

EEN CRISIS ALS UITDAGING?

Kleinhandelsevoluties en verbruiksveranderingen te Antwerpen
(ca. 1648 – ca. 1748)

A crisis as challenge? Retail evolutions and consumption changes in Antwerp (c. 1648 – c. 1748)

In this article we argue that economic growth and urbanisation were no preconditions (as is generally argued for the English case) for the well-documented consumer and retail changes of the eighteenth century. Most likely the ‘retailing revolution’ was closely intertwined, perhaps even triggered by profound ‘demand-side alterations’. In order to verify this hypothesis new empirical findings on both, consumer changes and retail responses have been studied for Antwerp. This city witnessed an absolute and relative deprivation in the European urban setting and – in the period under scrutiny – lost its position as a leading ‘fashion maker’. Yet, this did not prevent structural consumer changes from empowering the retail sector in the urban economy. New and often imported goods, the tyranny of fashion, the diversification of consumer choice and the urge to consume novelties all contributed to the growth of the retailing business.

Het ging Antwerpen in de jaren tussen de Vrede van Münster (1648) en de Vrede van Aken (1748) niet bepaald voor de wind.¹ In de tweede helft van de zeventiende eeuw vergeleed de Scheldestad geleidelijk maar onttegensprekelijk uit de industriële kern van Europa. Rond de eeuwwisseling was zelfs sprake van een echte ‘crisis’. De bekende Antwerpse ‘luxe’-nijverheden gingen toen bijna zonder uitzondering voor de bijl. Onder meer de ebbenhoutwerkers, de zilversmeden en de schilders deelden daarbij in de klappen.² Bovendien verloor de stad een groot deel van haar bevolking: van rond de 70.000 inwoners in 1709 naar een schamele 48.600 in 1755.³ De relatieve deprivatie binnen het Europese

1. Voor een historiografische duiding en uitvoerige toelichting van Antwerpen in deze periode, zie I. Van Damme, ‘Het vertrek van Mercurius. Historiografische en hypothetische verkenningen van het economisch wedervaren van Antwerpen in de tweede helft van de zeventiende eeuw’, *NEHA-Jaarboek* 66 (2003) 6-39.

2. Voor de neergang van de luxe-industrieën, lees A.K.L. Thijs, ‘Structural changes in the Antwerp industry from the fifteenth to the eighteenth century’, in: H. Van der Wee (ed.),

stedensysteem was nog meer uitgesproken. Rond 1550 tekende de Antwerpse bevolking nog voor 27 procent van de totale bevolking van Antwerpen, Amsterdam, Parijs en Londen samen. Rond 1700 was dit percentage teruggevallen tot een magere 5 procent, en de donkerste jaren moesten toen nog komen!⁴

Opmerkelijk genoeg behielden verschillende Antwerpse kleinhandelscircuits in deze jaren van kommer en kwel een opvallende vitaliteit. Tussen 1648 en 1748 nam het relatieve gewicht van de kleinhandel binnen de Antwerpse economie zelfs toe. Een groeiend aantal kleinhandelaars bediende met andere woorden een krimpende bevolking binnen de stadsmuren. Dit gold zeer zeker ook voor het ambacht van de meerseniers dat hoofdzakelijk winkeliers groepeerde, en iedereen die handel dreef in *het cleijn*.⁵ In de kleinhandelssector stond het meerseniersambacht naast andere commerciële circuits die zich soms ook ten koste van elkaar konden ontwikkelen.⁶ Conclusies gebaseerd op de groei van de *meerslieden* mogen dan ook niet zonder meer worden geëxtrapoleerd naar de hele sector van de kleinhandel. Toch lijken de Antwerpse poortersboeken te suggereren dat *heel* de stedelijke kleinhandel opmerkelijk dynamisch en actief bleef, en dit verbazend genoeg ook in de zeer moeilijke jaren na 1700. Zo telden we alle nieuwe poorters, die zich tussen 1648-1748 met een commercieel beroep lieten inschrijven.⁷ Over heel de periode noteerde 64 procent of bijna twee derde van alle nieuwe poorters als beroepsbezigheid een of andere commerciële activiteit.⁸ Tussen 1648-1688 lieten 233 nieuwe poorters

The rise and decline of urban industries in Italy and in the Low Countries (Late Middle Ages – Early Modern Times) (Leuven 1988) 207-212 en A.K.L. Thijs, 'De Antwerpse luxenijverheid: winstbejag en kunstzin', in: J. Van der Stock (ed.), *Antwerpen, verhaal van een metropool (16de-17de eeuw)* (Gent 1993) 105-113.

3. B. Blondé, *Een economie met verschillende snelheden. Ongelijkheden in de opbouw en de ontwikkeling van het Brabantse stedelijke netwerk (ca. 1750-ca. 1790)* (Brussel 1999) 252.

4. J. de Vries, *European Urbanization, 1500-1800* (Londen 1984) appendix 1.

5. Zie hiervoor B. Blondé en H. Greefs, 'Werk aan de winkel. De Antwerpse meerseniers: aspecten van de kleinhandel en het verbruik in de 17de en 18de eeuw', in: 'De lokroep van het bedrijf. Handelaars, ondernemers en hun samenleving van de zestiende tot de twintigste eeuw. Liber Amicorum Roland Baetens', *Bijdragen tot de geschiedenis* 84 (2001) 207-210; en L. Van Aert en I. Van Damme, 'Retail dynamics of a city in crisis: the mercer guild in pre-industrial Antwerp (c. 1648- c. 1748)', in: B. Blondé e.a. (eds.), *Retailers and consumer changes in Early Modern Europe. England, France, Italy and the Low Countries* (Tours 2005) 139-167.

6. Voor gelijkaardige opmerkingen, lees J. Hannes, 'De kleine producent en de kleinhandelaar in de 19de eeuw', in: H. Coppejans-Desmedt (ed.), *Economische geschiedenis van België. Behandeling van de bronnen en problematiek. Handelingen van het colloquium te Brussel, 17-19 november 1971* (Brussel 1973) 55-64.

7. Op basis van (voor afkortingen zie onderaan deze noot) SAA, v, nrs. 167-175 en F. Melis, *Poortersboeken* (Antwerpen 1977), waarbij alle beroepen van nieuwe poorters werden opgeschreven in een databank opgesteld door B. Blonde, L. Van Aert en I. Van Damme. Onder commerciële beroepen werden zowel kleinhandelaars (bijvoorbeeld meerseniers, oude-

zich registreren met een commercieel beroep. Maar voor eenzelfde veertig jaar tussen 1708-1747 waren dat er liefst 471, meer dan een verdubbeling dus. De toename kwam voornamelijk voor rekening van nieuwkomers die zich *winkelier* of *winkelierster* noemden. In de eerste periode 1648-1687 liet een kleine 24 procent zich als 'winkelier' inschrijven. In de laatste jaren 1708-1747 waren van alle commercieel ingeschreven beroepen maar liefst 84 procent winkeliers in één of andere, niet nader omschreven koopwaar.⁹

De economische crisis en het industriële verval stonden de ontwikkeling van een dynamisch kleinhandelsgebeuren in de Scheldestad niet in de weg. Zoveel is duidelijk. De Antwerpse casus roept met andere woorden vragen op over de in de literatuur vaak gesuggereerde samenhang tussen economische groei, urbanisatie en kleinhandelsontwikkelingen. In het huidige, hoofdzakelijk Angelsaksisch geïnspireerde kleinhandelsonderzoek worden immers nog te weinig vraagtekens geplaatst bij de impliciet of expliciet vermoede causaliteit tussen economische groei, urbanisatie en wijzigingen in de kleinhandel.¹⁰ In wat volgt willen we aantonen dat de groei van de kleinhandelssector enkel volledig begrepen kan worden indien ze geïnterpreteerd wordt in samenhang met een reeks simultane veranderingen in het verbruik en de materiële cultuur.¹¹ De verklaring voor de merkwaardige relatieve groei van de kleinhandel is dus niet uitsluitend een reflectie van eenvoudige overlevingsstrategieën, een antwoord uit noodzaak op het hardere, economische klimaat.¹² De aard van de rondgeleunde en verkochte kleinhandelsgoederen wijst ook in de richting van

kleerkopers, kramers, winkeliers, allerhande verkopers, enzovoort) als kooplieden, waarschijnlijk groothandelaars, gerekend. Herbergiers en taverniers werden niet meegerekend. SAA = Stadsarchief Antwerpen; v = Vierschaar.

8. Of 776 van in totaal 4762 inschrijvingen tussen [1648-1748].

9. De absolute aantallen zijn: 55 van 233 voor de periode [1648-1687], en 397 van 471 voor de periode [1708-1747].

10. Zie bijvoorbeeld P. Earle, *The making of the English middle class: Business, society and family life in London, 1660-1730* (Londen 1989). Lees ook de terechte opmerking in J. Benson en L. Ugolini, 'Introduction. Historians and the nation of shopkeepers', in: J. Benson en L. Ugolini (eds.), *A nation of shopkeepers. Five centuries of British retailing* (New York 2003) 12: 'It is, comparison, after all, which allows us to confirm or refute narratives and explanations that can easily appear self-evident and irrefutable when considered in a single geographical or chronological context'.

11. Over de Antwerpse materiële cultuur verscheen onder meer B. Blondé, 'Tableware and changing consumer patterns. Dynamics of material culture in Antwerp, 17th-18th centuries', in: J. Veeckman (ed.), *Majolica and glass. From Italy to Antwerp and beyond. The transfer of technology in the 16th-early 17th century* (Antwerpen 2002) 295-311; en B. Blondé, 'Cities in decline and the dawn of a consumer society: Antwerp in the 17th-18th centuries', in: Blondé e.a. (eds.), *Retailers and consumer changes*, 37-52.

12. Een uitbreiding van de kleinhandel impliceert dan verarming en sociale proletarisering waarbij de kleinhandel als laatste strohalm voor een aangroeiend armenleger binnen de stadsmuren zou gefunctioneerd hebben.

een meer positief of ‘creatief antwoord’ op de uitdagingen van de tijd. Tal van kleinhandelaars wisten strategisch in te spelen op de nader te bespreken consumptiewijzigingen, zoals de toenemende vraag naar nieuwe en modieuze goederen en een verschuiving van dure en duurzame producten naar minder duurzame en goedkopere alternatieven. Deze vraagverschuivingen, zo hopen we aan te tonen, speelden in de kaart van de kleinhandelaars, maar werden tegelijk mede door hen vormgegeven. Voor de vele Antwerpse commerçanten betekenden de nieuwe mogelijkheden echter ook nieuwe uitdagingen. Het waren zij die de mogelijkheden moesten herkennen en er, in volle crisistijd, creatief mee moesten omspringen.

