

Over de relatie tussen ondernemers en instituties in de Gouden Eeuw van Amsterdam



'Gezicht op de Gouden Bocht in de Herengracht vanuit het oosten', geschilderd door Gerrit Adriaensz. Berckheyde in 1685, olieverf op doek, 53 x 62 cm., Amsterdam Museum, Amsterdam.

Naam: Adriaan Nunes

Studentnummer: 3801020

Cursus: Onderzoeksseminar III C

Docenten: Dr. G. Westerhuis en Dr. S. Dilli

Woordenaantal: 8348

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Theorie	6
Methodologie	10
Migratie	13
Innovatie	18
Instituties	23
Verval	30
Conclusie	32
Literatuurlijst	34

Inleiding

Vanaf de zestiende eeuw tot circa 1700 kende Nederland zijn Gouden Eeuw. De groei van Amsterdam, in combinatie met de groei van zijn haven en de opkomst van de Vereenigde Oost-Indische Compagnie (VOC), zorgden voor een consolidatie van zijn positie als grootste handelsstad in Noord-Europa. Tegelijkertijd zorgde de neergang van Antwerpen als belangrijke handelspost voor een verschuiving van handelsnetwerken richting Holland.

De groei van de stad Amsterdam betekende over het algemeen een toename in de welvaart van zijn bewoners. Er ontstond een nieuwe, grote middenklasse die vooral bestond uit handelaren, maar ook uit ambachtslieden en kunstenaars. Doordat de welvaart groeide, diversifieerde ook de arbeidsmarkt in de hoofdstad. Er ontstond steeds meer vraag naar producten waar deze nieuwe middenklasse zijn geld aan kon uitgeven om haar status te etaleren. Luxeproducten zoals schilderijen vormden hier een belangrijk onderdeel van.

De toename in omvang van beide steden maakte de middenklasse tot een aantrekkelijke afzetmarkt voor de luxeproducten die werden geproduceerd door de creatieve industrie. In Antwerpse en Amsterdamse boedelinventarissen verschenen allerlei nieuwe producten, een sterke aanwijzing dat de groei in vraag naar luxeproducten in zwang was.¹ Beide steden werden een biotoop voor de creatieve industrie.

Een belangrijke ontwikkeling was ook de samensmelting van de rollen van ondernemer en kunstenaar. Zowel productinnovatie, bijvoorbeeld op het gebied van materialen en schildertechnieken, als procesinnovatie, waar de introductie van nieuwe genres een belangrijk aspect van vormde, zorgden voor de ontwikkeling van ondernemerschap onder kunstenaars. Innoveren betekende echter ook risico nemen, waardoor kundige ondernemers zich snel konden

¹ John Michael Montias, 'Art Dealers in the Seventeenth-Century Netherlands', *Simiolus: Netherlands Quarterly for the History of Art* 18 (1988) 4, 244-256, aldaar 248.

onderscheiden van de minder capabele ondernemers.² Een aantal auteurs, zoals Eric Jan Sluijter, is er van overtuigd dat ondernemerschap de kwaliteit was die zorgde voor succesvolle kunstenaars.³

Andere auteurs, zoals Oscar Gelderblom, geven een andere verklaring voor de groei van de creatieve industrie in de Republiek. Ondernemerschap werd in de Gouden Eeuw sterk gestimuleerd door een variëteit aan formele en informele instituties.⁴ Instituties zijn regels, de handhaving van regels en gedragsnormen die structuur geven aan zich herhalende menselijke interactie.⁵ Instituties geven vorm aan het menselijk handelen en bepalen daarmee ook de grenzen van dit handelen.

Er is hier een aantal voorbeelden van te noemen. Met de oprichting van gilden en de opkomst van het gebruik van patenten werden kunstenaars in bescherming genomen. Gilden zorgden ervoor dat zowel ondernemers als de doelgroep van de gilden, de consument, beschermd werden, door bijvoorbeeld de kwaliteit van de schilderijen te garanderen. Gilden hadden ook onvoorziene negatieve gevolgen voor kunstenaars. Door de strikte regels die werden opgelegd, bijvoorbeeld met betrekking op verkoopbeperkingen, konden ondernemers ook beperkt worden in hun activiteiten.⁶

De introductie van patenten gaf eveneens een nieuwe impuls aan het ondernemerschap in de Gouden Eeuw.⁷ Productietechnieken voor de kunst

² Marten Jan Bok, 'The rise of Amsterdam as a cultural centre: the market for paintings, 1580-1680' in Patrick O'Brien, *Urban Achievement in Early Modern Europe. Golden Ages in Antwerp, Amsterdam and London* 186-210, aldaar 186.

³ Eric Jan Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry, and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century' *Journal of Historians of Netherlandish Art*, 1 (2009) 2, 1-16, aldaar 1.

