

## Wat de aartsvaders nalieten (2017)

Verslagjaar 2015

Bedrijf	Omzet in miljarden	Nettowinst in miljoenen	Medewerkers
Royal Dutch Shell	246,8	1800	93.000
Unilever	53,3	4900	171.000
Philips	24,2	659	112.959
SHV	18,1	746	57.104
Akzo Nobel	14,9	979	45.568
Hoogovens (Tata Steel Nederland)	4,8	157	9000
Air France-KLM	26,1	118	93.300
Fokker Technologies	0,796	(verlies) -61	4934
Stork	(in 2008 opgegaan in het IJslandse Marel Food Systems)		
Gist-Brocades	(in 1998 overgenomen door DSM)		
Avebe	0,560	11,8	1314
NV Koninklijke Sphinx	(verdween in 2010 uit Maastricht en is deels opgegaan in het Zweedse Sanitec)		

### Balanstotalen gestichte banken (in miljarden)

ABN AMRO	400
Mees & Hope	(in 2010, na een fusie met Fortis, ondergebracht bij ABN AMRO)
Aantal medewerkers:	22.048

**Slotsom:** De aartsvaders lieten voor 389.556 miljard euro omzet na, en boden werk aan ruim 588.000 (Nederlandse en buitenlandse) werknemers

**Bronnen:** Jaarverslagen van de verschillende bedrijven

Nederlanders weten weinig van de eigen economische geschiedenis en al helemaal niets van de aartsvaders van het Nederlandse bedrijfsleven. Zelfs redelijk ontwikkelden met belangstelling voor historie kunnen niet spontaan de namen noemen van de grondleggers van ondernemingen als Unilever, Koninklijke/Shell en Akzo. Toch waren het mensen als Anton Jurgens, Sam van den Bergh, Henri Deterding, Saal van Zwanenberg, Frits Fentener van Vlissingen en Ko Vis die daarvoor de basis legden. In de jaren dat mijn belangstelling voor de karakters van entrepreneurs groeide, nam ook mijn verbijstering toe over het gebrek aan interesse bij anderen.

Schouderophalend wordt aan het vaderlandse economische verleden voorbijgegaan. Alleen de geschiedenis van de Vereenigde Oostindische Compagnie is uitputtend beschreven en sinds enige tijd staat industriële archeologie en techniek enigermate in de belangstelling, al richt die aandacht zich hoofdzakelijk op het onderzoek naar (en het behoud van) materiële restanten van vroegere vormen van nijverheid, zoals molens, kalkovens, negentiende-eeuwse fabrieksgebouwen en machines. Maar wie waren de *mensen* die aan de vaderlandse economische geschiedenis gestalte gaven?

Nergens is de belangstelling voor het verleden van het bedrijfsleven zo gering als bij het Nederlandse bedrijfsleven zelf. De algemene teneur is: 'Wat geweest is, is geweest.' Vele malen oogstte ik afhoudende, neerbuigende, arrogante of ronduit afwijzende reacties wanneer ik toegang verzocht tot bedrijfsarchieven, en zeker wanneer het ging om de archieven uit de jaren 1940-1945. Sommige in de loop der jaren benaderde bedrijven verleenden mondjesmaat medewerking of deelden mee dat hun archieven

verloren waren gegaan, niets voorstelden of ergens ongeordend op een zolder lagen. Heineken en Van Leer hielden met die argumenten de boot af. Philips was pas in de laatste fase van mijn onderzoek bereid medewerking te verlenen. De Steenkolen Handels Vereniging en de Koninklijke/Shell hielden hun archieven gesloten en zeiden dat het op eigen gelegenheid raadplegen van stukken ‘absoluut uitgesloten’ was; wel stelden zij ieder een hoeveelheid documenten ter beschikking met betrekking tot respectievelijk Frits Fentener van Vlissingen en Henri Deterding. Meer coöperatief waren Unilever, de Koninklijke Sphinx, Mees & Hope, Gist-Brocades, Stork, KLM, Fokker en Akzo.

Unilever was het meest grootmoedig en behulpzaam. Alles wat mij in het schatrijke Historisch Archief van Unilever belang inboezemde mocht ik inzien, een gelegenheid waarvan ik dankbaar gebruik heb gemaakt ter profilering van Anton Jurgens en Sam van den Bergh, de Nederlandse grondleggers van dit wereldconcern. In de kelder van het Rotterdamse hoofdkantoor heb ik een rokende kopieermachine achtergelaten, waarvoor nog mijn excuses.

