



Universiteit
Leiden

The Netherlands

Le meilleur métier: kamerbehangers en de aankleding van interieurs in de periode 1680-1810

Gosliga, A.N.

Citation

Gosliga, A. N. (2023, March 15). *Le meilleur métier: kamerbehangers en de aankleding van interieurs in de periode 1680-1810*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3571981>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3571981>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

“Thus far we have seen what the Upholder originally was, what he ought to be, and what he is now”.

R. Campbell, The London Tradesman [...], London 1747, p. 171.

6 Conclusie

6.1 Wie waren de kamerbehangers?

Dit onderzoek begon met een eenvoudige vraag: Wie waren de kamerbehangers? Het antwoord bleek minder eenvoudig, want de kamerbehangers waren geenszins een homogene beroepsgroep. Als we alleen kijken naar wie zich 'kamerbeheer' noemde – wat al lastig is omdat de meesten zich ook koopman noemden – dan is dit een vrij kleine groep ambachtslieden en winkeliers binnen de luxe-industrie. Per decennium waren er in de bestudeerde steden zo'n 5-20 winkels. Het was een heterogene groep, die liep van een 'toplaag' van behangers die een grote winkel dreven met een ruime voorraad stoffen, naar een groep die een kleinere winkel had met bescheiden voorraad, tot mensen die alleen het naaiwerk verrichtten of bij de eerste groep in dienst waren.

Als we kijken naar de werkzaamheden en diensten die kamerbehangers uitvoerden – het vervaardigen van allerlei soorten behangsels, het leveren van beklede meubelen – dan wordt de groep groter, en blijkt er overlap te zijn met bijvoorbeeld stoelenmakers, behangselwinkels, behangselmakers, beddenwinkeliers en gordijnmaaksters. Voor tijdgenoten zal het duidelijk geweest zijn waar het onderscheid lag, van 'wat tot een behangers Affaire behoort'.

Voor een enkeling was dit inderdaad 'het beste beroep'. Dat waren de kamerbehangers zoals een Pierre Courtonne of Johannes Deel, die de stadhouders tot klant mochten rekenen en die een vermogen bijeenbrachten dat tussen de 20.000-50.000 gulden lag – met een enkele uitschieter naar 100.000 gulden. De vermogens van de stoffenfabrikanten, van meerdere tonnen, werden echter niet gehaald. Bij de grootste groep kamerbehangers lag het vermogen tussen de 2.000-5.000 gulden. Of kamerbeheer echt 'le meilleur métier' was, zal pas blijken als er meer informatie komt over andere beroepen in de luxe-sector, waarmee vergeleken kan worden. Sommige hebben al veel aandacht gekregen (meubelmakers, kleermakers) terwijl op andere (passementmakers, hoedenmakers, beddenwinkeliers) nog weinig zicht is.

Om succesvol te worden, diende men te beschikken over een behoorlijk startkapitaal. De belangrijkste kosten betroffen de huur van de winkel en de aanleg van de winkelvoorraad, voornamelijk bestaande uit stoffen, naast loon van het personeel. Het lukte maar een enkeling om klein te beginnen en groot te eindigen. De kamerbehangers lijken de toegang tot het beroep verder beperkt te hebben door hoge bedragen te vragen voor het leergeld. De meeste bedrijven gingen dan ook van vader op zoon over. Daarmee is het niet verwonderlijk dat

de meeste behangers uit de Republiek zelf afkomstig waren. Over het geheel genomen kwam maar 10% uit het buitenland. Opvallend is dat de ondanks de grote invloed die van het Franse hof en Parijs uitging als centrum van de mode, de Fransen daarbij in de minderheid waren. Net als bij de meubelmakers is er een veel groter aantal behangers uit Duitse gebieden afkomstig. In Den Haag zelfs evenveel als personen uit de rest van de Republiek.

Een grote groep die bij de casestudy's buiten beeld is gebleven, zijn de vrouwen. Het valt op dat de term 'kamerbehangster' eigenlijk niet gebezigd werd. Toch moeten er waarschijnlijk evenveel of zelfs meer naaisters dan knechten bij de kamerbehangers in dienst zijn geweest, die het naaiwerk verrichtten in de behangerswinkels. Terwijl we over hun leertijd redelijk goed zijn ingelicht, en uit contracten en de oprichting van compagnieschappen blijkt dat er heel wat vrouwen zelfstandig werkzaam waren, zijn er veel minder concrete voorbeelden van door hen uitgevoerd werk gevonden. Hopelijk kan toekomstig onderzoek hier verandering in brengen.