Deze bijdrage situeert zich historiografisch op het kruispunt tussen het kleinhandels- en het verbruiksonderzoek. De analyse van het verbruik domineert tegenwoordig heel wat subdisciplines in de sociale en economische wetenschappen.¹³ Het onderzoek naar de geschiedenis van de materiële cultuur en de consumptie staat eveneens al jarenlang in de schijnwerpers. Toch ging de aandacht eerder naar de myriade betekenissen van producten voor individuen, dan naar de dagelijkse in- en uitstroom van goederen in huishoudens.¹⁴ Toegegeven, de internationale literatuur wees maar al te graag en te snel op het belang van een *retail revolution*, zogenaamde baanbrekende wijzigingen in de commerciële infrastructuur, organisatie en praktijken die de distributie, ‘marketing’ en verkoop van een groeiend consumptieaanbod mogelijk maakten.¹⁵ Maar concrete studies naar de eigenlijke interacties, de wisselwerking tussen klanten en kleinhandelaars ontbreken nog grotendeels.¹⁶ Met Jan de Vries stellen we trouwens vast dat de *verklarende meerwaarde* van de consumptiehistoriografie bedroevend klein is en dat geldt in het bijzonder ook voor haar bijdrage tot een beter begrip van de geschiedenis van de detailhandel.¹⁷ Binnen de Belgische historiografie in het bijzonder domineerde tot voor kort een hoofdzakelijk descriptief-institutionele of ambachtshistorische benadering bij de studie van winkeliers, markthandelaars, marskramers, roepers

13. De literatuur rond consumptie is zeer omvangrijk, caleidoscopisch en groeit voortdurend aan. Voor een recente *overview*, lees onder meer D. Miller (ed.), *Consumption. Critical concepts in the social sciences* (Londen en New York 2001) 4 dln.

14. Zie bijvoorbeeld diverse bijdragen in J. Brewer en R. Porter (eds.), *Consumption and the world of goods* (Londen en New York 1993) met daar meer verwijzingen.

15. Lees onder meer C. Fairchild, ‘Consumption in Early Modern Europe. A review article’, *Comparative Studies in Society and History*, 35 (1993) 850-858; P.N. Stearns, ‘Stages of consumerism: recent work on the issues of periodization’, *Journal of Modern History*, 69 (1997) 102-117; P. Musgrave, *The Early Modern European economy* (New York 1999).

16. Deze problematiek is wel de rode draad in het recente proefschrift van I. Van Damme, *Antwerpse klanten en kleinhandelaars. Tussen continuïteit en vernieuwing, ca. 1648 – ca. 1748* (Onuitgegeven Doctoraatsverhandeling Universiteit Antwerpen 2006). Ilja Van Damme legt momenteel de laatste hand aan een handeseditie van dit werk, in 2007 te verschijnen bij Aksant.

van publieke verkopeningen en andere commerciële circuits.¹⁸ Dit artikel wil nu juist de dialectiek tussen kleinhandelsevoluties en verbruiksveranderingen centraal stellen. Met behulp van deze invalshoek hopen we een nieuw licht te kunnen werpen op de causaliteit van consumptiewijzigingen.

Bij de behandeling van de vraagstelling vertrokken we vanuit een dubbel empirisch onderzoek naar enerzijds de Antwerpse kleinhandel en anderzijds de materiële cultuur. Voor die laatste component werd gebruikt gemaakt van relatief uitgebreide databestanden van willekeurig geselecteerde notariële boedelbeschrijvingen uit de jaren rond 1680 en 1730. Die bleken eerder al voldoende representatief om de consumptie van de middengroepen en de hogere segmenten van de samenleving in kaart te brengen.¹⁹ We zullen ze hier gebruiken om enkele grotere verbruiksveranderingen te schetsen, meer bepaald de groeiende vraag naar nieuwe, modieuze en minder duurzame producten. Zo lazen we 84 boedelbeschrijvingen uit de jaren 1678-1682. Die lijken in grote lijnen het laatbarokke consumptiepatroon uit de Antwerpse 'nazomer' te weerspiegelen.²⁰ In de 93 boedelbeschrijvingen uit de jaren 1728-1732 kunnen dan weer de materiële sporen worden getraceerd van de verbruiksveranderingen die zich hadden doorgezet in de moeilijke 'ongeluksjaren' rond 1700. De zo in kaart gebrachte verbruikspatronen confronteerden we systematisch met de bevindingen van ons onderzoek naar de Antwerpse kleinhandel. Daarbij maakten we gebruik van een divers gamma aan bronnen: gaande van procesdossiers, over ambachtstellingen tot krantenadvertenties en archivalia afkomstig van stedelijke instellingen.²¹

In welke mate kunnen nu de consumptiewijzigingen verantwoordelijk worden geacht voor de veranderingen in het beroepenveld van Antwerpse

17. J. de Vries, 'Between purchasing power and the world of goods: understanding the household economy in early modern Europe', in: Brewer en Porter, *Consumption and the world of goods*, 85-89.

18. Dat is een perspectief dat de Nederlandse onderzoekscontext zelfs nog goeddeels moet ontwikkelen. Lees B. Blondé, P. Stabel, J. Stobart en I. Van Damme, 'Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe: an introduction', in: B. Blondé e.a. (eds.), *Buyers and sellers. Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe* (Turnhout 2006) 7-11; en I. Van Damme, 'Pendelen tussen revoluties en tradities: recent historisch onderzoek naar de kleinhandel in de late middeleeuwen en de nieuwe tijd (ca. 1450-ca. 1850)', *Stadsgeschiedenis* 2 (2007) 54-65.

19. B. Blondé en V. De Laet, 'Owning paintings and changes in consumer preferences in the Low Countries, seventeenth-eighteenth centuries', in: N. de Marchi en H. Van Miegroet (eds.), *Mapping markets for paintings in Europe, 1450-1750* (Turnhout 2006) 68-84.

20. Lees hierover meer uitgebreid R. Baetens, *De nazomer van Antwerpens welvaart. De diaspora en het handelshuis De Groote tijdens de eerste helft der 17de eeuw* (Brussel 1976) 2 dln; en R. Baetens en B. Blondé, 'Wonen in de stad: aspecten van de stedelijke wooncultuur', in: J. Van der Stock (ed.), *Stad in Vlaanderen. Cultuur en maatschappij, 1477-1787* (Brussel 1991) 237-254.

21. Voor meer tekst en uitleg, lees Van Damme, *Antwerpse klanten en kleinhandelaars*, 54-65.

winkeliers, marskramers, oudekleerkopers, venters en andere commerciële circuits in crisistijd? En op welke wijze wisten de Antwerpse kleinhandelaars zelf in te spelen op de verschuivende vraag, en zo op hun beurt de consumptiewijzigingen te stimuleren?

Nieuwe consumptiegoederen en de groei van de kleinhandel

In de historiografie van de voorbije decennia werd, terecht overigens, genadeeloos afgerekend met een al te vrij gebruik van begrippen zoals ‘consumptierevolutie’ of ‘consumptiemaatschappij’.²² Dat neemt evenwel niet weg dat ook in Antwerpen het verbruik en de materiële cultuur in de hier bestudeerde periode relatief bruuske én ingrijpende wijzigingen ondergingen. De groeiende populariteit van allerlei nieuwe, vaak ingevoerde, producten stimuleerde de kleinhandel, maar ging tegelijkertijd ten koste van oude verbruiksgewoonten en lokale productiesectoren. Gezien de snelle populariteit van sommige nieuwe verbruikspatronen bij brede lagen van de bevolking, kan de impact ervan op de kleinhandel en de aanbodzijde van de economie moeilijk worden overschat.

Uit de door ons bestudeerde boedelbeschrijvingen blijkt overduidelijk dat de introductie in de Antwerpse huiskamers van nieuwe genotsmiddelen zoals chocolade, thee, koffie en suiker bijzonder vlot verliep.²³ Jammer genoeg moet de sociale geschiedenis van deze nieuwe drankcultuur in de Scheldestad nog grotendeels geschreven worden. Weinig is bovendien bekend over de manier waarop de verspreiding plaats greep en over de rol die winkeliers en koffiehuishouders als culturele middelaars in dit proces ongetwijfeld gespeeld hebben. Vast staat wel dat de warme dranken hun stempel hebben gedrukt op de dagelijkse omgangsvormen van de Antwerpenaars én op de eraan verbonden materiële cultuur. Allerelei nieuwe ‘dingen’, van theebussen, kopjes, schoteltjes, driekraantjeskannen en koffiepotten tot theetafels, maakten hun opwachting.²⁴ Te oordelen naar de keuzewaaier aan producten en de sociale spreiding ervan, was rond 1730 het drinken van thee en de sociabiliteit die ermee gepaard ging al helemaal ‘ingeburgerd’ (zie tabel 1).

22. Lees bijvoorbeeld C. Shammas, *The pre-industrial consumer in England and America* (Oxford 1990) 291-299.

23. Zie eveneens B. Blondé en H. Greefs, ‘Werk aan de winkel’, 207-210.

24. Rond het gebruik en de betekenis van bijvoorbeeld theeservies, lees B. Blondé, ‘Toe-eigening en de taal der dingen. Vraag- en uitroeptekens bij een stimulerend cultuurhistorisch concept in het onderzoek naar de materiële cultuur’, *Volkskunde* 104 (2003) 159-173.

TABEL 1 *Procentuele verspreiding van voorwerpen geschikt voor de consumptie van chocolade, thee, koffie en suiker in de Antwerpse boedelbeschrijvingen (rond 1680 en 1730)²⁵*

Sociale Categorie	Chocolade		Thee		Koffie		Suiker	
	1680 n=86	1730 n=93	1680 n=86	1730 n=93	1680 n=86	1730 n=93	1680 n=86	1730 n=93
I	0	12	0	59	0	0	8	22
II	0	36	0	64	0	14	17	27
III	3	25	0	58	0	29	8	21
IV	0	63	0	89	0	47	8	21
V	18	71	0	86	0	75	9	43
VI	40	100	0	100	0	83	0	29

De boedelinventarissen waaruit de gegevens van tabel 1 afkomstig zijn, deelden we op in sociale categorieën al naargelang de grootte van de huizen waarin de overleden boedellaters woonden.²⁶ Boedellaters die in slechts één kamer woonden – een heterogene groep van rijke kostkopers tot arme drommels – werden ondergebracht in categorie I. Minder gegoede Antwerpenaars bewoonden vaak slechts twee of drie kamers (categorie II). Gefortuneerde stedelingen aan de andere kant betrokken doorgaans riante stadswoningen van zestien kamers of meer (categorie VI). De overige ‘categorieën’ bevinden zich hiertussen. En wat blijkt? Chocolade was en bleef een relatieve exclusiviteit, maar thee en koffie veroverden wel snel de huiskamers van de vroeg achttiende-eeuwse Antwerpenaars, ook van bescheidener komaf. De theevisite

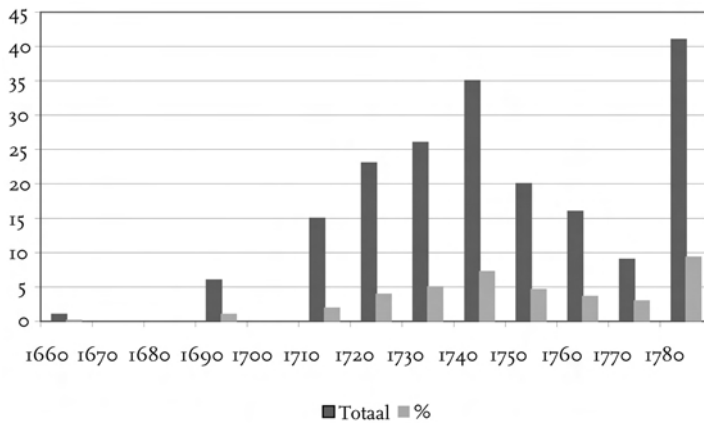
25. SAA, Not Prot, databank boedelbeschrijvingen. Not = notariaat; Prot = protocollen.