De houding van Unilever veranderde overigens toen men inzage kreeg in het concept van het betreffende hoofdstuk. Het hoofd van de persdienst dreigde met juristen en zei publikatie te verbieden. Prof. H. Honée, hoofd van de juridische afdeling van Unilever, besliste uiteindelijk dat de intern geuite bezwaren emoties waren waarmee hij geen rekening kon houden: ‘Al zouden we dat nog zo graag willen, we kunnen de geschiedenis niet veranderen. Wat is geweest, en historisch vaststaat, moet beschreven kunnen worden.’ Een wijs besluit, want waarom zou Unilever de waarheid verbieden? Uit angst dat het Nederlandse volk plotseling geen Blue Band, Magnum-ijsjes en Iglo-vissticks meer zal kopen?

Helaas kan niemand bedrijven verplichten om aan historisch onderzoek vrij baan te geven. Zou het geprobeerd worden, dan is de kans groot dat ondernemingen hun geschiedenis voortijdig aan de papierversnipperaars gaan prijsgeven, en daar is niemand mee gediend. Het ware beter wanneer het gevoel voor historie bedrijven zelf ertoe zou aanzetten om anders met hun geschiedenis om te gaan. Ondernemingen vormen tenslotte het fundament onder de maatschappij – of hebben zij veel te verbergen? Eén ding kan ik na jaren onderzoek rustig stellen: had het aan sommige ondernemingen gelegen, dan was *De aartsvaders* nooit verschenen.

Gelukkig zijn er meer vindplaatsen van materiaal, zoals rijks-

archieven, de Koninklijke Bibliotheek, de pakhuizen van het Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis, de Economisch-Historische Bibliotheek en andere archieven en bibliotheken.

Dat bedrijven aan het eigen verleden voorbijgaan is tot daaraan toe, maar waarom wil de 'buitenwereld' niet weten waar de welvaart vandaan kwam? Misschien denken te veel intellectuelen dat het de oude entrepreneurs alleen maar om geld ging en dat economische geschiedenis derhalve een te plat onderwerp is voor studie. Dat is dan een grove misvatting.

Winst was zeker een doel van de grondleggers van het bedrijfsleven, want winst was per definitie de uitdrukking van het resultaat van hun streven en zonder winst werd geen bedrijf groot. Maar winst als hoofddoel in het leven? Veel kenmerkender is dat de aartsvaders stuk voor stuk rusteloze zielen waren met de haast manische behoefte om iets blijvends te creëren. Door dag in dag uit hard te werken kanaliseerden zij hun onrust, gaven zij er een vorm aan. Volgens de Rotterdamse bankier mr. Marten Mees was gerichte actie, aldoor bezig zijn, naar tastbare resultaten streven voor ieder mens de beste geesteshouding en werd ook de wereld als geheel daar beter van. Niets doen en navelstaarderij hield hij voor 'allerfataalst'.

Alle grondleggers van het Nederlandse bedrijfsleven waren op hun manier filosofen: geordend denkend, en daarnaar handelend. De meesten leefden gedisciplineerd. Niet dat geen van hen zich aan drank en vrouwen te buiten ging, maar eerst kwam het werk. Voor hun zaken schoven zij alles en iedereen opzij. Een bij veel hoofdfiguren uit dit boek terugkerende karaktertrek was ook hun drift, zich vaak uitend in onbeheerste woede-uitvallen wanneer iets of iemand hun niet zinde. Mees was een van de weinige zachtmoedige naturen onder hen. Anton Philips sloeg ooit een wandelstok stuk op een bureau. Henri Deterding kreeg soms aan histerie grenzende woedeaanvallen. De oud-militair Albert Plesman liep vrijwel constant te vloeken, te razen en te tieren en ook vliegtuigbouwer Tonny Fokker ontplofte wanneer iemand hem voor de voeten liep. Veel meer dan hun tijdgenoten waren zij individualisten met een volstrekt eigen normen- en gedachtenstelsel, al hadden zij ook overeenkomsten.

Velen van hen zagen ondernemen als een *sport*. Anton Philips en Henri Deterding hebben dat met zoveel woorden gezegd. Willem A. Scholten had zelfs al vroeg een score in het hoofd: vijfentwintig

fabrieken van aardappelmeel en strokarton zou hij bouwen, zo voorspelde hij zijn zoon. Hij kwam tot vierentwintig. Stuk voor stuk waren de klassieke entrepreneurs gezegend met het vermogen om anderen te enthousiasmeren en aan de gang te houden, zoals hedendaagse sporttrainers. Wat zij verder met elkaar gemeen hadden was koopmansgeest, visie, intuïtie, instinct, een derde oog, een goede neus, commercieel inzicht of hoe je het verder wilt noemen.

