

# Weldoeners, kapitalisten of vernieuwers?

Waarom verschijnen er in Nederland zo weinig biografieën van ondernemers? Is de grote koopman hier niet populair? Een achttal biografen boog zich over die vraag.

Jacques van Gerwen, Marcel Metzke & Hans Renders (red.): *De ondernemersbiografie. Mythe & werkelijkheid*. Boom/Biografie Instituut, Amsterdam/Groningen. ISBN 9789085065517; 160 blz. € 19,50

**W**at maakt ondernemers tot interessante figuren om een biografie aan te wijden? In de essaybundel 'De ondernemersbiografie. Mythe en werkelijkheid', gaan acht auteurs in op die vraag. Ook de kwestie of ondernemers een aparte aanpak verdienen, komt aan de orde. Paul Frentrop vindt dat terecht. „Ondernemers,” schrijft hij, „zijn - door de bank genomen - mensen die bovengemiddeld presteren en uit dien hoofde is hun leven een beschrijving waard.” Ga maar na: ondernemers zijn vernieuwers. Zonder hun initiatieven waren de Europeanen er nooit op uitgegaan om vreemde gebieden in kaart te brengen; ondernemers stimuleren de wetenschap en zijn constant op zoek naar informatie. Alleen al om dat laatste, meent Frentrop, verdienen ondernemers lof, „want alle denken begint op basis van verkregen informatie”.

Gelukkig zijn er in deze bundel ook genuanceerdere stemmen te horen. Ben Gales en Pim Kooij laten zien hoe het beeld van de ondernemer per generatie verschilt en daarmee ook de functie van de ondernemersbiografie. In de tweede helft van de negentiende eeuw was de voorbeeldige ondernemer niet alleen iemand die de economie tot bloei bracht en werkgelegenheid creëerde, maar ook iemand die zich bekommerde om de huisvesting en scholing van zijn arbeiders. Van zulke mannen kon je leren, vond men: de biografie had een morele functie.

Midden twintigste eeuw werden biografieën van ondernemers bijna altijd ter meerdere glorie van henzelf geschreven. Tegelijkertijd verschenen kritische boeken waarin ondernemers als 'kapitalisten van het slechtste soort' werden afgeschilderd, en biografieën als hagiografieën werden verguisd. En toen er een nieuwe denkrichting ontstond, die propageerde dat niet iemands leven van belang was, maar alleen diens werk, werden levensbeschrijvingen van individuen helemaal als achterhaakt beschouwd. In de huidige tijd staat de context waarin een ondernemer leefde en werkte voorop. Het gaat daarbij om de eenheid van leven en werk, vindt Marcel Metzke, die benadrukt dat zijn biografie van Anton Philips zowel een ondernemers- als een ondernemingsgeschiedenis is. Blijft de vraag waarom er in Nederland nog zo weinig biografieën van

ondernemers worden geschreven, in vergelijking met de Verenigde Staten en Groot-Brittannië tenminste. Jacques van Gerwen wijst dat aan de Nederlandse mentaliteit. Hij citeert Jan Romein, die ervan overtuigd was dat de Nederlander „zo in zijn bodem geworteld en met zijn water is verbonden, dat hij instinctief alles schijnt af te weren, dat zich ver boven die omgeving, die bodem, dat water verheft.” De Nederlander interesseert zich niet voor mensen die met hun hoofd boven het maaiveld uitsteken.

Maar wat is mythe, en wat is werkelijkheid? Zijn ondernemers per definitie mensen die zich boven het gewone volk verheffen? En zijn Nederlanders echt niet geïnteresseerd in zulke mensen? Of zijn dat sprookjes, die we zelf in stand houden door ze voortdurend te herhalen? Beeldvorming, zo laten immers Van Galen en Kooij zien, bepaalt alles. Het laat ons mensen in groepen indelen, van eigenschappen voorzien en bewonderen of verguizen. Het mooiste voorbeeld geven de auteurs zelf. Ongehinderd door enige zelfreflectie hebben Van Galen en Kooij het bovendien over 'ondernemers en hun vrouwen'. In de bijdrage van Frentrop duiken voortdu-



Anton Frederik Philips, in 1934 vereeuwigd door Jan Sluijters.

rend koopmannen op, maar geen enkele koopvrouw. Zelfs de eerste ondernemer ter wereld was volgens hem een boer. De boodschap is duidelijk: de Nederlandse ondernemer is een man. Hans Renders is de enige die het probleem signaleert: „In jubileumboeken over bedrijven waarin een sterk accent ligt op de oprichter en directeur, wordt vaak gerept over de bijzondere kwaliteiten van meneer - vrouwen deden pas laat hun intrede in het zakenleven.”

Dat laatste is nog maar de vraag. Renders wijst echter ook nog op een ander probleem. De biografie van uitgeefster Angèle Manteau, schrijft hij, gaat vooral over haar contacten met auteurs, en nauwelijks over haar bedrijfsvoering. Er wordt dus niet alleen te weinig, maar ook anders geschreven over zakenvrouwen.

Stimuleren dus, die biografieën van ondernemsters! Initiëren, financieren en bovenal: een vraag creëren.

Monica Soeting