26. In tegenstelling tot andere ‘boedelonderzoekers’ hadden wij niet het geluk te kunnen beschikken over externe classificatiecriteria, zoals bijvoorbeeld het ‘middel op begraven’ van Th. Wijsenbeek, *Achter de gevels van Delft. Bezit en bestaan van rijk en arm in een periode van achteruitgang (1700-1800)* (Hilversum 1987) 31. Het groeperen van boedels volgens *taste-groups* zoals Wijsenbeek zelf voorstelt, was voor dit onderzoek niet het beste alternatief, aangezien, op lange termijn, ‘smaak’ te sterk aan veranderingen onderhevig is. Th. Wijsenbeek, ‘A matter of taste. Lifestyle in Holland in the seventeenth and eighteenth century’, in: A.J. Schuurman en L.S. Walsh (eds.), *Material culture: consumption, life-style, standard of living, 1500-1900* (Milaan 1994) 43-54. Categorie II bevat woningen met 2 of 3 kamers; categorie III omvat de woningen met 4 tot 7 kamers; categorie IV staat voor woningen met 8 tot 11 kamers en categorie V voor woningen met 12 tot 15 kamers. Dat het geoorloofd kan zijn de woninggrootte als *proxy* voor de welstand van de boedellater te gebruiken wordt alleszins niet tegengesproken door de geschiedenis van de Antwerpse immobiëlenmarkt na 1585. De huishuurprijzen bleven in deze periode inderdaad merkwaardig stabiel. E. Scholliers, ‘Un indice du loyer: les loyers anversoïsois de 1500 à 1873’, in: *Studi in onori di Amintore Fanfani*, 5 (Milaan 1962) 593-617; E. Scholliers, ‘Prijzen en lonen te Antwerpen en in het Antwerpse (16de-19de eeuw)’, in: C. Verlinden (ed.), *Dokumenten voor de geschiedenis van prijzen en lonen in Vlaanderen en Brabant, 2, (XIVde-XIXde eeuw)* (Brugge 1965) 641-1056.

moet toen al vrij sterk ingeburgerd zijn geweest, want een groot aantal meer gefortuneerde Antwerpenaars bezat rond 1730 zelfs al een speciale theetafel.

De actoren uit de kleinhandelssector speelden maar wat graag in op deze beloftevolle niche. Uit de ledenlijsten van het meerseniersambacht blijkt namelijk duidelijk hoezeer de sector garen spon uit de verschuivingen in de vraag. Meer in het algemeen absorbeerden de Antwerpse kleinhandelaars vrij snel én succesvol nieuwe, vaak geïmporteerde producten in hun handelsaanbod. De stijging van het aantal meerseniers dat handel dreef in de populaire 'warme dranken' spreekt voor zich (zie grafiek 1).

GRAFIEK 1 *Nieuwe meerseniers, handelend in chocolade, thee en koffie (absolute aantallen en procenten)*²⁷

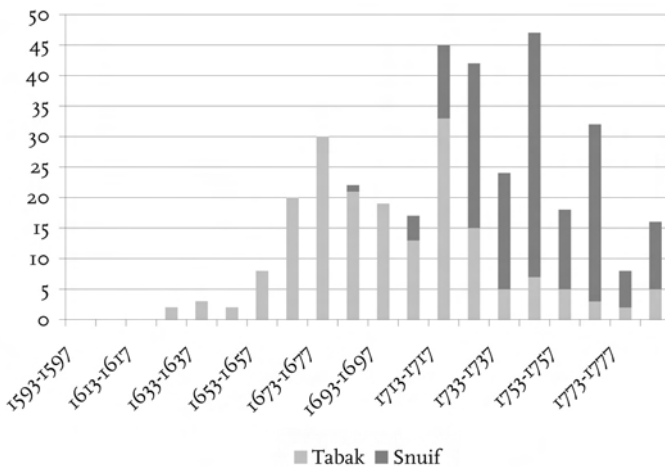


Gelijkaardige vaststellingen kunnen probleemloos worden gemaakt voor bijna elk ander nieuw product. Tabak en snuif, bijvoorbeeld, wisten de meerse- niers eveneens vrij soepel te integreren in hun winkelwarenaanbod. Tabak laat, om allerlei redenen, minder eenduidige sporen na in notariële boedel- beschrijvingen, maar de gewoonte om snuiftabak te gebruiken kan wél beter worden gevolgd. Parallel met de verspreiding en het bezit van snuifdozen in de Antwerpse samenleving van de zeventiende en achttiende eeuw, nam ook het gewicht toe van de tabak- en snuifhandelaars binnen de kleinhandelssector (zie tabel en grafiek 2).

27. Op basis van OCMW-AA, GH, Rekeningen, nrs. 86-87. Bij de berekeningen werd handig gebruik gemaakt van een database opgesteld door Laura Van Aert, die wij langs deze weg willen bedanken. Zij voltooit binnenkort een proefschrift rond het Antwerpse meerseniers- ambacht (Universiteit Antwerpen, Centrum voor Stadsgeschiedenis). OCMW = Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn; GH = Godshuizen.

TABEL 2 Procentuele verspreiding van snuifdozen in de Antwerpse boedelbeschrijvingen (rond 1680 en 1730)²⁸

Sociale Categorie	1680 (n=86)	1730 (n=93)
I	0	5
II	0	9
III	3	8
IV	8	32
V	9	43
VI	0	57

GRAFIEK 2 Nieuwe meerseniers, handelend in tabak en snuif (absolute aantallen)²⁹

De explosie van nieuwigheden beperkte zich trouwens niet tot de sector van de genotsmiddelen. Zou het toeval zijn dat het aantal stedelijke ordonnanties tegen ambulante marskramers van pruiken en andere nieuwe, modieuze consumptiegoederen, opmerkelijk toenam vanaf de tweede helft van de zeventiende eeuw?³⁰ Waarschijnlijk niet, gezien de snelle verspreiding van de pruik in het Antwerpse boedelbezit (zie tabel 3). Al van bij hun eerste verschij-

28. SAA, Not Prot, databank boedelbeschrijvingen.

29. OCMW-AA, GH, Rekeningen, nrs. 86-87.

30. Eigen berekeningen op basis van P. Genard, 'Index der Gebodsboeken (1489-1794)', *Antwerpsch Archievenblad*, 1ste reeks, 1 (1864) 120-464 en 2 (1865) 1-68 voor de jaren 1489-1650; en 2de reeks, 9 (1934) 115-157; 186-236 en 241-315 voor de jaren 1651-1794. In geen van de drie eeuwen die de Antwerpse gebodsboeken bestrijken, werden er zo veel ordonnanties uitgevaardigd als in de jaren 1642-1743 rond de detailhandel in duurzame detailgoederen door *vremdelinghe* – personen die buiten de corporatieve én stedelijke structuur vielen. Het gaat meer bepaald om 8 van de 122 stadsordonnanties (geen recurrenties mee-

ning in de jaren 1670-1680 in de Antwerpse poortersboeken, maakten de aanvankelijk Franse pruikenmakers deel uit van de meerseniërs. Dit vak had echter snel aantrekkingskracht op tal van lokale producenten die zich omvormden tot een eigen, dynamische natie onder de meerseniërs.³¹ In 1738 telde deze al 50 meester-*perruquiers*, met 30 gezellen en 20 knechten.³² Het was zeker geen toeval dat de pruikenmakers zich in de lokale economie een weg hadden gebaand via het meerseniërsambacht. Rond het midden van de achttiende eeuw waren ze echter zo 'geëmancipeerd', dat ze een kortstondige onafhankelijkheid als afzonderlijk ambacht verkregen. Een bewijs dat ook sommige plaatselijke nijverheden garen sponnen bij de consumptiewijzigingen. Het was echter goeddeels wachten op de tweede helft van de achttiende eeuw voordat de Antwerpse productiezijde deze weg van imports substitutie en productinnovatie succesvol verder zou zetten. Toen werd onder meer de eigen vervaardiging van Franse, katoenen weefsel, zoals de *siamoises*, een schot in de roos. De pruik zet ons evenwel op een ander verbruiksspoor dat een grote impact heeft gehad op de zeventiende en achttiende-eeuwse Antwerpse kleinhandel: dat van de mode.

TABEL 3 *Procentuele verspreiding van pruiken in de Antwerpse boedelbeschrijvingen (rond 1680 en 1730)*³³

<i>Sociale Categorie</i>	1680 (N=86)	1730 (N=93)
I	0	5
II	0	0
III	0	17
IV	0	21
V	0	7
VI	6	71

gerekend) betreffende de detailhandel in duurzame goederen, maar opmerkelijk genoeg allemaal geconcentreerd in de aangehaalde periode. Bij deze berekeningen werd geen rekening gehouden met de 'leur'-activiteiten van *voddelieden*, *uytdraegsters*, *corfsters* en dergelijke, die al van in de vroege zestiende eeuw voorkomen in de stedelijke geboden en integraal deel uitmaakten van de gelaagde detailhandelsstructuur binnen de stadsmuren.

31. F. Prims, *Geschiedenis van Antwerpen. Nieuwe uitgave van de oorspronkelijke tekst van 1927-1948* (ed. J. Van Roey) (Brussel 1984) dl. 7, 264.