⁴ Oscar Gelderblom, 'The Golden Age of the Dutch Republic' in: Landes, David S., Joel Mokyr, and William J. Baumol, eds., *The invention of enterprise: Entrepreneurship from ancient Mesopotamia to modern times* (Princeton 2012) 156-182, aldaar 171.

⁵ Douglass North, 'Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction' in: Frieden, Jeffrey en Lake, David, *International Political Economy. Perspectives on Global Power and Wealth* (Oxon 2003) 47-59, aldaar 50.

⁶ Clé Lesger, 'Clusters of Achievement: the economy of Amsterdam in its golden age' in Patrick O'Brien, *Urban Achievement in Early Modern Europe. Golden Ages in Antwerp, Amsterdam and London* 63-81, aldaar 68.

⁷ Neil De Marchi en Hans van Miegroet, 'Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century', *Art Bulletin* 76 (1994), 451-64, aldaar 455.

konden op deze manier in bescherming worden genomen en zorgden ervoor dat ondernemers zichzelf op een unieke wijze op de kunstmarkt konden profileren. Het patent zorgde voor een nieuwe kijk op eigendomsrechten.

De rechten van ondernemers werden door onder andere het patentrecht vastgelegd en het wettelijk raamwerk voor ondernemers begon in deze periode duidelijk vorm aan te nemen. Interessant is om te zien wat de invloed was van nieuwe instituties op de groei van de creatieve industrie of dat de instituties juist een beperking vormden voor ondernemers.

Een ander verschijnsel dat typerend is voor de Hollandse handelsgeest is de kredietverstrekking die nieuwe vormen begon aan te nemen. Ondernemers konden op basis van contracten geld lenen van kredietverstrekkers. Krediet op de lange termijn werd verstrekt op basis van wisselbrieven of annuïteiten op vastgoed. Opvallend is dat deze contracten vaak op basis van reputatie van de ondernemer werden afgesloten.⁸

Met deze voorbeelden in het achterhoofd wordt in deze scriptie onderzocht in hoeverre het ondernemerschap van kunstenaars in de Gouden Eeuw van Amsterdam werd gestimuleerd door formele en informele instituties. De relatie tussen innovatie aan de kant van ondernemers en stimulatie of beperking aan de kant van instituties is interessant om te kunnen bepalen of instituties invloed hebben gehad op het ondernemerschap in Amsterdam. Zijn er verschillen te ontdekken in de productie van schilderijen voor en na de invoering van bepaalde instituties, zoals het verkoopverbod van schilderijen door burgers van buiten Amsterdam? Waren er stijgingen in afzet te zien na innovaties op productiegebied van de ondernemer zelf? Of is er juist een wisselwerking te zien tussen de ondernemers en instituties? Dit onderzoek zal proberen licht te werpen op de relatie tussen ondernemer en instituties in de Gouden Eeuw in Amsterdam.

⁸ Gelderblom, 'The Golden Age of the Dutch Republic', 164.

Theorie

Het zogenaamde 'structure vs. agency' debat betreft de vraag of het de mens is die de maatschappij vormgeeft of dat het handelen van de mens bepaald wordt door de structuren van de maatschappij. Hierbij wordt dan vaak gedacht aan formele instituties, zoals de overheid en handhaving van de regels, en informele instituties, zoals gilden en gedragsnormen. Onder instituties wordt het volgende verstaan: 'Instituties zijn regels, de handhaving van regels en gedragsnormen die structuur geven aan zich herhalende menselijke interactie.'⁹ Instituties geven vorm aan het menselijk handelen en bepalen daarmee ook de grenzen van dit handelen.

Regelgeving en de handhaving van regels spreken voor zich. Twee partijen die interactie met elkaar hebben worden door een derde partij, zoals de overheid, ondersteund. Regels geven structuur en handhaving van regels geeft zekerheid. Regelgeving en handhaving zouden het handelen van mensen en de uitkomst van dat handelen heel precies kunnen bepalen. Regelgeving is echter niet voldoende om de uitkomst van menselijk handelen te bepalen. Er is nog een factor die van belang is op het menselijk handelen.

Een minder duidelijk element van instituties zijn gedragsnormen die niet formeel zijn vastgelegd. Gedragsnormen worden gevormd door ideeën en ideologieën, en zijn vanzelfsprekend voor de mens.¹⁰ Gedragsnormen worden door Douglass North gezien als een extensie van de regels die zijn opgesteld door de overheid.¹¹ Voorbeelden van dergelijke normen zijn gedragscodes, taboes en fatsoensnormen. In essentie worden gedragsnormen afgeleid van de formele instituties maar zijn deze niet formeel vastgelegd. Gedragsnormen maken de uitkomst van menselijk handelen gecompliceerder, omdat zij niet altijd voorspelbaar zijn. In dit onderzoek worden de gedragsnormen breder genomen dan alleen fatsoensnormen. Informele instituties zoals de vrijhandelsgeest en de

⁹ North, 'Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction', 50.