Wat de producten betrof, blijkt dat de meeste behangers wel in enige mate stoffen op voorraad hadden. Samen met de passementen was dit het meest kostbare van de winkelvoorraad. Er zijn maar weinig inventarissen gevonden van kamerbehangers en dan ook nog verspreid over een grote periode. De meeste werden opgemaakt na een failliet, waardoor het moeilijker is uitspraken te doen over de representativiteit van de aanwezige goederen.

6.2 Tussen andere leveranciers

Welke plaats namen de kamerbehangers nu in ten opzichte van andere leveranciers van luxegoederen voor het interieur?

De kamerbehangers waren voor hun producten afhankelijk van vele andere leveranciers, als meubelmakers, stoffenhandelaren, smeden en passement- en borduurwerkers. Het is duidelijk dat kamerbehangers zich bij voorkeur vestigden in de buurt van hun toeleveranciers en andere winkels van luxegoederen, die elkaar aanvulden. Bij dit onderzoek kwam een aantal samenwerkingsverbanden naar boven van kamerbehangers en andere ambachtslieden die bij voorkeur met elkaar werkten. Dat is goed te zien bij het stadhuis van Edam [§ 3.4], waar de drie verschillende soorten behangsels (behangselschilderingen, goudleer en trijp) ook door drie verschillende behangers werden aangebracht.

De groep concurrenten die (deels) dezelfde werkzaamheden verrichtten en waren leverden is groter dan aanvankelijk gedacht. Wie in de achttiende eeuw een kamer wilde laten behangen, kon ook terecht bij stoffenhandelaren, behangselwinkels, behangselmakers, behangselfabrikanten, behangselchilders of beddenwinkels. Behangselfabrikanten vervaardigden behangsels van voornamelijk papier, geschilderd en gedrukt doek, onder andere geleverd door behangselchilders. Onder de behangselwinkeliers waren die met een kleinere en grotere winkel. De grootste behangselwinkeliers zoals Nicolaas Blankert traden net als de stoffenhandelaren op als producenten van goudleer en bedrukte stoffen, en als groothandelaren naar kleinere winkeliers en de kamerbehangers toe. Hun goederen waren vooral plat: naast stoffen, papier en doek verkochten zij voornamelijk kleden en schoorsteenvalen. Behangsels in de betekenis van (bed)gordijnen kocht men eerder bij een behangselmaker, kamerbehanger of beddenwinkelier. Behangselmakers verkochten geen gestoffeerde meubelen, in tegenstelling tot de kamerbehangers en beddenwinkeliers. Die laatste verkochten wel geheel opgemaakte ledikanten. Wat de beddenwinkeliers niet verkochten en de kamerbehangers juist wel, waren zitmeubelen. Deze korte beschrijving doet niet geheel recht aan de historische situatie, maar geeft de moderne lezer enigszins een beeld van de verschillen tussen deze benamingen.

Opvallend is dat er van concurrentie vooral sprake is met de houtverwerkers, en niet zozeer met andere handelaren in textiele goederen. Daar is juist sprake van samenwerking. De stoffenhandelaren hadden de behangers nodig als tussenpersoon naar de klant, om hun producten aan de man te brengen.

De kamerbehanger navigeerde hier tussendoor. Hij was meer adviseur en doorgeefluik van modes dan dat hij zelf nieuwe bedacht.

6.3 De klanten

Wie kochten er bij de kamerbehangers? En in welke relatie stonden kamerbehangers tot hun klanten?

Binnen dit onderzoek lag de nadruk op de toplaag van de bevolking als klant van de kamerbehangers – de stadhouders, de hofkringen, de regenten en de door hen bestierde instellingen. Dat is logisch, aangezien er van deze klanten het meeste bronnenmateriaal is overgeleverd, zowel in de vorm van meubelen als documenten. Het blijkt echter dat de klantenkring van de kamerbehangers breder was dan bovengenoemde groepen. De gegoede burgers buiten de regentenkringen – de apotheker, de kruidenier, militairen – bestelden ook een koepelledikant, of lieten kamers behangen. Dit aspect blijft nu onderbelicht en is ook lastiger te onderzoeken, aangezien deze groep minder (papier) sporen naliet. Een systematisch onderzoek van de notariële, stedelijke en particuliere

archieven om dit beeld bij te stellen, behoorde door de grote omvang van een dergelijk onderzoek nu niet tot de mogelijkheden. Met de voortgaande digitalisering lijkt dit in de toekomst echter wel haalbaar.