32. SAA, GA, nr. 4006: overheidsenquête naar de ambachten, 1738. GA = Gilden en Ambachten.

33. SAA, Not Prot, databank boedelbeschrijvingen.

De ‘tirannie’ van de mode

De blijvende vitaliteit van de kleinhandel tijdens de jaren van economische contractie kwam minstens gedeeltelijk door nieuwe én ingevoerde consumptieartikelen succesvol te integreren in het Antwerpse winkelwarenaanbod. Daarnaast speelden ook modewijzigingen de relatieve versterking van de distributiesector in de kaart. In het bijzonder in de tweede helft van de zeventiende eeuw oriënteerde de vraag van zowel binnen- als buitenlandse consumenten zich meer en meer naar de opkomende Franse mode en producten.³⁴ Precies op het ogenblik dat het Spaans-Habsburgse rijk uit elkaar viel, bereikte Frankrijk onder Lodewijk XIV een heuse culturele apotheose.³⁵ In geen tijd domineerde de Franse levensstijl de Zuid-Nederlandse manieren. Frankrijk kreeg als het lichtende voorbeeld van beschaving en elegantie het eerste en het laatste woord op het gebied van mode en stijl.³⁶

Die verschuiving in de preferenties van koopkrachtige klanten leidde tot een ingrijpend verlies aan concurrentiekracht van de Antwerpse producten. De luxeartikelen van de Scheldestad – voordien nog gekocht en geprezen over heel Europa – werden in toenemende mate als *démodé* bestempeld. Deze evolutie kan de al eerder aangehaalde processen van deïndustrialisatie in Antwerpen verder verklaren. Uiteraard waren deze voor een deel toe te schrijven aan protectionistische handelsstrategieën en dalende inkomens onder brede groepen van de stedelijke en de landelijke bevolking.³⁷ Boekhoudkundige levensstandaardberekeningen volstaan echter geenszins om de crisis van de Antwerpse luxeproductie te verklaren. Voor welgestelde, modebewuste kopers waren overwegingen van prijs minder van belang dan stijl en smaak. Dat bleek bijvoorbeeld duidelijk bij een onderzoek naar de economische en sociale achtergronden van het Antwerpse schilderijenbezit.³⁸ Niet zozeer koopkrachtpro-

34. B. Blondé, “De plus nouveau et de plus galant”. Mode en consumptieveranderingen te Antwerpen in de zeventiende en achttiende eeuw’, *Provinciale Commissie voor Geschiedenis en Volkskunde*, 12 (jaarboek 2000-2001) 227-229; I. Van Damme, ‘Een stad in transitie. Antwerpen na 1648’, in: B. Van Beneden en N. De Poorter (eds.), *Vorstelijke vluchtelingen. William en Margaret Cavendish in het Rubenshuis. 1648-1660* (Leuven 2006) 55-62.

35. Voor de politieke context, lees J.I. Israel, *Conflicts of empires. Spain, the Low Countries and the struggle for world supremacy. 1585-1713* (Londen en Rio Grande 1997) 305-318.

36. Lees hierover I. Van Damme, ‘Zotte verwaandheid. Over Franse verleiding en Zuid-Nederlands onbehagen, 1650-1750’, in: R. de Bont en T. Verschaffel, *Het verderf van Parijs* (Leuven 2004) 187-203.

37. H. Van der Wee, ‘Industrial dynamics and the process of urbanization and de-urbanization in the Low Countries from the late Middle Ages to the eighteenth century. A synthesis’, in: Van der Wee (ed.), *The rise and decline*, 356-364.

38. B. Blondé, ‘Art and economy in seventeenth- and eighteenth-century Antwerp. A view from the demand side’, in: S. Cavachiochi (ed.), *Economia e Arte secc. XIII-XVIII* (Firenze 2002) 379-391.

blemen lagen aan de basis van de plotse afnemende vraag naar Antwerpse schilderijen, wel abrupte mode- en smaakveranderingen. Kwam het Antwerpse aanbod in de eerste helft van de zeventiende eeuw als geen andere tegemoet aan de internationale vraag naar de barokke ‘contrareformatorische’ pracht en praal (van kerk, staat en adel), dan verloren dezelfde goederen hun aantrekkingskracht door de opkomende dominantie van het Franse, laatbarokke en classicistische cultuurmodel. Om kort te gaan: Antwerpen evolueerde van een *fashion-maker* naar een *fashion-taker*.

Die veranderingen weerspiegelden zich misschien nog het beste in de neergang van de Antwerpse zijdenijverheid. Vielen in de periode 1640-1669 nog 134 zijdeverkopers en 43 zijdelakenverkopers te tellen, dan waren deze aantallen in de periode 1670-1699 teruggevallen tot respectievelijk 61 en 12.³⁹ De tewerkstelling in de passement- en zijdelintweverij daalde zelfs van 4800 arbeidskrachten in 1650 naar een schamele 290 in 1738. In dat jaar klaagden de Antwerpse passementwerkers dat de ‘oorsaecke van hunne verminderinge is voortsgecomen uyt de weynige drachte van zeyde linten’.⁴⁰ Pels en bont geraakten eveneens uit de mode. Rond 1661-1662 spande het Antwerpse *peltiers-ambacht* nog een proces aan tegen de meerseniërs, omdat die nieuwe *mouffelen* van bont verkochten. De meerseniërs lachten echter de pretenties van het ‘*cleijn ambacht*’ weg. Niet de verkoopsactiviteiten van de meerseniërs hadden de corporatie van de bontwerkers in verval gebracht en hun winkelrekken doen verkommeren; wel ‘*desen calamiteusen tijt waerinne door de Fransche modes, dracht van faillen ende anderssints, het meeste paert vande goederen waerinne hunne neiringe [het peltiersambacht] plachte te consisteren, is geraeckt in ongebruijck*’.⁴¹

Uit dit laatste citaat valt al af te leiden hoe de modewijzigingen niet onopgemerkt voorbij gingen aan de kleinhandelaars. Eens te meer bleek deze sector snelheid en richting te geven aan de verschuivingen langs de vraagzijde. Precies tijdens de jaren waarin de Antwerpse luxenijverheden in een diepe crisis verkeerden, verscheen bijvoorbeeld de *allen modenwinkel* op het toneel. De winkeldochters van deze modehuizen handelden in stijlvolle stoffen en accessoires, zoals pruiken, zakdoeken, snuifdozen, waaiers, en Frans geïnspireerde handschoenen, riemen, linten en sjaals. Maar ondanks het veeleer elitaire karakter bleef de ‘*boutique à la mode*’ gedurende bijna de hele achttiende eeuw heel nadrukkelijk aanwezig (grafiek 3).

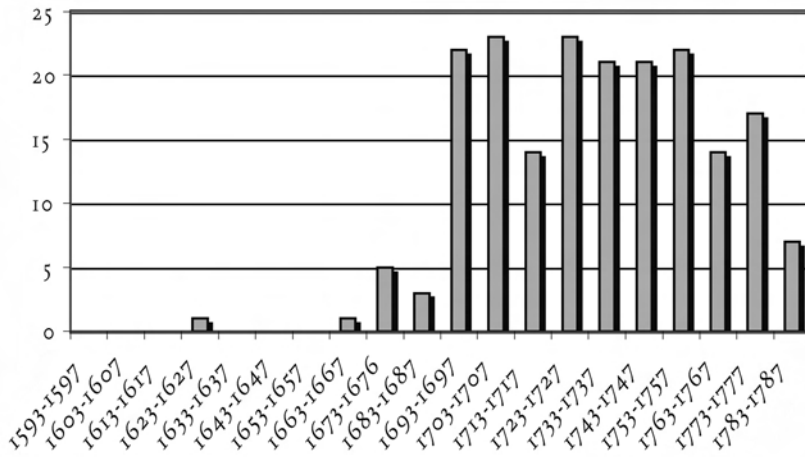
39. A.K.L. Thijs, *De zijdenijverheid te Antwerpen in de zeventiende eeuw* (Antwerpen 1969) 9 en 96.

40. SAA, GA, nr. 4007: ‘Consistentie van de ambachten, neiringen, ende fabriquen soo ende gelijk de selve binnen de stad Antwerpen sigh bevinden in de maendt augustus 1738’.

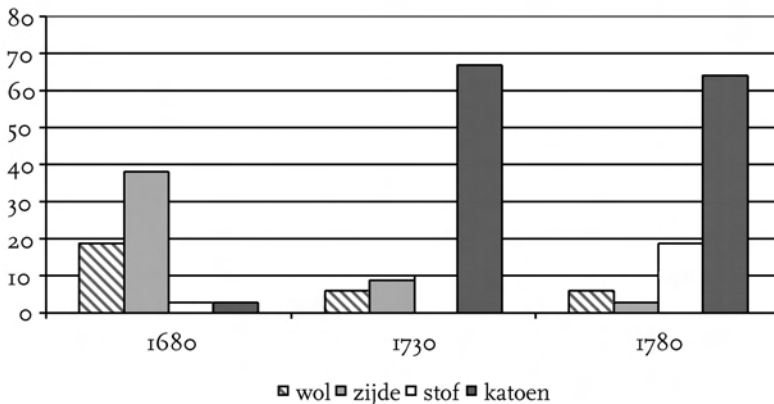
41. SAA, Proc Sup, nr. 6732: ‘Rescriptie voor de cremers ende meerseniërs deser stad rescribenten tegens de dekens van het peltiers ambacht supplianten’ (niet gedateerd [1661]). Proc Sup = Processen Supplement.

Dergelijke winkels speelden op zichzelf een belangrijke rol bij de snelle verspreiding van lichtere, gemengde stoffen en bij het fenomenale succes van het modieuze katoen.⁴² De populariteit van dit product valt onder meer af te leiden uit de grondstofkeuze van de schouwdoeken die Antwerpse gezinnen vaak aan de brandhaard hingen (grafiek 4).

GRAFIEK 3 De opkomst van modewinkels in Antwerpen (absolute aantallen)⁴³



GRAFIEK 4 De samenstelling van het Antwerpse schouwdoekenbezit naar grondstofsoort (in procenten)⁴⁴



42. Katoen werd overal in Europa een echt succes, zie B. Lemire, *Fashion's favorite: the cotton trade and the consumer in Britain, 1660-1800* (Oxford 1991).