Het was trouwens niet zo dat entrepreneurs als bij goddelijke ingeving op bepaalde gedachten kwamen of dat het succes hun zomaar kwam aanwaaien. Het ontstaan van bedrijven was steeds een kwestie van oorzaak en gevolg, soms van geluk, maar bovenal van het bijtijds reageren op omstandigheden die zich aan meer mensen voordeden. Doorgaans werd de fantasie van ondernemers op gang gebracht door veranderende omstandigheden, nieuwe uitvindingen en door noeste bestudering van couranten en statistieken. Bij hun ‘helderziendheid’ kwam een grote portie kennis kijken. Op basis van voorgevoelens ontwikkelden zij een visie, maakten zij ondernemingsplannen en gaven zij daar onvermoeibaar uitvoering aan. Wanneer de omstandigheden zich weer eens wijzigden bleven zij bijsturen, hun hele leven lang.

Voor de rest verschilden de in dit boek beschreven aartsvaders totaal van karakter en hadden zij wijd uiteenlopende ambities. Bankier Marten Mees wilde niets liever dan dienstbaar zijn voor zijn medemensen. De meeste tijd besteedde hij aan uitbreiding van de Rotterdamse haven, aan de oprichting en uitbouw van de Rotterdamsche Bank, de Amsterdamsche Bank en aan tal van sociale instellingen. Het vergaren van persoonlijk vermogen liet Mees tamelijk koud. Ook Albert Plesman, grondlegger van de KLM, deed het niet om er zelf beter van te worden. In zijn bescheiden gesalarieerde functie als ‘administrateur’ ijverde Plesman tot op zijn sterfbed voor de ontwikkeling van de burgerluchtvaart.

Anton Philips, Henri Deterding en Frits Fentener van Vlissingen waren allesbehalve afkerig van persoonlijke rijkdom, maar ook voor hen was het verwerven van een fortuin lang niet de enige drijfveer om hun halve leven ver van huis aan boord van schepen, treinen en vliegtuigen te slijten. Neurotisch, dwangmatig zo men wil, gaven zij uitvoering aan wat zij in hun hoofd hadden. Vliegtuigfabrikant Tonny Fokker werkte dag en nacht en zei bij zijn vijfentwintigjarige jubileum: ‘Zoo lang ik iets heb om voor te vechten, voel ik mij lekker’, en hij was de enige niet. Henri

Deterding rustte niet voordat hij in zijn strijd tegen John D. Rockefeller goede vrienden werd met de heren Samuel, Rothschild en Gulbenkian en hij erin slaagde om de Koninklijke met Shell samen te smelten tot een van de grootste bedrijven op aarde. Jacques van Marken, grondlegger van de Nederlandsche Gist- & Spiritusfabriek, trachtte van zijn onderneming een kunstwerk te maken en offerde daar zijn gezondheid aan op.

In mijn ogen waren de oude entrepreneurs duivelskunstenaars: scheppers van commerciële kunstwerken, mannen met gespleten persoonlijkheden: enerzijds romantisch en creatief – anderzijds oorzakelijk. In hun levens ging het verder net zo toe als in andere mensenlevens. Ook hún bestaan draaide om dromen en daden, kansen en misgrepen, opkomst en verval, geluk en tegenslag, en boven alles om ‘toevalligheden’.

Neem de Koninklijke/Shell. Die maatschappij werd letterlijk *uit liefdesverdriet* geboren, op initiatief van de Groninger boerenzoon Aeilco Janz Zijlker, die in 1880 met een gebroken hart naar Indië ging en daar ‘bij toeval’ aardolie ontdekte. Zelf kwam Zijlker niet ver met het tot wasdom brengen van de Koninklijke. Zonder het talent van zijn opvolger, de Amsterdamse boekhouder Henri Deterding en diens latere compagnon, de Londense schelpenhandelaar Marcus Samuel, was er nooit sprake geweest van de Koninklijke/Shell. Daar durf ik een vat olie op leeg te drinken.

Er zijn maar weinig kleine landen ter wereld met zoveel wereldconcerns binnen de grenzen als Nederland en toch is hun geschiedenis een vrijwel onontgonnen terrein.

