

de maag, tussen psychische afwijkingen, intuïtie en eten, zijn een onderdeel van het moderne lichaamsbeeld. Een ander modern verschijnsel is de stigmatisering van bijvoorbeeld obese lichamen, waarbij dikke mensen als pathologisch worden gezien en een link wordt gelegd met de psyche en een gebrek aan zelfbeheersing.

De auteur beschrijft deze verschuivingen helder en toegankelijk met verwijzing naar vele interessante voorbeelden. De verbanden die ze legt tussen lichaam, geest en emoties en haar aandacht voor metaforen zijn boeiend. Anderzijds leidt haar keuze voor een niet-chronologische indeling tot een continue wisseling tussen verschillende tijden, en haar nadruk op de hedendaagse medische wetenschap, in het bijzonder haar pleidooi voor een hernieuwd holisme, tot versnippering. Mede omdat de auteur geen aandacht besteedt aan historiografisch debat, blijft de tekst zo tamelijk oppervlakkig. De herhaalde vaststelling dat aan het lichaam sociale en culturele (historisch variabele) betekenis wordt toegekend, wordt niet verder uitgewerkt. De subjectieve lichaamservaring, waarnaar in de inleiding wordt verwezen, komt weinig aan bod: de nadruk ligt op het medische discours. Het boek bevat ook enkele foutjes, zoals de betiteling van de (Nederlandse) arts Gerhard van Swieten als 'Deens' en als een landgenoot van Hermann [sic] Boerhaave. Al met al is *This Mortal Coil* een prettig leesbaar boek met goede voorbeelden dat vooral een niet-specialist zal aanspreken.

Willemijn Ruberg, Universiteit Utrecht

Mark Spoerer, *C&A. Een familiebedrijf in Duitsland, Nederland en Groot-Brittannië, 1911-1961*. (München: Beck, 2016). Versch. in het Duits, Engels en Nederlands. Nederlandse vertaling door Jan Bert Kanon, Ronald Schrijber en Nannie Nieland-Weits, 480 p. ISBN 9783406698286.

DOI:10.18352/TSEG.966

Aan de Duitse Universiteit Regensburg is de afgelopen jaren gewerkt aan de geschiedenis van het kledingwarenhuis C&A. Dit project, gefinancierd door C&A, bestond uit enkele proefschriften en een monografie geschreven door Mark Spoerer. Het zwaartepunt ligt op de Duitse tak en dat verklaart waarom deze studie de periode 1911-1961 bestudeert. In 1911 werd de eerste Duitse vestiging van C&A geopend. Het jaar 1961 is gekozen als eindpunt vanwege de bouw van de Berlijnse Muur die de scheiding markeert tussen Oost-Duitsland en West-Duitsland. Wellicht dat een vervolgstudie de lijn doortrekt naar het heden. Om de geschiedenis van C&A te begrijpen, gaat Spoerer echter terug naar de beginperiode. De katholieke Brenninkmeijers kwamen al sinds de jaren zestig van de zeventiende eeuw

van het Duitse Westfalen naar Nederland om kleding en manufacturen te verkopen. In 1860 werd in Sneek een winkel geopend door de sinds 1841 bestaande firma van Clemens en August Brenninkmeijer. Na Sneek volgden nog veel meer vestigingen. Spoerer laat zien dat C&A, ondanks verzet van kleinere winkeliers, steeds systematisch vestigingen opende in de grootste steden van Nederland, Duitsland en vanaf 1922 ook in Groot-Britannië. Dat waren aanvankelijk gescheiden winkels voor dames- en herenkleding, maar na de jaren twintig steeds vaker in gecombineerde winkels, met ook een aparte kinderafdeling.

Tijdens de Eerste Wereldoorlog begon C&A in Nederland, gevolgd door andere landen, ook met de productie van kleding. De strategie van C&A was gebaseerd op lage prijzen, hoge volumes en snelle verkoop tegen contante betaling. Dat ging vergezeld van agressieve reclamecampagnes, volgens Amerikaanse voorbeelden. Zo werden de prijzen van kledingstukken bij C&A direct vergeleken met lokale concurrenten. Dit leidde tot verschillende conflicten met branchegenoten, veelal Joodse of katholieke ondernemers. Tijdens het interbellum groeide C&A gestaag door, waarbij de omzet en winst de economische conjunctuur van de jaren twintig (bloei) en dertig (crisis) volgde. Het aan de macht komen van Hitler in 1933 zorgde voor grotere problemen. Was C&A een Nederlandse of Duitse onderneming? Waren kledingzaken, zoals C&A, wel essentieel voor de Duitse oorlogseconomie? Welke houding moesten katholieken aannemen tegenover de Nationaalsocialisten? Volgens Spoerer had de Duitse tak enige sympathie voor de Nazi's, vooral vanwege de orde die ze brachten in roerige tijden. Uit archiefstukken blijkt dat C&A protectiegeld betaalde aan Nazi-kopstukken, zoals Hermann Göring. In ruil hiervoor steunde Göring plannen van C&A voor de aankoop van bedrijfspanden. De Brenninkmeijers hebben, via verschillende fondsen, ook altijd geld gegeven aan allerlei katholieke organisaties op politiek, cultureel en sociaal terrein. In Nederland kreeg bijvoorbeeld de KVP (later het CDA) geld, in Duitsland de CDU.