43. Op basis van OCMW-AA, GH, Rekeningen, nrs. 86-87.

44. SAA, Not Prot, databank boedelbeschrijvingen.

Zogenaamde *indiennes*, zoals batist of mousseline, en tal van Franse en modieuze ‘exotische’ producten werden aanvankelijk geïmporteerd en versterkten daardoor de positie van de kleinhandelaars in de samenleving.⁴⁵ Commerçanten van allerlei slag plukten dankbaar de vruchten van de vergrote invoerbehoefte, die ze bovendien zelf mede aanzwengelden. Zo gebruikten de detailhandelaars hun vertrouwensrelatie met de klant om de consumenten juist gevoelig te maken voor het steeds sneller vernieuwende modeaanbod, een evolutie waar we dadelijk op terugkomen. Bij de tijdgenoten zelf leefde alvast de overtuiging dat modewijzigingen goeddeels het gevolg waren van allerlei handelspraktijken. In de jaren 1701-1702, bijvoorbeeld, werden Antwerpse *à la mode*-winkels en pakhuizen geplunderd, en de buitgemaakte ‘*indiaensche stoffen ende cattoenen goederen*’ verbrand.⁴⁶ Opnieuw in 1718 bestormden gefrustreerde arbeiders uit de zijdenijverheid de huizen en winkels van Antwerpse kooplieden: Oostenrijkse troepen moesten optreden om de rust te herstellen.⁴⁷

Dat de verkoop van Franse *nouveautés* ook door contemporaine analisten-publicisten als een gevaar werd gepercipieerd, blijkt onder meer uit *Den oorspronck vande ruïne en aermoede der Spaensche Nederlanden*, een mercantilistisch traktaat van Pieter Cardon uit 1686.⁴⁸ Vermakelijk is bijvoorbeeld de anekdote waarin Cardon verhaalt hoe Antwerpse zijdeproducten via een omweg langs een Franse handelaar opnieuw in de Scheldestad werden ingevoerd als ‘*nieuwe Parijsche mode*’. Waar voordien deze producten – ‘*om den naem van Antwerpen niet ghewilt*’ – geen afzet vonden in de Scheldestad, werden ze nu wel gretig geconsumeerd door de ‘*principale Joffrauwen van Antwerpen*’. En al wie deze ‘nieuwe Parijse mode’ weigerde te volgen, voegde Cardon er hoofdschuddend aan toe, ‘*wierden uyt-ghemaect voor hypocryten oft slecht-hoofden en als niet wetende wat de mode was*’.⁴⁹

De wisselwerking tussen de handelingen van de kleinhandelaars en de wensen en aspiraties van de klanten mag echter nooit uit het oog worden ver-

45. M. Batterberry en A. Batterberry, *Mirror, mirror. A social history of fashion* (New York 1977) 150; en F. Boucher, *20,000 years of fashion. The history of costume and personal adornment* (New York 1987) 292-293. Die nieuwe stoffen leenden zich ook uitstekend tot innovatieve vormen van kleuring en bedrukking.

46. SAA, Pk, nr. 788, f. 207 (19 maart 1702). Pk = Privilegiekamer.

47. Lees B. Blondé en I. Van Damme, ‘11 augustus 1723. Indische Compagnie trekt naar de beurs’, in: *De 25 dagen van Antwerpen* (Amsterdam 2006) 287. In Engeland vonden dezelfde angstkreten rond min of meer hetzelfde tijdstip een expressie in gelijkaardige plunderingen en verwoestingen. Zie U. Priestley, ‘The marketing of Norwich stuffs, c. 1660-1730’, *Textile History* 22 (1991) 204.

48. Hier werd gebruik gemaakt van de tweede uitgave [P. Cardon], *Den oorspronck vande ruïne en aermoede der Spaensche Nederlanden* (Luik 1699).

49. [Cardon], *Den oorspronck vande ruïne*, 16-17. In de uitgave van 1686 werden deze passages wel niet opgenomen, lees hiervoor de originele uitgave SAA, Pf, nr. 531/2. Pf = Pamfletten.



Afb. 1 De snelle opmars van de nieuwe 'genotsmiddelen' gaf de meerseniers wind in de zeilen, en creëerde ook een belangrijke markt inzake afgeleide producten. Op de afbeelding is een prachtige zilveren chocoladekan te zien, gemaakt in de jaren 1738-1739 door Joannes Josephus II Hennekin (Zilvermuseum Sterckshof, Deurne).

loren. Onder meer Colin Campbell heeft terecht geargumenteed dat consumptieverlangens, passies en preferenties eerst moesten wijzigen, alvorens de gehaaide modemanipulaties uit de hoger beschreven anekdote van Pieter Cardon succes sorteerden.⁵⁰ Het is in elk geval opmerkelijk hoe de algemene modegevoeligheid sterk toenam in deze periode. Zelfs typisch droge boedelbeschrijvingen verraden die grotere kwetsbaarheid voor modeverschijnselen. In de boedellijsten uit 1730 werden zo regelmatig specificaties opgenomen die aangaven in welke mate een geregistreerd voorwerp een al dan niet modieus karakter had. Waar voordien notarissen nog genoegen namen met omschrijvingen als 'een nieuw tafelkleed' of een 'quaede stoel', noemden ze zulke voorwerpen in de boedelsteekproef rond 1730 meer systematisch 'nieuw' en 'modern' of gaven ze die labels mee van het type 'nieuw fatsoen'.⁵¹ In de plaatselijke krant, de

50. C. Campbell, *The romanthic ethic and the spirit of modern consumerism* (Oxford 1987); G. Lipovetsky, *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes* (Parijs 1987); C. Mukerji, *From graven images: patterns of modern materialism* (New York 1993); M. Bianchi (ed.), *The active consumer. Novelty and surprise in consumer choice* (Londen en New York 1998).

51. Bijvoorbeeld SAA, Not Prot, nr. 1722 (boedel van Geertrui Melis in 1732) waar gewag wordt gemaakt van 'ouderwets' glaswerk en twee kleine zoutvaten 'oud fatsoen'. SAA, Not Prot, nr. 1090 waar in de boedelbeschrijving van Margarita Boveemans uit 1728 sprake is van een 'moderne' mosterdpot.

Gazette van Antwerpen, hanteerden adverteerders van openbare verkopen eveneens vaak lokkertjes van het type ‘een groote partij van alle soorten van Fransche coopmanschappen’ of ‘nieuw mode stoelen en bedden’.⁵² De ‘tirannie’ van de mode was dus zeker geen ééndimensionaal en asymmetrisch proces, maar een zaak van onderhandeling tussen klanten en kleinhandelaars, een gegeven waar we in het volgende punt dieper op ingaan.⁵³

De kleinhandelaar als ‘middelaar’

De op de Franse cultuur geïnspireerde smaak- en modewisselingen waren zo groot dat ze haast zouden doen vergeten dat het hele achttiende-eeuwse consumptiepatroon in toenemende mate onderhevig werd aan een steeds grotere modegerelateerde volatiliteit.⁵⁴ Het versnelde ritme van de modecycli had onvermijdelijk ook repercussies op de bedrijfsvoering van de detailhandelaar en op zijn relatieve positie in het stedelijke economische weefsel.⁵⁵ Snelle modeveranderingen prikkelden een gewijzigd consumptiebewustzijn en de roep naar ‘nieuwe goederen’ en ‘nieuwe modeveranderingen’ – een evolutie die alle kleinhandelaars alleen al door een wijzigend winkelaanbod mee stimuleerden.⁵⁶ Naarmate echter consumptiebeslissingen modegevoeliger werden, werden de consumenten zelf ook kwetsbaarder en groeide automatisch haast de rol van middelaars en adviseurs zoals architecten en winkeliers.⁵⁷ Klanten waren in toenemende mate aangewezen op de winkelier die hen de gepaste goederen aanpreef volgens de laatste mode en hen zo beschermde tegen vruchteloze, of te snel ouderwets wordende investeringen.

52. Tweewekelijks verschenen vanaf 1691. sBA, nr. 568713: *Gazette van Antwerpen*, voorbeelden van respectievelijk vrijdag 5 januari 1725 en vrijdag 5 februari 1745. sBA = Stadsbibliotheek Antwerpen.

53. Lees ook I. Van Damme, ‘Middlemen and the creation of a “fashion revolution”. The experience of Antwerp in the late seventeenth and eighteenth centuries’, ter perse in een nieuw, aanstaand boek van B. Lemire rond het modefenomeen (Manchester University Press) *The Fashion imperative: social politics and material practice in comparative perspective*, c. 1500-2000.

54. G. McCracken, *Culture and consumption. New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities* (Bloomington 1998) 19.

55. Men hoede zich er voor de achttiende-eeuwse verbruiker af te stempelen als het weerloze en passieve slachtoffer van producenten- en kleinhandelsmanipulaties, zoals onvermijdelijk impliciet wordt gesuggereerd in de eerder geciteerde anekdote van Pieter Cardon.

56. Zie ook T. Kusamitsu, ‘Novelty, give us novelty: London agents and northern manufacturers’, in: M. Berg (ed.), *Markets and manufacture in early industrial Europe* (Londen en New York 1991) 117.

57. Zoals ook gesuggereerd in M. Craske en M. Berg, ‘Art and industry – the making of modern luxury in eighteenth-century Britain’, in: Cavaciocchi (ed.), *Economia e Arte*, 833.

Hoezeer winkeliers konden profiteren van hun positie als middelaar tussen vraag en aanbod, blijkt bijvoorbeeld duidelijk uit de correspondentie van de Antwerpse firma Hoffinger, een modewinkel met het ronkende uithangbord ‘*Au Magasin de Paris*’.⁵⁸ Zowel de woordkeuze als het taalgebruik van de bewaarde bedrijfs correspondentie – met leveranciers in Frankrijk en klandizie in de Noordelijke en Zuidelijke Nederlanden – leren ons veel over de centrale rol van de mode en de middelaarsfunctie van de modehandelaar. Sommige klanten van Hoffinger maakten de prijs van hun bestellingen duidelijk ondergeschikt aan de basisvereiste, namelijk dat de goederen die ze bestelden ‘*de plus nouveau et de plus galant*’ zouden zijn.⁵⁹ De persoonsgebonden vertrouwensrelatie met de klant bleef dan ook een belangrijk commercieel element.⁶⁰ En mede dankzij de steenwegen en de verbeteringen in het post- en communicatiesysteem kon de kleinhandelaar nu inderdaad snel inspelen op nieuwe algemene trends enerzijds en specifieke individuele behoeften van klanten anderzijds.⁶¹

Niet alleen de veelvuldige en steeds snellere modewissels versterkten de kleinhandelaar in zijn of haar adviesfunctie. Ook het goederenaanbod zelf bleef maar verruimen. Verscheidenheid was troef en verbruikers in de ‘eeuw van de Verlichting’ genoten een steeds grotere keuzevrijheid. Consumenten verlangden hier ook naar omdat een bredere keuzewaaier mogelijkheden bood voor individuele, op maat van de klant gesneden, oplossingen.⁶² De grotere productenwaaier manifesteerde zich in zeer uiteenlopende domeinen, niet alleen in kleding en huisraad, maar zelfs op het gebied van de leescultuur. Deed in de zeventiende eeuw een ledikant of bedstee doorgaans nog als belangrijkste slaapmeubilair dienst, dan kon de meer welgestelde achttiende-eeuwse verbruiker ook opteren voor exotischer ogende meubels zoals een ‘*Turks imperiaal*’ of een ‘*lit de repos*’, om maar dat ene voorbeeld te noemen. Met de verscheidenheid nam evenwel ook de onzekerheid hand over hand toe. In een wereld die werd gedomineerd door meer goederen met een

58. Dit archief is terug te vinden onder SAA, 1B, Hoffinger, nrs. 2357-2364. Lees eveneens M. Coppens, “‘*Au magasin de Paris*”. Une boutique de mode à Anvers dans la première moitié du XVIII^e siècle’, *Belgisch tijdschrift voor oudheidkunde en kunstgeschiedenis* 52 (1983) 81-107. 1B = Insolvente Boedelkamer.