¹⁰ Colin Hay en Daniel Wincott, 'Structure, Agency and Historical Institutionalism', *Political Studies* 46 (1998) 5, 951-957, aldaar 956.

¹¹ North, 'Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction', 51.

open houding tegenover immigranten vallen in dit onderzoek ook onder gedragsnormen.

Met de groei van de samenleving en de toename van kapitaal, in combinatie met de uitbreiding van handelsgebieden, ontstond de vraag naar instituties. Ook de toenemende specialisatie van de maatschappij en de groeiende taakverdeling onder mensen maakten de ontwikkeling van sterke instituties noodzakelijk. Instituties die zijn vastgelegd door een derde partij, zoals de overheid, garanderen zekerheid voor mensen. Zekerheid zorgt voor een toename in zowel het aantal transacties als de omvang van transacties. Instituties spelen een stabiliserende rol in menselijke interactie.¹² Complexe handel is alleen mogelijk als de overheid eigendomsrecht specificceert en contracten afdwingt, in combinatie met gedragsnormen die voorkomen dat misbruik wordt gemaakt van regels. Bij misbruik valt te denken aan opportunisme en bedrog.

Er is een aantal problemen met het 'structure vs. agency' debat. Mensen die neigen naar structuur, reduceren de mens tot een soort automaat die nooit uit eigen wil zal kunnen handelen. Anderzijds leiden argumenten die het menselijk handelen centraal stellen vaak tot heroïsche en universaliserende verhalen, waarbij de mens alleen intentioneel handelt. Actoren zijn echter niet gezegend met perfecte vooruitziendheid in de toekomst en handelen met imperfecte informatie.¹³ Raghu Garud vat het debat daarom op een andere manier op.

Garud ziet de structuur zowel als het medium als de uitkomst van sociale praktijken. Agency en structuur zijn met elkaar verweven en zijn niet tegengesteld. Zij worden door Garud gezien als paradoxaal.¹⁴ De puzzel die opgelost dient te worden is als volgt: als actoren zijn ingebed in een institutioneel raamwerk en onderworpen zijn aan processen die hun denkwijze reguleren, hun belangen bepalen en hun identiteit vormgeven, hoe kunnen zij

¹² Hay, 'Structure, Agency and Historical Institutionalism' 954.

¹³ Ibidem 954.

¹⁴ Raghu Garud, Cynthia Hardy & Steve Maguire, 'Institutional entrepreneurship as embedded agency: An introduction to the special issue' *Organization Studies-Berlin, European Group for Organization Studies* 28 (2007) 7, 957-966, aldaar 964.

dan nieuwe gebruiken bedenken en ervoor zorgen dat anderen deze overnemen? Dominante actoren bezitten vaak de macht maar niet de wilskracht om verandering teweeg te brengen, terwijl actoren aan de periferie wel de motivatie hebben om te zorgen voor verandering maar daar weer niet de macht voor hebben.

Het antwoord op deze vraag is dat actoren de structuren om zich heen zelf hebben vormgegeven. Structuur limiteert dus niet alleen het handelen van de mens, maar biedt ook een platform tot ontplooiing van ondernemerschap. Agency betekent volgens deze theorie dat actoren engageren met de structuur om deze naar eigen inzicht en naar de bepalende omstandigheden te kunnen veranderen.¹⁵ Agency is daarnaast ook het optimaal gebruik maken van de structuur om de eigen doelen na te streven. Sommige ondernemers maken in mindere of meerdere mate gebruik van de structuren om zich heen.¹⁶

In dit onderzoek gaat het meer om de mate waarin ondernemers gebruik maken van de structuur dan de tegenstrijdigheid van menselijk handelen en de structuren om de mens heen. Een belangrijk voorbeeld bij dit onderzoek is terug te vinden in het begrip innovatie. Innovatie is een vorm van ondernemerschap, die ervoor zorgt dat de bestaande structuur wordt uitgebreid. Onder deze structuur wordt de overheid bedoeld maar ook de open houding tegenover migranten en de vrijhandelsgeest van de Republiek. Innovatie wordt echter ook bepaald door de mogelijkheden die de structuur biedt en de mate waarin de ondernemer gebruik maakt van die mogelijkheden.

De wederzijdse invloed van agency en structure is bepalend voor dit onderzoek. Het ondernemerschap ten tijde van de Gouden Eeuw wordt vaak geprezen, maar ook de opkomst van regelgeving omtrent eigendomsrecht en transacties wordt genoemd als belangrijke factor voor de groei van de creatieve industrie.

