



## Hoeden en petten en dameskorsetten

### Fragment hoofdstuk 5

Foto's zijn er niet of nauwelijks van die tijd, maar de modeverschijnselen van toen zijn heel precies vastgelegd, en wel door de impressionisten. Op hun schilderijen vol kleur en licht hoor je de rokken bijna ruisen, kun je niet anders dan vermoeden dan dat al die parasolletjes alleen maar zo nonchalant op vrouwenschouders rusten om mee te koketteren, en is elk rieten hoedje dat wordt gelicht niet zomaar een groet, maar ook een beetje een flirt. Op deze schilderijen zien we de mensen die zich hebben bevrijd van de preutsheid en de ingetogenheid van het Victoriaanse tijdperk en die nu met volle teugen genieten van hun net verworven vrijheid. Met hun kleurige kleren en vaak frivole accessoires maken ze de wereld duidelijk dat zij de nieuwe mens zijn. En daarmee hebben de impressionisten het ontstaan van de massacultuur gevangen. Ze hebben de revolutie verbeeld die toen plaatsvond. En de opwinding die daarbij hoort straalt van deze schilderijen af.

Het is opmerkelijk dat een relatief kleine groep Westfalers de motor is kunnen worden van al deze veranderingen en de Nederlandse winkelbranche zo heeft kunnen ontwrichten. Ze zullen doorgaans niet veel meer dan lezen en schrijven hebben geleerd op de Bauernschule van hun jeugd. Over affiniteit met mode zullen ze vermoedelijk niet hebben beschikt. Toch hebben ze het lef om naar het buitenland te trekken en daar iets heel nieuws te gaan doen. Ze schudden de winkelbranche in Nederland zo op dat bestaande winkeliers niet eens weten waar ze moeten beginnen om aan te haken. Er zijn meer winkels die deze trend hebben gezet en versterkt, zoals de Franse en Belgische bazaars en een enkele grote Amsterdamse zaak, maar het zijn deze Duitse winkeliers die in de grote steden de toon zetten. Het levert ze een uitstekende reputatie op. Duitse waar is goede waar. Om daar maximaal van te profiteren gebruiken ze geen fantasienamen voor hun winkels, maar komt vrijwel altijd de familienaam op de gevel: Sinkel, C. & A. Brenninkmeijer, Peek & Cloppenburg, Vroom & Dreesmann, Hunkemöller, Kreijmborg, Lampe, Voss, om de bekendste te noemen. Mijn voorvaderen gaan daar in mee, ook al omdat ze het zo hebben geleerd van hun leermeester A. von der Möhlen. Bernard doopt zijn winkel B. Bokern-van der Molen, Heinrich adverteert zijn leven lang onder de naam H. Bokern.

De wereld is toe aan een beetje bevrijding, en de Westfalers hebben daar bijna toevallig het juiste antwoord op. En misschien komt dat omdat ze katholiek zijn. Het verklaart meteen waarom deze ondernemers in de eerste



decennia vooral boven de grote rivieren actief zijn. Daar vinden ze een dankbare doelgroep. De Westfalers zijn niet zo behoudend en stijf als al die protestantse ondernemers, maar hebben dat Bourgondische dat het rooms-katholicisme eigen is. Ze durven het leven te vieren want met af en toe een biecht en wat weesgegroetjes is elke zonde snel weggewassen. En met frivoliteiten en uiterlijk vertoon hebben ze al helemaal geen moeite: het zijn middelen die de kerk zelf eveneens inzet. Na het herstel van de bisschoppelijke hiërarchie in 1853 pakken ook in Nederland de katholieken opeens uit met rijk versierde kerken, theatrale hoogmissen, feestelijke processies en aan het decadente grenzende communiefeesten. Het is de manifestatie van het Rijke Roomse Leven, en al deze kerkelijke uitbundigheid is natuurlijk net zo goed bedoeld om mensen te verleiden, al is het dan tot het geloof. Deze Westfaalse jongens zijn opgegroeid met dit uiterlijk vertoon en zetten vergelijkbare middelen in om hun klanten ertoe aan te zetten keer op keer de laatste nouveautés aan te schaffen. De protestantse Nederlanders vallen massaal voor deze show van pracht en praal. Door zich te bekeren tot de mode kopen ze een mooie illusie: namelijk dat deze vrolijke kleding hun leven net wat lichter en leuker zal maken.