59. Coppens, ‘*Au Magasin de Paris*’, 93.

60. Coppens, ‘*Au Magasin de Paris*’, 94 citeert bijvoorbeeld een klant van Breda die bij de Antwerpse modewinkel een kledingstuk bestelt, met de toezegging: ‘*il faut le faire à la mode enfin je vous en laisse entièrement la direction mais qu’on la fasse le plutôt possible*’. Daarmee legt de klant haar lot helemaal in de handen van de middelaarster. C. Sargentson, ‘The manufacturing and marketing of luxury goods: the *marchands merciers* of late 17th- and 18th-century Paris’, in: R. Fox en A. Turner (eds.), *Luxury trades and consumerism in Ancien Régime Paris* (Aldershot 1998) 131-133 ziet dezelfde mechanismen aan het werk in Parijs.

61. Over het belang van de daling van de gegeneraliseerde transportkosten, in het bijzonder voor de luxenijverheden, zie B. Blondé, *Een economie met verschillende snelheden*, 174-183.

62. Sargentson, ‘The manufacturing’, 99-137; Coppens, ‘*Au magasin de Paris*’, 90-91.



Afb. 2 In 1860 vereeuwigde Edmond Fierlants 'De Grote Robijn', een van de vele tot de verbeelding sprekende realisaties van architect Jan-Pieter Van Bourscheit de Jonge. Deze tekende niet alleen de gevelplannen, maar ontwierp ook de belangrijkste elementen van de interieurdecoratie (Stadsarchief Antwerpen).

steeds grotere verscheidenheid, werd de aankleding van het huishouden er duidelijk niet eenvoudiger op. Hier kon een middenaar of een door Matthew Craske ook in de overdrachtelijke betekenis gebruikte *upholder* onschatbare diensten bewijzen.⁶³ De *upholder* medieert immers tussen een verfijnde clientèle en de spreekwoordelijk ruwe manieren van de gespecialiseerde

63. Craske en Berg, 'Art and industry', 829.

ambachtsman.⁶⁴ Hij ontlastte de consument van zijn vermoeiende zoektocht naar de beste en meest betrouwbare specialisten en aasde op goederen die buiten verdenking *à la mode* waren. Een Engels handelshandboek uit 1757 omschreef de *upholder* als volgt: ‘*He is the man upon whose judgement I rely in the choice of goods; and I suppose he has judgement not only in the materials, but taste in the fashions and styles of workmanship*’. Hij was kortom, ‘*a connoisseur in every article that belongs to a house*’.⁶⁵

Geconfronteerd met die toenemende verscheidenheid zochten elitaire huishoudens in de achttiende eeuw naar esthetische orde, cohesie, zelfs homogeniteit.⁶⁶ Die drang naar ‘eenheid in verscheidenheid’ manifesteerde zich bijvoorbeeld bij de Antwerps edelman, Jonker Jean Antoin du Bois, heer van Vroylande en Rosenberg en de echtgenoot van achtereenvolgens Theresia van Colen en Dymphna Della Faille.⁶⁷ De du Bois behoorden rond 1755 ongetwijfeld tot de meest toonaangevende en kapitaalkrachtige huishoudens van de Scheldestad. De verschillende telgen van de familie bezaten onder meer luisterrijke ‘*hoven van plaisantie*’ in Berchem en Hoboken, en het schitterende pand aan de Antwerpse Meir, het huidige huis Osterrieth.⁶⁸ Jean Antoin woonde in *De Grote Robijn*, gelegen in de Lange Nieuwstraat, op dat ogenblik een van de belangrijke sociale assen en uitvalswegen van de Scheldestad.⁶⁹ Een gedetailleerde beschrijving van het rijke interieur van deze familie – die er te oordelen naar de aanwezige koetsen, ‘*sjeezen*’ en sneeuwsleden zeker een statusbevestigende levenswijze op nahield – doet hier niet ter zake.⁷⁰ Wel is het volgende van belang. In het vernieuwde en hertimmerde huis van de du Bois waren de diverse *salons* bijzonder smaakvol én homogeen ingericht. Venstergordijnen, kussens op fauteuils en wandbekleding waren er in de meeste vertrekken uit dezelfde stof vervaardigd of minstens uit stoffen van dezelfde kleur. Iemand goed bekend aan de du Bois had duidelijk de aankoop van het meubel- en wandtextiel, de venstergordijnen, kamerschermen, kussens en andere interieurelementen

64. M. Craske, ‘Plan and control: design and the competitive spirit in early and mid-eighteenth-century England’, *Journal of Design History* 12 (1999) 208.

65. R. Campbell, *The complete London tradesman* (Londen 1757) 169. Geciteerd uit: Craske en Berg, ‘Art and industry’, 832.

66. Lees hierover eveneens B. Garnot, *La culture matérielle en France aux XVIIe-XVIIIe-XVIIIe siècles* (Parijs 1995) 87.

67. R. Baetens en B. Blondé, ‘Wonen in de stad: aspecten van de stedelijke wooncultuur’, in: J. Van Der Stock (eds.), *Stad in Vlaanderen. Cultuur en maatschappij, 1477-1787* (Brussel 1991) 70; B. Blondé, ‘Botsende consumptiemodellen? De symbolische betekenis van goederenbezit en verbruik bij de Antwerpse adel (ca. 1780)’, in: G. Marnef e.a. (ed.), *Adel en macht: politiek, cultuur, economie* (Maastricht 2004) 123-139.

68. F. Baudouin, *Jan Peter van Bourscheit de Jonge, architect, 1699-1768* (Lier 1995) 239-240.

69. B. Blondé, ‘Indicatoren van het luxegebruik? Paardenbezit en *conspicuous consumption* te Antwerpen (zeventiende-achttiende eeuw)’, *Bijdragen tot de geschiedenis* 84 (2001) 509-510.

70. SAA, Not Prot, nr. 189 (notaris F.B. Beltens).

gepland en gecoördineerd. Voor de Antwerpse familie du Bois nam Jan Peter van Bourscheit de Jonge (1699-1768) de taak van *upholder* op zich. Hij was de ‘*architecte et ingénieur*’, tekende, plande, coördineerde en gaf leiding aan een schare gespecialiseerde ambachtsmeesters gaande van meester-steenhouwers, metselaars, ijzersmeden, schilders, schrijnwerkers en ebbenhoutwerkers tot beeldhouwers. Ze werden allemaal, onder zijn toezienend oog, belast met de verbouwing van de huizen van de du Bois.⁷¹ Niet enkel hield Bourscheit de Jonge de supervisie over het ontwerp en de uitvoering van de façade, ook de interieurdecoratie en zelfs het meubelwerk werden op een natuurlijke en homogene wijze afgestemd op het modieuze totaalconcept.⁷² Via esthetische cohesie tussen de binnen- en buitenkant van de woning werden als het ware orde, regelmaat en rationaliteit opgelegd aan een zich voor de consument steeds rijkere en verder uitdijende materiële cultuur.

De middelaars of *upholders*, of ze nu architecten waren, modeadviseurs of gespecialiseerde winkeliers, plaatsden zich met andere woorden tussen de consument en de producent als *connoisseurs* van smaak- en modeveranderingen. En ze deden dat in een steeds complexere wereld van goederen. Aan het einde van de distributieketen pasten zij de klant een modieus, indien nodig homogeen of esthetisch coherent, verbruikspatroon aan. Het hierboven uitgewerkte voorbeeld oogt uitermate elitair, maar in lagere commerciële circuits was zulke bemiddeling schering en inslag. De toenemende diversiteit aan verbruiksgoederen versterkte ook daar de impact van de winkelier op de klant. De kleinhandelaar kon immers – door het ogenschijnlijk onontwarbaar kluwen van goederen – onschatbaar advies bezorgen aan de consument over het zo verlangde, esthetisch coherente of homogene totaalconcept. Achttiende-eeuwse klanten kochten duidelijk geen geïsoleerde schoenen meer, of jassen en hoeden, maar vaak een *ensemble*. Aan hun adviesfunctie ontleenden de ‘*fashion-manipulators*’ een aanzienlijke economische macht.⁷³ Van de Parijse luxehandelaars (*mar-chands merciers*) is bijvoorbeeld bekend dat zij zelf een belangrijke en persoonlijke invloed uitoefenden op smaak- en modewissels door de creatie of het

71. F. Baudouin, ‘Bouw-, beeldhouw- en schilderkunst’, in: *Antwerpen in de XVIIIde eeuw* (Antwerpen 1952) 188; Baudouin, *Jan Peter van Bourscheit*, 49-50.

72. Baudouin, *Jan Peter van Bourscheit*, 50: ‘De “emancipatie” van de architect had tot gevolg, dat de gebouwen architectonisch “zuiverder” gedacht werden. (...) Er ontstond aldus een harmonische samenhang tussen architectuur en decoratie’. De monografie van Baudouin over Bourscheit de Jonge bevat diverse voorbeelden van huizen waar de hand van de architect ook in het interieurontwerp (schoorsteen, wandtapijten, meubel- en ijzersmeedwerk, enzovoort) aanwijsbaar is.

73. D. Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVIIe-XIXe siècle)* (Parijs 1997) 57; E.L. Jones, ‘The fashion manipulators: consumer tastes and British industries, 1660-1800’, in: L.P. Cain en P.J. Selding (eds.), *Business enterprise and economic change* (Ohio 1973) 198-226.

design van ‘nieuwe goederen’.⁷⁴ In Engeland speelden befaamde ondernemers als Matthew Boulton en Josiah Wedgwood een gelijkaardige rol.⁷⁵ Maar ook in Antwerpen lijken vergelijkbare processen aan het werk te zijn geweest. Zou het toeval zijn dat sommige modehandelaars de kleermakers concurrentie aandeden door naaisters voor hen in onderaanneming te werk te stellen?⁷⁶ De correspondentie van de modehandel van de Hoffingers met klanten in andere steden of het buitenland, wijst eveneens op de strategische positie die de gespecialiseerde handelaar innam in zijn vertrouwensrelatie met de klanten. Maar ook ten aanzien van de leveranciers vervulde deze modezaak duidelijk een intermediaire rol. Onder meer schoenmakers en kleermakers verdienden gedeeltelijk de kost in opdracht van de Hoffingers.⁷⁷ Door modecycli te manipuleren werd de productiezijde van de economie voortdurend geprikkeld en konden nieuwe markten en consumenten worden aangeboord. De pogingen van verschillende kleinhandelaars, architecten en ondernemers om de verbruiksevoluties te controleren, en het toegenomen belang van ‘design’ in de wereld van het verbruik zelf, deden tussen de kleinhandelssector en de ambachtswereld nieuwe netwerken van onderaanneming en afhankelijkheid ontstaan.

Een koorts naar nieuwigheid?