De stadhouders werden als gezien door een zeer beperkte groep behangers bediend. De rol van hofleverancier ging vaak van vader op zoon over. Waar Willem III een eigen *tapissier* aanstelde in de persoon van Courtonne, had Maria Louise slechts de beschikking over een behanger die voornamelijk als hellebaardier in dienst was. Tot het einde van de achttiende eeuw maakten de Oranjes gebruik van vaste behangers die geen aanstelling kregen, maar met wie overeenkomsten gesloten werden over hun werk. De rol van de Friese stadhouders als opdrachtgevers was beduidend kleiner dan die van Willem III, die als koning van Groot-Brittannië over meer fondsen kon beschikken. Door de problemen rond de afwikkeling van zijn nalatenschap, die jarenlang voortsleepte, het ontbreken van een representatief verblijf in Den Haag en de schuldenlast van het hof, waren zij niet in staat op dezelfde schaal opdrachten te verlenen als de stadhouder-koning eerder deed. Wel werden aankopen gedaan in Den Haag bij Courtonne en andere winkeliers voor met name het Hof te Leeuwarden, Oranjewoud en Oranienstein. Zij konden de hoge kwaliteit leveren die het hof wenste. Zij hadden internationale contacten, zoals Johannes Dier, die stoffen uit Engeland kocht, of Noë Colla, die optrad als tussenpersoon naar Brusselse weverijen. Opvallend zijn de steeds terugkerende prijsafspraken in de overeenkomsten. Die bevestigden het contemporaine beeld van de kamerbehangen als iemand die zijn klanten altijd te veel liet betalen.

De positie van hofleverancier legde de behangers geen windeieren. Buiten de hofopdrachten wisten zij dankzij die klant en de locatie (Den Haag) een brede klantenkring aan te trekken, tot ver buiten de hofstad. Zowel bij de stadhouders als bij particuliere opdrachtgevers zien we daarbij een patroon waarbij Amsterdamse en Haagse kamerbehangers, en ambachtslieden in het algemeen, werden ingezet bij de inrichting van huizen en gebouwen buiten de stad, terwijl lokale ambachtslieden vooral onderhoud pleegden en kleinere leveranties deden. Enerzijds was in de kleinere steden als Leeuwarden het aanbod van winkeliers in luxe goederen kleiner, en anderzijds was men in het westen eerder op de hoogte van nieuwe ontwikkelingen op modegebied. Dit laatste was een zwaarwegend argument voor klanten bij hun keuze voor een leverancier, zoals blijkt uit de casus van Audrouin. [§3.3]

Niet alle behangers lukt het daarbij een langdurige relatie met de klant op te bouwen, zoals Audrouin had met Van Eys. Voor de meeste kamerbehangers waren de regenten de belangrijkste klanten. Zij deden vaak maar sporadisch grote aankopen, maar hadden wel continu onderhoud aan hun interieurs nodig. Wie toegang had tot de regenten had toegang tot een groot aantal (stedelijke) instellingen die een constante stroom werk opleverden: stadhuizen, weeshuizen, logementen, allemaal dienden zij onderhouden te worden en liefst aan de

nieuwste mode aangepast. In de eerste helft van de achttiende eeuw zijn het de regenten die nieuwe modes kopen, zoals gezien bij de stoelen geleverd door Penninck. Zij maken daarbij gebruik van aanbevelingen vanuit de eigen kring – mede-regenten of familieleden – om een geschikte leverancier te vinden. Net als andere ambachtslieden waren de kamerbehangers afhankelijk van hun opdrachtgevers voor aanbevelingen, het ‘recommanderen’. Daarbij gebruikten zij de voltooide kamers ook als showrooms – zoals Audrouin met Van Lennep – waar potentiële klanten uitgevoerd werk konden bewonderen.

6.4 De rol van de kamerbehangen bij de vormgeving van interieurs

Het beeld dat tot nu toe in de literatuur is geschetst, van een ambachtsman/winkelier die actief modes aanwakkert en een grote, coördinerende rol speelt bij de aankleding van het interieur, kan nu genuanceerd worden. Het was de toplaag met een eigen stoffenwinkel die voornamelijk deze rol op zich kon nemen, de hofleveranciers voorop. Juist van die groep zijn er concrete aanwijzingen dat zij andere leveranciers aanstuurden, of de uitvoering van een geheel ameublement op zich namen.

