoeg uitsluitend op eerder designhistorisch onderzoek en dat is helaas voor

het overgrote deel nog inventariserend van aard. Door enkele studies met een breder perspectief op de ontwerpgeschiedenis staat in *Goed in vorm* incidenteel informatie over bijvoorbeeld het ontwerp van elektrische apparaten of plastic gebruiksvoorwerpen. Maar het lukt de auteur feitelijk niet de massaproducten uit de anonimiteit te bevrijden.

Het boek is al met al een handig naslagwerk voor eenieder die geïnteresseerd is in de Nederlandse cultuurgeschiedenis van de twintigste eeuw. Voor de kenner bevat het boek echter geen verrassingen. Het verhaal blijft teveel aan de oppervlakte. Ook slaagt Simon Thomas er niet helemaal in om de verschillende ontwerpdisciplines in een zinvol verband te plaatsen. Wel wordt geprobeerd de grote lijnen en terugkerende thema's binnen de Nederlandse ontwerpcultuur te identificeren; een aspect waar Nederlandse ontwerphistorici zich in de regel verre van houden.

De Nederlandse geschiedschrijving van massamedia en de consumptiecultuur in de twintigste eeuw lijkt nogal sterk gemodelleerd naar Amerikaanse, Duitse, Franse of Britse cultuurgeschiedschrijving. Urbanisering, industrialisering en de opkomst van de massamedia hebben hier echter een eigen, in elk geval kleinschaliger dynamiek gekend. De consequenties van deze specificiteit voor de consumptiecultuur en het mediagebruik in Nederland gedurende de tweede helft van de twintigste eeuw moeten wellicht nog wat beter in kaart worden gebracht, voor een volgende designhistoricus zich aan een nieuw overzicht van *Honderd jaar ontwerpen in Nederland* gaat wagen.

ESTHER CLEVEN,  
UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

Gerwen, Jacques van, Goey, Ferry de, **Ondernemers in Nederland. Variaties in ondernemen** (Bedrijfsleven in Nederland in de twintigste eeuw 1; Amsterdam: Boom, 2008, 365 blz., ISBN 978 90 8506 635 4).

In dit boek, het eerste deel van een geplande zevendelige reeks over het bedrijfsleven in Nederland in de twintigste eeuw, beschrijven Van Gerwen en De Goey de twintigste-eeuwse geschiedenis van de ondernemers in Nederland. Zij richten zich daarbij nu eens niet op de indrukwekkende aartsvaders van de Nederlandse industrie of de in het oog springende succesvolle multinationals, maar beschrijven de samenstelling van de gehele populatie van grote en kleine ondernemers: mannen en vrouwen, autochtonen en allochtonen, zelfstandige ondernemers en professionele managers.

Om deze ambitieuze taakstelling te realiseren hebben de auteurs de twintigste eeuw opgesplitst in vijf periodes. In de typering van elke periode speelt de beeldvorming een sterke rol. De eerste periode wordt gevormd door de jaren rond de eeuwwisseling. De tweede behandelt de eerste drie decennia van de twintigste eeuw en heet 'ongebonden vrijheid'. De periode van crisis, oorlog en herstel tussen 1930 en 1950 heet 'bedreigd bestaan'. De daaropvolgende periode van naoorlogse groei en Keynesianisme tussen 1950-1980 heet 'ondernemen onder druk', en de laatste decennia van de twintigste eeuw ten slotte heten 'herwaardering van het ondernemen' (1980-2000). Het is duidelijk dat deze typering sterk is geïnspireerd door de perceptie van het ondernemerschap van buitenaf: een flink deel van de periode 'ondernemen onder druk' viel samen met wat macro-economisch georiënteerde historici de 'Gouden Jaren' noemen, maar de 'druk' schuilt in de publieke opinie en de toenemende belasting- en premiedruk.

Voor elk tijdvak wordt vervolgens in een mix van statistische kenmerken en meer impressionistische beeldvorming de geschiedenis

van het ondernemerschap gegeven. Per periode kijken de auteurs telkens naar vier aspecten: de historische context, de maatschappelijke status van het ondernemerschap, enkele kenmerkende ontwikkelingen of toonaangevende bedrijven, en ten slotte de structuur van de populatie. Bij dit laatste aspect wordt systematisch ruimte ingebouwd voor vrouwelijke ondernemers en migrantenondernemers. Terugkerende elementen zijn de verhouding tussen de verschillende sectoren (werkgelegenheid in de industrie en de diensten) en de omvang van het midden- en kleinbedrijf (МКВ) ten opzichte van de multinationals. Het boek heeft zo een strakke en systematische structuur gekregen, met als voordeel dat de lezer een goed beeld krijgt van de twintigste eeuw. Er is een rijke schat aan gegevens bij elkaar gezocht, op demografisch, bedrijfskundig en sociaalhistorisch vlak. De auteurs betogen in de inleiding dat ze de persoon van de ondernemer willen terugbrengen in de geschiedschrijving, en lardenen de percentages over het MKB en het aandeel van de nijverheid inderdaad met concrete voorbeelden en *case studies*. Ook zijn er kaderteksten toegevoegd over uiteenlopende individuele ondernemers, zoals bijvoorbeeld de bakker Pieter Harkema, groothandeldirecteur Frits Fentener van Vlissingen, pensionhoudster Rika van der Lans, Johann Martin Schröder van *Martinair*, de gebroeders Jan en Paul Baan van Baan en mediamagnaat John de Mol. Elk tijdvak heeft een katern met mooie foto's.

Nadat op deze wijze in vogelvlucht een beeld is verkregen van de samenstelling en de status van de Nederlandse ondernemers, komen er in hoofdstuk 7 drie 'landenstudies' die het ondernemerschap in de Verenigde Staten, Engeland en Duitsland schetsen. Dit hoofdstuk vormt een opmaat voor hoofdstuk 8 waarin de Nederlandse ondernemerspopulatie vergeleken wordt met die in de drie genoemde landen. De inzichten die hieruit voort komen zijn heel bruikbaar en vormen een waardevolle toevoeging op de informatie uit de eerdere hoofdstukken. Zo wordt duidelijk