De snelle modewisselingen, de vergrote productenwaaier en de ogenschijnlijke rijkdom van de achttiende-eeuwse materiële cultuur, vallen op het eerste zicht niet altijd te rijmen met de sociale en economische draagkracht van de

74. Sargentson, ‘The manufacturing’, 112-113, 116-117, 120-121; P. Verlet, ‘Le commerce des objets d’art et les marchands merciers à Paris au xviii^e siècle’, *Annales. Economies. Sociétés. Civilisations* 13 (1958) 16-17, 23, 25 en 28; C. Fairchilds, ‘The production and marketing of populuxe goods in eighteenth-century Paris’, in: J. Brewer en R. Porter (eds.), *Consumption and the world of goods* (Londen en New York 1993) 228-248. Over het belang van ontwerp en design moet nog veel onderzoek worden verricht. In afwachting daarvan raadpleeg voor Antwerpen alvast B. De Munck, *Leerpraktijken. Economische en sociaal-culturele aspecten van beroepsopleidingen in Antwerpse ambachtsgilden, 16de-18de eeuw* (Onuitgegeven Doctoraatsverhandeling Vrije Universiteit Brussel 2002). Ook Bert De Munck voltooit momenteel de handelseditie van zijn proefschrift, te verschijnen bij Brepols (*Studies in European Urban History*).

75. N. McKendrick, ‘Josiah Wedgwood and the commercialization of the potteries’, in: McKendrick, Brewer en Plumb, *The birth of a consumer society*, 100-145; E. Robinson, ‘Eighteenth century commerce and fashion: Matthew Boulton’s marketing techniques’, *Economic History Review* 16 (1963-64) 39-60; E. Robinson, ‘Matthew Boulton and Josiah Wedgwood, apostles of fashion’, *Business History* 28 (1986) 98-114.

76. H. Deceulaer, *Pluriforme patronen en een verschillende snit. Sociaal-economische, institutionele en culturele transformaties in Antwerpen, Brussel en Gent, ca. 1585 – ca. 1800* (Amsterdam 2001) 205.

77. Coppens, ‘Au magasin de Paris’, 87-88.

stedelijke bevolking in deze periode. Dat geldt in het bijzonder voor de Scheldestad die tijdens de late decennia van de zeventiende eeuw zoals gezegd af te rekenen kreeg met een ingrijpende stedelijke crisis. Toch verging het vele stedelingen, te oordelen naar hun materiële comfort, niet zo slecht.⁷⁸ Die paradoxale evolutie kan mogelijk worden verklaard door ook een sluipende structuurwijziging in het Antwerpse (en Europese) consumptiepatroon in rekening te brengen.

Geleidelijk maar onstuitbaar wijzigde het verbruik tijdens de zeventiende en achttiende eeuw van een patroon waarin dure en duurzame goederen met een hoge recycleerbaarheid of een grote tweedehands waarde domineerden, naar een consumptiepatroon dat in de regel goedkoper was, maar proportioneel ook veel minder duurzaam. Geleidelijk aan ging een goederenaanbod overheersen, dat gemaakt was uit minder of niet herbruikbare en moeilijker door te verkopen materialen. In de textiel- en kledingsector kan deze structuurwijziging onderkend worden in de prijsdalingen van de klassieke producten én de eerder besproken opkomst van de lichtere en minder prijzige stoffen.⁷⁹ Aan de wanden van de rijke burgers vertaalde deze tendens zich in goedkoper textielbehang, zelfs bedrukt papier, waar voordien tapijten en goudleer werden geprefereerd. Zelfs pogingen om de achttiende-eeuwse Brusselse tapijtnijverheid nieuw leven in te blazen liepen stuk op het toegenomen modebesef. De raadsheren in de Raad van Financiën raadden zo Maria-Theresia af nog langer geld te pompen in de tapijtenproductie, aangezien de mensen, volgens hun advies, de voorkeur gaven aan investeringen in behangpapier. Dat was voordeliger, en het behang liet zich gemakkelijk aanpassen aan de snelle modewisselingen.⁸⁰ Ook de Spaans lederen stoel maakte plaats voor goedkopere varianten zoals onder meer de biezen stoel (zie tabel 4). Aan tafel uitte deze trend zich in het verminderde belang van zilver en tin ten voordele van – in de regel goedkoper – glaswerk, porselein en andere substitutieproducten.⁸¹ Het achttiende-eeuwse verbruikspatroon was dus over het algemeen minder prijzig, waarmee meteen een belangrijke randvoorwaarde werd inge-

78. K. Pomeranz, *The great divergence. China, Europe, and the making of the modern world economy* (Princeton en Oxford 2000) 152-154 ziet een gelijkaardige evolutie in grote delen van Europa.

79. Deceulaer, *Pluriforme patronen, 185-187*. Deze trends waren echter reeds vroeger zichtbaar, onder meer op het vlak van de lichte draperie. P. Kriedte, *Peasants, landlords and merchant capitalists. Europe and the world economy, 1500-1800* (s.l. 1983) 34.

80. I. De Meuter, 'De wandtapijtindustrie te Brussel ten tijde van het Oostenrijks bewind. De bestellingen geplaatst door keizerin Maria-Theresia', in: *De Oostenrijkse Nederlanden, het Prinsbisdom Luik en het Graafschap Loon in de 18de eeuw. Bijdragen over cultuur, politiek en economie* (Hasselt 1989) 89.

81. Blondé, 'Tableware', 300. Ook technologische evoluties in de productie van het zilverwerk, maakten de goedkope aanmaak van zilveren producten mogelijk in de loop van de

vuld voor het toenemende modieuze karakter van de consumptie, maar ook voor een verbrede sociale basis van het verbruik. Op die manier ‘ontsnapte’ het verbruik ook aan de economische crisis, al kan wel de vraag gesteld worden naar de richting van de causaliteit. Allicht dwongen koopkrachtverlies en economische recessie producenten er toe steeds ‘goedkoper’ te gaan werken.

TABEL 4 *Aandeel van de Spaanse en biezen stoelen in het totale Antwerpse stoelenbezit (rond 1680 en 1730)*⁸²

Sociale Categorie	Totaal aantal stoelen in steekproeven, absolute aantallen		% Spaanse stoelen ten opzichte van totaal aantal stoelen		% Biezen stoelen ten opzichte van totaal aantal stoelen	
	1680	1730	1680	1730	1680	1730
I	66	98	36	20	30	50
II	54	99	54	8	33	56
III	482	416	46	35	15	29
IV	312	493	47	39	3	33
V	492	616	58	39	7	26
VI	347	449	42	25	0	28

Hoe dan ook, voor de kleinhandelssector betekende het vluchtiger karakter van het verbruik alleszins, dat er in verhouding tot de waarde van het materiële cultuurbezit, steeds meer verkoopsmomenten moesten komen. Voor de kleinhandelaars waren deze ‘ontmoetingen’ evenzovele gelegenheden om de klanten te verleiden, te binden en hun verbruiksgewoonten te sturen en uiteindelijk te bestendigen.

Van ‘oud’ naar ‘out’?

De al bij al indrukwekkende groei van de winkelsector was tot op zekere hoogte ook misleidend. In de Scheldestad ging ze alleszins ten koste van de georganiseerde tweedehandsmarkten, die in de ‘*age of novelties*’ waarschijnlijk aan marktaandeel inboetten. Verbruiksveranderingen speelden hier allicht opnieuw een sleutelrol. Achttiende-eeuwse producten waren niet alleen op modieus vlak sneller opgebrand. Ze waren ook minder duurzaam dan hun zeventiende-eeuwse voorgangers, leenden zich minder tot hergebruik en kon-

achttiende eeuw. Zilveren voorwerpen werden trouwens zelf meer begeerd omwille van hun modieus fatsoen dan om de intrinsieke edelmetalaarde. Lees H. Clifford, ‘A commerce with things: the value of precious metalwork in early modern England’, in: M. Berg en H. Clifford (eds.), *Consumers and luxury. Consumer culture in Europe, 1650-1850* (Manchester en New York 1999) 148 en 163-166.

82. SAA, Not Prot, databank boedelbeschrijvingen.

den niet altijd even gemakkelijk doorverkocht worden op de tweedehandsmarkten. Die evolutie had ongetwijfeld een belangrijke invloed op de Antwerpse oudekleerkopers, een ambachtelijk commercieel circuit dat uiterst gevoelig was voor de globale veranderingen in de waarde van tweedehandse goederen.⁸³ Nochtans bestaat over de invloed van de hier besproken wisselende modetrends en veranderingen in de materiële cultuur op de tweedehandsmarkten voorslagnog geen eensgezindheid. Maxine Berg en Daniel Roche, onder anderen, vermoedden dat de secundaire markten konden genieten van een groeiende berg snelle afdankertjes.⁸⁴ Aangezien goederen sneller cultureel versleten of uit de mode raakten, belandden ze uiteindelijk ook spoediger én in grotere hoeveelheden in het kringloopcircuit. Dit zou uiteindelijk veel meer plaatselijke consumenten de kans hebben gegeven om een toenemend en gediversifieerd boedelbezit op te bouwen. Eenmaal definitief afgeschreven of *démodé* voor de thuismarkt, konden soortgelijke producten overigens nog een nieuw leven vinden na verscheping of transport naar andere gebieden.⁸⁵ Stena Nenadic wijst er van haar kant echter op hoe de verhandelde tweedehandsgoederen precies door gelijkaardige evoluties – modewissels en afnemende duurzaamheid – vermoedelijk ook veel minder marktwaarde hadden.⁸⁶ Ze overspoelden misschien wel de markt, maar hun economisch belang verschrompelde. Op het einde van hun levenscyclus brachten sommige producten helemaal niets meer op, of waren ze simpelweg niet langer recycleerbaar. Dit zou dan mogelijk tot een afname van commercieel hergebruik hebben geleid of in ieder geval de handel in tweedehands goederen hebben gedegradeerd tot een weinig winstgevende economische activiteit. Verschuivingen in de preferenties van consumenten kunnen dus ook hebben bijgedragen tot een heroriëntering of misschien zelfs een verval van een voorheen erg belangrijk commercieel circuit.⁸⁷

Antwerpse boedelinventarissen bevatten in de regel geen prijsschattingen, waardoor het onmogelijk wordt om een prijzengeschiedenis van de tweede-

83. Zie meer uitgebreid I. Van Damme, 'Changing consumer preferences and evolutions in retailing. Buying and selling consumer durables in Antwerp (c. 1648-c. 1748)', in: Blondé e.a. (eds.), *Buyers and sellers*, 199-223.

84. D. Roche, *Le peuple de Paris. Essai sur la culture populaire au XVIIIe siècle* (Parijs 1998) 222-223; M. Berg, 'French fancy and cool Britannia: the fashion markets of Early Modern Europe', in: S. Cavaciocchi (ed.), *Fiere e mercati nella integrazione della economia Europea secc. XIII-XVIII* (Firenze 2001) 546-552. Een gelijkaardige visie is te vinden bij P. Verlet, 'Le commerce et les objets d'art', 28: 'Les ventes publiques prennent au XVIIIe siècle de l'extension'.

