

# Tegen de verdrukking in

De Bijenkorf, Unilever en Akzo zijn bekende bedrijven die voortkomen uit joods ondernemerschap. Dat duidt er op dat joodse ondernemers een belangrijke rol in de Nederlandse economie hebben gespeeld. De maatschappelijke positie van joden was lange tijd minder vooraanstaand: de bevolkingsgroep had tot 1796 geen volledige burgerrechten en werd ook na de Burgerlijke Gelijkstelling nog veelvuldig geconfronteerd met discriminatie en anti-semitisme. Over joods ondernemerschap is een tentoonstelling ingericht en een boek verschenen waarin diverse auteurs nader ingaan op de rol van joodse ondernemers in Nederland, en mogelijke verklaringen ervan<sup>1</sup>.

De eerste stoomkatoenweverij van Twente werd in 1853 in gebruik genomen door de joodse gebroeders Salomonson. Tien jaar later begon Spanjaard met het fabriceren van garen en weefsels. De textielproductie was daarmee een van de eerste sectoren in Nederland die geïndustrialiseerd werden. Ook buiten deze twee innoverende bedrijven, voorlopers van de Koninklijke Nijverdal-Ten Cate, waren joodse ondernemers oververtegenwoordigd in de textielsector. Eén oorzaak hiervoor is dat veel joden in de handel zaten, omdat dit vóór de Burgerlijke Gelijkstelling een van de toegestane werkzaamheden was. In de tijd van kleinschalige productie was handel belangrijk in de textielsector als schakel tussen de huisnijverheid en de afnemers. Dit vereiste grote kennis van produkt en markt, waarmee een goede uitgangspositie bestond voor het benutten van de mogelijkheden van nieuwe, grootschaliger produktietechnieken. Een ander deel van de verklaring is de relatief goede maatschappelijke positie van joden in Twente.

De sterke aanwezigheid van joodse ondernemers in de voedings- en genotmiddelenindustrie heeft in de eerste plaats te maken met religieuze spijsvoorschriften. Orthodoxe joden mogen alleen kosjere producten eten, wat eisen stelt aan de wijze van slachten en verwerken van vlees. Om die reden moest iedere joodse gemeenschap een slager hebben<sup>2</sup>. Aan het einde van de 19e eeuw ging schaalvergroting in de vleesverwerking gepaard met invoering van de techniek van het inblikken. Niet alleen maakte de betere houdbaarheid export eenvoudiger, ook werd vlees nu een merkartikel. De bekende Nederlandse conservenmerken Unox en Zwan, zijn afkomstig van de joodse, in Oss gevestigde ondernemers Hartog en Zwanenberg. Zwanenberg stichtte daarnaast in 1923 Organon, dat van slachtafval tot farmaceutische producten maakte. Ook de margarine-industrie was in Oss geconcentreerd. Twee grote ondernemingen beconcurrerden elkaar hevig, waarbij de afkomst van de ondernemers een grote rol speelde. De pogingen van de katholieke Jurgens, al dan niet in samenwerking met de lokale politiek, om zijn joodse concurrent Van den Bergh het leven zuur te maken, hadden succes: in 1891 zag deze zich gedwongen zijn fabriek naar Rotterdam te verplaatsen. De gunstiger ligging

voor vervoer maakte dat dit uiteindelijk in het voordeel van Van den Bergh uitwerkte.

Zijn er mogelijke verklaringen voor de rol van joodse ondernemers? Algemene theorieën die ondernemerschap verklaren vanuit de maatschappelijke positie (waar de gevestigde orde in Nederland in de 19e eeuw weinig interesse had in ondernemen, grijpt de minderheidsgroep zijn kansen) zijn moeilijk te bevestigen. Er zijn niet voldoende gegevens om te kunnen concluderen dat joden ondernemender, of joodse ondernemers succesvoller, zijn dan anderen.

Wel vallen enkele patronen op. Ten eerste waren joodse activiteiten geconcentreerd in bepaalde sectoren. Naast de bovengenoemde waren dat de financiële wereld, grafische bedrijven, diamantverwerking en het grootwinkelbedrijf. De joodse aanwezigheid hier is in de eerste plaats te verklaren vanuit de oude beroepsverboden. Deze golden bij voorbeeld niet voor de diamantsector en niet voor slagerijen, en hadden ook een indirect gevolg: de wel toegestane handel bracht een gunstige uitgangspositie voor ondernemerschap in diverse opkomende sectoren. Ook speelde de positie van religieuze minderheid een rol, vanwege de behoefte aan eigen levensmiddelen en religieuze geschriften. Verder valt op dat succesvolle ondernemingen vaak deel uitmaakten van een regionale concentratie van activiteiten binnen één sector: textiel in Twente, voeding rond Oss. Kennelijk had de mix van concurrentie (als ondernemers) en samenwerking (als leden van een minderheidsgroep) een heilzame werking op de kracht van ondernemingen.

Een tweede kenmerk, niet vreemd bij succesvolle bedrijven, is innovatiebereidheid. Dit kan in verband gebracht worden met de positie van emigrant, die enerzijds inhoudt dat toch al vele zekerheden ontbreken en anderzijds dat er contacten met familie of kennissen in andere landen bestaan. Opvallend zijn de innovaties die meer commercieel dan technisch zijn, zoals het invoeren van merken bij voorheen onverpakte artikelen (vlees, boter, chocolade).

De mate waarin deze kenmerken zich voordeden en verklaard kunnen worden vanuit de joodse afkomst van de ondernemer, verschilt naar plaats en tijd. Er is dus niet één grote overeenkomst tussen de succesvolle joodse ondernemers, of het moet zijn dat zij erin slaagden beperkingen en tegenslag die hun maatschappelijke positie met zich mee bracht, in eigen voordeel om te zetten.

## E.S. Pelle

1. *Venter, fabriqueur, fabrikant; Joodse ondernemers en ondernemerschap in Nederland 1796-1940*, Joods Historisch Museum en het Nederlands Economisch-Historisch Archief, Amsterdam, 1994. De bijbehorende tentoonstelling behoort tot de permanente collectie van het museum.

2. Ook nu zijn eigen voedingsmiddelenwinkels vaak de eerste commerciële activiteiten van allochtonen; grotere plaatsen hebben bijna altijd islamitische slagerijen en bakkerijen.