Het beeld dat het duidelijkst uit dit onderzoek naar voren komt, is dat van de kamerbehangen in de rol van adviseur, met een winkel als etalage van nieuwe modes. De kamerbehangen was een facilitator die zijn klanten in toenemende mate ontzorgde bij de zoektocht naar een meubel of interieur: zijn winkel of zelfs zijn hele huis was toonzaal, er werden monsters, prenten, modellen en kant-en-klare waren ter bezichtiging opgestuurd, er werd bezoek gearrangeerd in interieurs die juist af waren. De behangen deed het voorwerk voor zijn klant door onder medeleveranciers te informeren naar onder meer beschikbare stoffen en modieuze kleuren.

Die klant gebruikte vaak een veelheid aan wegen om tot een aankoop te komen. Hij bezocht meerdere behangers en andere leveranciers als stoffenhandelaren, schreef leveranciers aan, won kennis in bij familie, vrienden en zakenrelaties, of besteedde de zoektocht uit aan een bouwmeester of architect. Het was voor de kamerbehangen van groot belang een vertrouwensrelatie op te bouwen met zijn klanten, zodat zij bij voorkeur bij hem kochten.

Advies over de te gebruiken stof was wel de belangrijkste taak voor de kamerbehangen, en een samenspel van verschillende factoren: welke stoffen en patronen waren op dat moment modieus? De eigen smaak en wensen van de klant, de beschikbaarheid van de juiste hoeveelheid benodigde stof of de levertijd speelden een rol. Bij het passement zien we dat dit wel later werd uitgekozen, en vaak door de vrouw des huizes.

De bespreking van de correspondentie tussen Audrouin en zijn klant Van Eys, laat een aspect zien dat tot nu toe nauwelijks aandacht heeft gekregen: de rol die kamerbehangers speelden bij de handel in tweedehands meubelen, en dan vooral in tapijten. Zij beoordeelden tapijten op hun kwaliteit, boden op veilingen en bemiddelden tussen particulieren.

De kamerbehangen in de rol van ontwerper is lastiger aan te tonen. We missen hier node de vele ‘boeken’ oftewel portfolio’s met tekeningen die iedere behanger gehad moet hebben, om ons een beeld te vormen van zijn inbreng. Een enkel voorbeeld van een ontwerp-tekening zoals die van Kalff [§ 1.3.9] toont dat modeprenten bijna letterlijk nagevolgd werden.

Wanneer sprake is van nieuwbouw of vernieuwing van een interieur kwam de kamerbehangen vaak pas om de hoek kijken als de architectuur daarvan al voltooid was en alleen de stoffering en meubelen nog dienden te worden uitgezocht. Dat zij optraden als interieurontwerpers, zoals Thornton voor Engeland beweert, is lastiger aan te tonen. Toch konden zij door de keuze voor de soort bespanning, kleur en patroon invloed uitoefenen op de uitstraling van een ruimte. Daarbij werd de kleur van het houtwerk soms pas bepaald als de keuze voor een wandinvulling gemaakt was, en op advies van de kamerbehangen.

Een interessant aspect is evenwel dat, hoewel de klanten de kamerbehangers gebruikten als adviseurs voor de laatste mode, zij die niet altijd volgden. Ook klanten die over een ruime portemonnee beschikten, schroomden niet om te besparen waar mogelijk. In het geval van De Dieu en Maria Oyens door een bestaand ledikant aan te passen in plaats van een geheel nieuw aan te schaffen en bij Van Eys door de zoektocht naar geschikte bestaande kamers tapijten.

De kamerbehangers met een winkel hadden altijd al meubelen op voorraad, van een behangen ledikant tot bovendeurstukken, maar naar het einde van de achttiende eeuw toe werden de ‘magazijnen’ van een aantal uitgebreid met voornamelijk kant-en-klare zitameublementen. De Franse behangers hebben daarbij een assortiment dat breder is dan dat van hun Hollandse collega’s, met waren die zij door hun handelscontacten uit Frankrijk invoerden.

6.5 Reflectie op het onderzoek en de methode

Bij dit onderzoek is gekozen voor een duale aanpak: enerzijds werden biografische gegevens bijeengebracht over kamerbehangers uit de twee grootste steden in de Republiek (Amsterdam, Den Haag) en een kleinere stad (Haarlem), anderzijds werd door middel van casestudy’s de onderzoeksperiode verkend.