85. Berg, 'French fancy and cool Britannia', 546-552.

86. S. Nenadic, 'Middle-rank consumers and domestic culture in Edinburgh and Glasgow 1720-1840', *Past & Present* 145 (1994) 134.

87. Voor het structureel belang van hergebruik in economieën van schaarste, lees D. Woodward, "'Swords into ploughshares": Recycling in Pre-industrial England', *Economic history review* 38 (1985) 175-191.

handsmarkt te schrijven. Feit is hoe dan ook dat de Antwerpse oudekleerkopers gaandeweg in numeriek én sociaal opzicht opschoven in de richting van de marge. In 1571 zou de Scheldestad nog 170 oudekleerkopers hebben geteld; rond 1585 zelfs bijna 250.⁸⁸ In 1755 echter telde het vak nog slechts 42 mannelijke gezinshoofden. 164 van de 10.844 nieuwe poorters in de jaren 1535-1570 waren oudekleerkoper van beroep. Bijna tien procent van de poorters-migranten met een commercieel beroep (groothandelaars inbegrepen) was toen oudekleerkoper. Maar tijdens eenzelfde periode in de zeventiende eeuw melden zich nog slechts acht oudekleerkopers aan. De oudekleerkopers maakten in de jaren 1635-1670 amper drie procent uit van de nieuwe migranten met een commercieel beroep. In de achttiende eeuw leek het oudekleerkopersvak zijn aantrekkelijkheid voor nieuwkomers helemaal te hebben verloren. Tussen 1735 en 1770 werden in de Scheldestad nog twee poortersinschrijvingen van oudekleerkopers genoteerd. Het heeft weinig zin daarvan nog percentages te berekenen: qua getalsterkte hadden de oudekleerkopers als beroepsgroep duidelijk terrein moeten prijsgeven.

Dat terreinverlies gold blijkbaar ook in sociaal opzicht. Bij gebrek aan dege-lijke fiscale achtergrondinformatie moeten wij daarbij vertrouwen op het criterium van de aanwezigheid van huispersoneel om een benaderend idee te verkrijgen van de welstand van oudekleerkopers en winkeliers. In de volkstelling van 1755 hadden bijna één op twee mannelijke gezinshoofden-winkeliers (in hoofdberoep) een meid of knecht in dienst.⁸⁹ Meer dan de helft van de twintig modewinkels die in datzelfde jaar, officieel althans, door mannelijke gezinshoofden werden gerund, hield een meid of een knecht aan het werk.⁹⁰ Vier op vijf van de 42 oudekleerkopers moesten het daarentegen zonder huishoudhulp of winkelbijstand stellen. Op het einde van de achttiende eeuw waren die perspectieven niet verbeterd, eerder het tegendeel.⁹¹ In vergelijking met hun sociale situatie in 1585, toen ze de sociale vergelijking met de grote beroepsgroepen van het meerseniersambacht nog gemakkelijk konden doorstaan,

88. Zie H. Deceulaer, 'Urban artisans and their countryside customers: different interactions between town and hinterland in Antwerp, Brussels and Ghent (18th century)', in: B. Blondé, E. Vanhaute en M. Galand (eds.), *Labour and labour markets between town and countryside (Middle Ages – 19th century)* (Turnhout 2001) 224.

89. De 208 handelaars die uiteraard sterker op de groothandel gericht waren zelfs 1,53 per gezinshoofd-handelaar. SAA, Pk, nr. 2561-2564 en AR, FOB, nr. 395. Zie eveneens Blondé, *Een economie*, 59-64 en 258-271. AR = Algemeen Rijksarchief; FOB = Fiscaal Office van Brabant.

90. Dat gold toen ook voor de snuifwinkels, waar gemiddeld vier op tien winkeluitbaters een winkeldochter, meid of knecht in dienst had.

91. De 42 oudekleerkopers uit de telling van het jaar 1740 moeten het dan gemiddeld met 0,14 domestiek personeelslid doen. Voor de bronkritische bespreking van deze tellingen en methode van verwerking, lees Blondé, *Een economie*, 79-83 en 271.

waren de achttiende-eeuwse Antwerpse oudekleerkopers dan ook duidelijk het slachtoffer geworden van een relatieve deprivatie.⁹²

Hergebruik, herstel, generatieoverdracht en herverkoop bleven een wezenlijk bestanddeel van de preïndustriële economie, maar ze kregen in het veranderende verbruiksklimaat van de achttiende eeuw waarschijnlijk een nieuwe en misschien een meer bescheiden rol.

Besluit

Laat zeventiende- en vroeg achttiende-eeuwse wijzigingen in het consumptiepatroon en de verbruiksmentaliteit hadden verstrekkende en in sommige opzichten zelfs 'dwingende' consequenties voor de sector van de detailhandel in het algemeen, en voor het beroep en de bedrijfsvoering van de kleinhandelaar in het bijzonder. Economische groei en urbanisatie mogen voor de uitbreiding van de kleinhandel en het verbruik in deze tijd stimulerende contextfactoren zijn geweest, noodzakelijke voorwaarden waren het blijkbaar niet. Geen van de in Amsterdam, Parijs en zelfs Londen gedocumenteerde consumptie- en kleinhandelsveranderingen lijken immers aan de Scheldestad voorbij te zijn gegaan. In volle crisistijd ontwikkelde Antwerpen zich – althans in numeriek opzicht – tot een bruisend *shopping center*. De relatieve toename van de kleinhandel in de Antwerpse stedelijke economie laat zich, volgens onze indruk, enkel verklaren indien ook aandacht wordt besteed aan de veranderende verbruiksgewoonten, én aan de creatieve reacties hierop van de kleinhandelaren. Deze laatsten konden zelf actief inspelen op de wijzigingen in het consumptiepatroon en de verbruiksmentaliteit. Zij stimuleerden en introduceerden tal van nieuwigheden, gaven richting en snelheid

92. Een vergelijking met de kramers en vettewariërs aan het einde van de zestiende eeuw is daarvoor verhelderend. Zowel onder de kramers, vettewariërs als oudekleerkopers werd ongeveer 60 procent (respectievelijk 63,61 en 62 procent) van de door J. Van Roey geïdentificeerde leden vrijgesteld van belasting in de tweede maandelijkse quotisatie. Van de belaste personen waren de vettewariërs duidelijk de minst gefortuneerde groep met een gemiddelde aanslag van 0,71 gulden. De kramers betalen gemiddeld genomen 1,02 gulden en de oudekleerkopers 1,06. J. Van Roey, *De sociale structuur en de godsdienstige gezindheid van de Antwerpse bevolking op de vooravond van de Reconciliatie met Farnèse (17 augustus 1585)* (Onuitgegeven Doctoraatsverhandeling Rijksuniversiteit Gent 1963) 109-119. Voor 's-Hertogenbosch, waar uitstekend zestiende-eeuws fiscaal materiaal beschikbaar is, kunnen analoge bevindingen worden vastgesteld. De 40 kramers die in de gemene zetting van 1552 een inkomensbelasting betaalden, droegen gemiddeld 107 stuivers af (mediaan-aanslag van 72 stuivers). De 4 aangeslagen oudekleerkopers betaalden gemiddeld 60,5 stuivers, maar hun mediaan lag eveneens vrij hoog, op 80 stuivers waar de mediaan voor de volledige bevolking slechts 40 stuivers was. B. Blondé, *De sociale structuren en economische dynamiek van 's-Hertogenbosch, 1500-1550* (Tilburg 1987) 192-197.

aan modeverschuivingen en wisten de verbruiksveranderingen uiteindelijk mede te bestendigen.

De Antwerpse meerseniers wonnen terrein naarmate de gezinsbestedingen meer en meer richting de aankoop van geïmporteerde goederen neigden, zoals pruiken en modische snuisterijen of genotsmiddelen van allerlei slag en aard. In dat opzicht was het relatieve succes van de winkelsector in zekere zin het spiegelbeeld van de economische crisis waarin de eigen producerende sectoren waren ondergedompeld. Als invoerders of verdelers van ‘gesmaakte’ nieuwigheden bevonden nogal wat winkeliers zich in een begenadigde positie ten opzichte van hun clientèle. Vele producenten van oudmodisch geworden lokale nijverheden zagen dat met lede ogen aan.⁹³

De invloed van verbruiksveranderingen op het kleinhandelsbedrijf was echter structureler van aard. Immers, de omslag in de Europese materiële cultuur zorgde voor belangrijke veranderingen in de bedrijfsvoering en de strategische posities van kleinhandelaars. De verminderde duurzaamheid en de modieuze volatiliteit vergrootten op zichzelf al het aantal verkoopsmomenten en het relatieve economische belang van de detailhandel. Bovendien speelden de toenemende vergankelijkheid, de modische kwetsbaarheid én de vergrote keuzewaaier van de materiële cultuur in de kaart van allerlei ‘middelaars’. Koetsenbouwers, architecten, en vooral winkeliers werden cruciale smaakadviseurs en ze ontleenden aan hun economische positie ook een tijdelijke voorsprong op de ambachtslui en producenten, die vaker voor hen of andere tussenpersonen in onderaanneming gingen werken. Uiteindelijk was de wisselwerking tussen kopers en verkopers op die manier ook verantwoordelijk voor de ontwikkeling van nieuwe afhankelijkheidsnetwerken in de stedelijke economie.

De groei van verbruik en kleinhandel mogen echter niet verkeerd worden ingeschat. Ze vereisten geen modernisering van het kleinhandelsberoep. Netwerken van krediet, nabijheid, persoonlijk advies en vertrouwen kleurden nog steeds de relaties tussen kopers en verkopers. De verbruiksveranderingen van de vroege achttiende eeuw versterkten zelfs dit soort eerder ‘traditionele’ patronen van kopen en verkopen.⁹⁴

Over de auteurs

Bruno Blondé is als onderzoeksprofessor verbonden aan het Centrum voor Stadsgeschiedenis van de Universiteit Antwerpen. Hij coördineert en verricht

93. De vraag waarom bepaalde producten zich wel leenden tot lokale of regionale importsubstitutie en anderen niet of slechts laat, valt buiten het kader van deze bijdrage.

94. Lees Blondé, Stabel, Stobart en Van Damme, ‘Retail circuits and practices’, 18-20.

er onderzoek naar de sociale geschiedenis van de stad in de nieuwe tijd, de verbruiksgeschiedenis, transportgeschiedenis en de geschiedenis van stedelijke netwerken. Voor meer informatie, zie <http://www.ua.ac.be/bruno.blonde>.

E-mail: bruno.blonde@ua.ac.be

Ilja Van Damme is als postdoctoraal onderzoeker van het Fwo-Vlaanderen verbonden aan het Centrum voor Stadsgeschiedenis van de Universiteit Antwerpen. Hij onderzoekt momenteel de evolutie van de stedelijke tweedehandsmarkten binnen de Zuidelijke Nederlanden tijdens de cruciale industriële transformatiefase (ca. 1748-ca. 1848).

E-mail: Ilya.vandamme@ua.ac.be