Tijdens de Tweede Wereldoorlog deed C&A in Nederland en Duitsland, maar vooral in Groot-Britannië aanvankelijk goede zaken. Vanaf 1943 echter werd de situatie moeilijker door gebrek aan arbeidskrachten, materialen en dalende verkopen. Door de inzet van dwangarbeiders in de Duitse en Nederlandse productiebedrijven, waaronder Joodse kleermakers uit getto's in Polen, en het maken van legerkleding, kon C&A een deel van de problemen oplossen. Tijdens de oorlog gingen in Groot-Britannië, Nederland en Duitsland veel winkelpanden verloren, zodat de onderneming in aanmerking kwam voor schadeloosstelling. Hoewel de Britten C&A zagen als collaborateurs, was de Nederlandse minister van Economische Zaken, Gerardus Huysman, in 1945 veel milder. Spoerer verzuimt om na te gaan of de katholieke Huysman niet mede was beïnvloed door de gulde giften van C&A aan de KVP na 1945. In de jaren vijftig en zestig expandeerde

C&A verder en poogde voet aan de grond te krijgen in de Verenigde Staten. Hierbij speelde angst voor het communisme tijdens de Koude Oorlog een belangrijke rol. De investeringen in de VS werden gefinancierd met winsten behaald in de Europese vestigingen; leningen (vreemd vermogen) sloot C&A in de onderzoeksperiode nooit af. Het succes in Amerika bleef lang uit en in 2004 trok C&A zich helemaal terug uit het land. Eerder, in 2001, had de onderneming ook Groot-Brittannië verlaten.

Het laatste hoofdstuk gaat over C&A als familiebedrijf: wat verklaart het succes van C&A? Spoerer wijst op verschillende factoren, zoals de grote gezinnen eigen aan katholieken (er waren altijd voldoende mannelijke kandidaten); een opleidingsprogramma en selectie gebaseerd op bewezen kwaliteiten. Uiteindelijk kon een zoon lid worden van de ondernemersgroep. Hier werden alle belangrijke beslissingen genomen gebaseerd op regels die in 1919 waren opgesteld. Zo moest iedere directeur op 55-jarige leeftijd met pensioen. Essentieel voor de ondernemersgroep, en daarmee voor C&A, was het idee van 'unitas': eenheid of eensgezindheid. Om het familiekapitaal te beschermen en belasting te ontwijken, richtte C&A vanaf 1921 talloze holdings op in onder andere Zwitserland, Liechtenstein en Curaçao.

Dit is een heel degelijke en informatieve studie, gebaseerd op uitgebreid onderzoek in het bedrijfsarchief en andere bronnen. Het is voorzien van vele grafieken en tabellen. Spoerer gaat nauwelijks in op de mode in de kledingbranche en hoe C&A deze wel of niet volgde, bijvoorbeeld in de eigen productiebedrijven of de winkels. Daar staat tegenover dat zeer uitgebreid wordt ingegaan op de reclamecampagnes, de oorlogsjaren en het management. C&A probeert zo min mogelijk in de publiciteit te komen al is daar recent verandering in gekomen. Afgezien van enkele artikelen over de beginjaren zijn er geen wetenschappelijke bedrijfsgeschiedenissen geschreven. Mede daarom is dit boek een welkome aanvulling op de bedrijfshistorische literatuur.

Ferry de Goeij, Erasmus Universiteit Rotterdam

Richard J. Evans, *The Pursuit of Power. Europe 1815-1914*. (Londen: Allen Lane, 2016). 819 p. ISBN 9780713990881.

DOI: 10.18352/TSEG.969

De 'lange' negentiende eeuw was in veel opzichten de eeuw van Europa. In die periode onderwierpen de Europeanen het overgrote deel van de wereld en verspreidden ideeën als liberalisme, democratie, nationalisme, vrijheid en gelijkheid