Voor dat gat in de vaderlandse geschiedschrijving zijn wel enkele verklaringen te geven.

De grondleggers van het Nederlandse bedrijfsleven hebben er zelf het nodige toe bijgedragen dat niemand hen nog kent. Anders dan mannen uit de wereld van politiek, sport, kunsten en wetenschappen, zochten Hollandse entrepreneurs bewust geen publiciteit, uitgezonderd Albert Plesman en Tonny Fokker, die voor een belangrijk deel van publieke bekendheid afhankelijk waren en zelf de schijnwerpers zochten.

Reden voor terughoudendheid was in enkele gevallen bescheidenheid en behoefte aan anonimiteit (zeker in het geval van Mees en Fentener van Vlissingen), maar de voornaamste reden was hun opvatting dat ‘Jan Publiek’ niets te maken had met wat zij binnen hun veelal besloten familieondernemingen deden. Fabrikanten,

handelaren, reders en bankiers vreesden hun positie te ondergraven door in de keuken te laten kijken, een standpunt dat bij veel bedrijven nog steeds wordt gehuldigd, al ontkomen aan de beurs genoteerde ondernemingen er niet meer aan iets van hun identiteit prijs te geven. Van harte gaat het echter nog steeds niet, net zomin als het naar buiten treden van de grootste hedendaagse Nederlandse ondernemers. Zelfs de bekendste van allemaal, Jan Timmer van Philips, presenteert zich alleen tijdens zorgvuldig geregisseerde persconferenties en andere optredens. De meeste leiders van het Nederlandse bedrijfsleven kunnen nog steeds door niemand herkend door de Kalverstraat lopen. Hoe groter de geest, hoe minder je erover leest.

Veel van hun voorgangers waren al net zo schuw. Deterding en Fentener van Vlissingen waren *mysterymen*. Buiten de zakenwereld wist vrijwel niemand van hun bestaan en toch zou de wereld er volledig anders uitzien als zij niet waren geboren.

Het schrijven van memoires – anders dan voor eigen kinderen – was geen gebruik onder Nederlandse ondernemers. Ook waren de grote entrepreneurs niet dol op biografieën over zichzelf, of ze moesten een gegronde reden hebben om een stenograaf of ‘biograaf’ tot hun werkkamer toe te laten. Een inktkoelie schreef hen dan de hemel in en liet alles weg wat zij er niet in wilden hebben. Nederlandse (auto)biografieën van grote ondernemers zijn daarvoor voor het grootste deel irritant, onbetrouwbaar en incompleet.

De hagiografie van gloeilampenfabrikant Anton Philips (*de Mens – de Ondernemer*) door de historicus prof. dr. P.J. Bouman is het beschamendste geval van verheerlijking uit de Nederlandse economische geschiedschrijving dat ik ken, al was dr. C. Gerretson, de geschiedschrijver van de Koninklijke/Shell, ook een grootmeester in het wegwerken van schaduwzijden. Tegen royale betaling vulde Gerretson vier monumentale delen met honderden pagina’s geschept papier, vol zwierige lof en adoratie. Geen woord over de gebreken van Deterding en het agressieve optreden van de Koninklijke/Shell. De enige grote zakenman die dikke dagboeken vulde en openhartig herinneringen noteerde (na zijn dood gepubliceerd), was de Amsterdamse reder Ernst Heldring. Jammer dat het niet vaker gebeurde.

Voor zover bedrijven hun eigen geschiedenis op papier lieten zetten, gebeurde dit veelal bij gelegenheid van jubilea. In de meeste gevallen werden ook zulke boeken door letterknechten

geschreven, met als resultaat kasten vol gedenkboeken met de halve waarheid. De literator Max Dendermonde had er jarenlang een goede broodwinning aan. De laatste jaren is zijn taak overgenomen door enkele doctorandussen in de geschiedenis en andere disciplines, die b.v.'tjes als Bureau Historion zijn begonnen om voor bedrijven als Heineken dikke gedenkboeken te schrijven – op maat gesneden naar wens van de opdrachtgevers. Weer een andere weg bewandelt het Centrum voor Bedrijfs geschiedenis van de Rotterdamse Erasmus Universiteit, onder leiding van prof. dr. H.H. Vleesenbeek. Dit centrum produceert op contractbasis (jubileum)boeken voor bedrijven en instellingen, en stelt daarbij een aantal wetenschappelijke eisen zoals vrije toegang tot de archieven, maar zodra het op publikatie aankomt en passages op bezwaren stuiten, is het centrum desnoods bereid tot compromissen; in het ergste geval wordt besloten het manuscript niet te publiceren.