De eerste methode werd bemoeilijkt, doordat de gegevens uit veel verschillende bronnen bijeen gebracht moesten worden – een apart gilde voor kamerbehangers bestond bijvoorbeeld niet. Die gegevens zijn daarmee niet volledig en een onbekend aantal behangers blijft hierdoor buiten beeld. Met de biografische gegevens konden wel de sociaal-economische vragen beantwoord worden, zoals vragen over herkomst, leertijd, vermogen en de winkelvoorraad. De gegevens van de gevonden kamerbehangers zijn in een bijlage bijeengebracht. Onbekend maakt tenslotte onbemand, in bijvoorbeeld kasboeken werden leveranciers veelal alleen met hun naam opgetekend. Hopelijk kunnen hiermee meer kamerbehangers herkend worden in rekeningen en kasboeken, en wordt hun inbreng daarmee ook duidelijker. Nu wordt er aan een kleine groep een groot belang toegekend. De toekomst zal uitwijzen of dit terecht is.

Het bijeenbrengen van de benodigde gegevens voor een dergelijke database was, ook gezien de lange onderzoeksperiode, een tijdrovend karwei. Daardoor was er minder ruimte om te zoeken naar casestudy's buiten de gebaande paden. Anderzijds zal de lijst met namen van kamerbehangers dit toekomstige onderzoek vergemakkelijken.

Het gebruik van casestudy's bood de mogelijkheid om per opdracht aan een behanger dieper in te gaan op werkelijk uitgevoerd werk. Het lastigste bleek daarbij om de intenties van de opdrachtgevers te achterhalen; wat hen voor ogen stond bij een bepaald interieur of meubel. Bij de meeste cases ontbraken documenten waarin de opdrachtgever die intenties letterlijk uitspreekt. De wensen moesten daarom veelal afgeleid worden uit het uitgevoerde werk. De regenten van Edam conformeerden zich bijvoorbeeld met de keuze voor een rood trijp behangsel aan de algemeen geldende mode – rood als kleur van bestuurlijke macht – maar lieten dit wel uitvoeren in een op dat moment modieus patroon (grote bloemen) en stof (velours d'Utrecht). Dat het streven naar de nieuwste smaak geen gegeven feit is, mag inmiddels duidelijk zijn.

6.6 Aanbevelingen voor nader onderzoek

Onderzoek roept altijd nieuwe vragen op.

Tijdens de loop van dit onderzoek werd duidelijk hoezeer de invloed van digitaal beschikbare bronnen de onderzoeksmogelijkheden vergroot. De vergelijkbare stoffen in buitenlandse collecties met die van de Kopskamer, waarover in de jaren 1970 nog per brief werd gecorrespondeerd, zijn inmiddels online te raadplegen en tot in detail te bekijken. Via Google books werden veel biografische details gevonden: zo was het mogelijk te achterhalen dat Joseph Cuel, de behanger met wie dit onderzoek ooit begon, nog een bescheiden rol

heeft gespeeld tijdens de bestorming van de Bastille in Parijs. Door de digitale ontsluiting van de vele notariële stukken uit het Stadsarchief Amsterdam zien we behanger Hendrik Valk vloekend voor het huis van zijn klant zitten, die maar niet betalen wil, of twee behangers onderling informeren hoe ze betaald werden – het maakt de hoofdpersonen van dit onderzoek een stukje menselijker. Dit zijn slechts enkele voorbeelden, maar het ligt in de lijn der verwachting dat in de toekomst door de voortgaande digitalisering van bronnen nog veel meer gegevens aan elkaar te koppelen zijn, waarmee ons beeld van de kamerbehangers als groep en als leveranciers van luxe producten weer een stukje completer wordt.

Een systematisch onderzoek naar de stadsrekeningen en particuliere archieven, die bij dit onderzoek voornamelijk in specifieke gevallen zijn geraadpleegd, zou een beter beeld opleveren welke leveranciers in een bepaald tijdvak werden ingezet, en waarvoor. Er is onderzoek gedaan naar behangers in drie steden – dit is uit te breiden naar andere steden. De Zuidelijke Nederlanden bleven nu om praktische redenen buiten beeld.

Dit onderzoek sluit af bij het jaar 1810, wanneer Lodewijk Bonaparte ons land verlaat en zijn rekeningen onbetaald achterlaat. De kamerbehangers werkten natuurlijk gewoon door, zoals zij dat ook deden na het overlijden van stadhouder-koning Willem III in 1702 of stadhouder Willem IV in 1752. In de negentiende eeuw zou het beroep verder veranderen onder invloed van de industrialisatie. Een hang naar nostalgie en het verleden leidde vervolgens naar de neo-stijlen in het interieur. De kamerbehanger, die zijn klanten van de laatste modes bleef voorzien, kreeg zelf een plek toebedeeld onder de interieurstijlen en gaf zijn naam aan ‘le goût tapissier’. Een eigen stijl, dat is waarlijk ‘le meilleur métier’.