Voor alle duidelijkheid: *De aartsvaders* is niet gesponsord door het Nederlandse bedrijfsleven. Bewust is daarvan afgezien om de handen helemaal vrij te hebben.

In plaats daarvan werd een beroep gedaan op de Stichting Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten, die de afronding van mijn manuscript subsidieerde. Het enige dat mij in de twaalf jaar dat ik aan dit project werkte op de been hield was mijn nieuwsgierigheid. *NRC Handelsblad* en *Intermediair* steunden het werken eraan door in de loop der jaren voorstudies te publiceren.

Alle geportretteerde bedrijven kregen inzage in de tekst en werden in de gelegenheid gesteld feitelijke correcties aan te brengen. Met het eindresultaat waren weliswaar niet alle bedrijven ingenomen, maar over de juistheid van de in dit boek gepubliceerde gegevens werd niet getwist.

Onafhankelijk tot stand gekomen studies en scripties op bedrijfshistorisch gebied zijn wel meer verschenen, ik verzamel ze al jaren, maar het bezwaar van zulke doorgaans geleerde publikaties is dat zij veelal handelen over één onderneming, één branche, één stad of regio, zonder de samenhang te tonen met de rest van het bedrijfsleven of diep op persoonlijkheden in te gaan. Juist het samenhangende en persoonlijke maakt de materie zo fascinerend. In het op zichzelf indrukwekkendste overzichtswerk dat ik ken, *Paardenkracht en mensenmacht: Sociaal-economische geschiedenis van Nederland 1795-1940* van dr. I.J. Brugmans, zijn ondernemersfiguren slechts



stipjes aan de horizon, passanten in de tijd. Het lijkt wel alsof zij er niet toe deden, alsof de Hollandse welvaart uitsluitend het gevolg was van de wet van vraag en aanbod.

Veel uitvoeriger gedocumenteerd is de sociale geschiedenis van Nederland, ofwel economische geschiedenis vanuit het perspectief van werknemers. Geen vakbondje of vakbondsleider of er is uitvoerig onderzoek naar gedaan. Hele bibliotheken zijn gevuld met hoe de arbeider mondiger werd en hoe vakbondswerkers en politici daaraan het hunne hebben bijgedragen.

Waaraan het in Nederland ook nooit heeft ontbroken zijn publikaties waarin ondernemers als oplichters, uitbuiters en machtswellustelingen werden geportretteerd. Reeksen later gebundelde ‘onthullingsverhalen’ in *Vrij Nederland* over Zwolsman, C&A en Vroom en Dreesmann getuigen daarvan. Zeker, veel van die verhalen is waar. Maar ook is waar dat het oprichtingskapitaal van *Vrij Nederland* bijeen werd gebracht door de N.V. Philips’ Gloeilampenfabrieken, de Koninklijke/Shell en verfoeide kapitalisten als Paul Rijkens van Unilever, een man die akkoorden sloot met Adolf Hitler.

Niets is fascinerender en ongelofelijker dan de werkelijkheid, maar waar lees je die?

Vaak geven de titels van kritische publikaties al aan dat de auteurs vooral in machts termen denken. Zo publiceerden Helmers, Mokken, Plijter en Stokman de vuistdikke studie *Graven naar macht. Op zoek naar de kern van de Nederlandse economie*, terwijl Jos van Hezewijk de zakelijke en familierelaties van *De topelite van Nederland* in kaart trachtte te brengen. Volgens genoemde auteurs moet het Nederlandse bedrijfsleven worden gezien als één grote samenzwering van enkele tientallen families met oud kapitaal die elkaar de bal toespelen.

Dát van een web sprake is, is nogal wies voor wie de economische geschiedenis van Nederland een beetje kent en voor wie begrijpt hoe het in het zakenleven toeging en toegaat. Geen onderneming is een eilandje dat op zichzelf kon of kan bestaan. De grondleggers van het Nederlandse bedrijfsleven waren of raakten verwant aan elkaar: door huwelijken van zonen en dochters, door financiële deelname in elkaars bedrijven, door onderlinge transacties en door stoelendansen als (president-)commissaris. Op een andere manier was het onmogelijk om bedrijven tot verdere ontwikkeling te brengen. Wat ondernemers voortdreef was naar mijn idee echter