¹⁵ Garud, 'Institutional entrepreneurship as embedded agency', 9.

¹⁶ Hay, 'Structure, Agency and Historical Institutionalism', 955.

Instituties zoals wetgeving omtrent migratie alsook het patentrecht spelen een rol in de wegen die ondernemers bewandelden om hun succes te bewerkstelligen.

In dit onderzoek zullen de termen ondernemer en kunstenaar regelmatig door elkaar heen worden gebruikt. In dit onderzoek wordt met deze termen hetzelfde bedoeld. Kunstenaars waren over het algemeen zelf verantwoordelijk voor het genereren van hun omzet en het ontdekken van nieuwe afzetmarkten. Door zowel op product- als op procesgebied te innoveren moesten ondernemers risico's nemen om zich te onderscheiden van de vele andere handelaren die dezelfde markt probeerden te veroveren. Er zijn echter ook enkele uitzonderingen op het gebruik van de term ondernemer in dit onderzoek. Er waren ook kunsthandelaren die kunstwerken in bulk opkochten om deze vervolgens voor een hogere prijs te verkopen. In die situatie worden de kunstenaars niet met de term ondernemer aangeduid. Dit heeft als reden dat deze kunsthandelaren niet met dezelfde insteek kunst verkochten als kunstenaars.¹⁷

De term 'creatieve industrie' wordt in dit onderzoek gebruikt als synoniem voor de kunstmarkt. Specifiek bedoeld wordt de kunstmarkt voor schilderijen. Dit heeft als reden dat de kunstmarkt voor het overgrote deel uit schilderijen bestond.¹⁸ De creatieve industrie betreft niet zozeer de individuele kunstenaar en zijn kwaliteiten, maar het collectief aan kunstenaars dat op een markt opereert. Het eindproduct van de kunstenaar is niet het essentiële element voor onderzoek naar de creatieve industrie, het proces daarentegen wel. Zowel de productie als de uiteindelijke verkoop zijn de factoren die relevant zijn voor het onderzoeken van de creatieve industrie.¹⁹

¹⁷ Sluiter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century', 4.

¹⁸ Bok, 'The rise of Amsterdam as a cultural centre: the market for paintings, 1580-1680' 186.

¹⁹ Patrick O'Brien, 'Reflections and meditations on Antwerp, Amsterdam and London in their golden ages', in O'Brien *et al.* (eds.), *Urban achievements*, 3-35, aldaar 25.

Methodologie

Dit onderzoek bevat multidisciplinaire elementen om de wederzijdse relatie tussen agency en structuur te bestuderen. Het is interessant om deze theorie toe te passen op een periode waarin veel ontwikkelingen plaatsvonden en nieuwe instituties ontstonden die aan de basis stonden van hedendaagse instituties. In de Gouden Eeuw van Amsterdam waren de instituties een stuk minder complex dan vandaag de dag en zijn daardoor goed te onderzoeken in het licht van de theorie over agency en structuur. Het onderzoek is dan ook in eerste instantie een historisch onderzoek naar de wederzijdse relatie tussen agency en structuur. Daarnaast zijn de sociologische, financiële en economische ontwikkelingen belangrijk voor de economische groei die plaatsvond in de periode 1550-1650.

Er is een aantal redenen waarom gekozen is voor de periode 1550-1650. Rond de tweede helft van de 16^e eeuw groeide Amsterdam zowel in omvang als in belang voor Holland. Dankzij een toenemende welvaart onstond er vraag naar instituties die zekerheid konden garanderen voor de steeds complexer wordende transacties. De migratie van zowel mens als kapitaal van Antwerpen naar Amsterdam is van groot belang geweest voor de economische positie van Holland. De migratie werd mogelijk gemaakt door de bestaande institutionele structuur die reeds in de hoofdstad aanwezig was.

De eindmarkering van 1650 is toe te wijzen aan de afname in de vraag naar luxeproducten, en daarmee ook schilderijen. De inventarissen van vele kunstenaars laten zien dat de creatieve industrie rond deze periode in verval aan het raken was.²⁰ Hierdoor is het niet van belang om de periode na 1650 te bestuderen in verband met groeifactoren die bijdroegen aan de groei van de creatieve industrie.

Op historisch gebied wordt gekeken naar de plek die Amsterdam innam in de tijd waarin de creatieve industrie tot bloei kwam en welke factoren hieraan ten

²⁰ John Michael Montias, 'Art Dealers in the Seventeenth-Century Netherlands', *Simiolus: Netherlands Quarterly for the History of Art* 18 (1988) 4, 244-256, aldaar 254-256.

grondslag lagen. In artikelen van Clé Lesger en van Marten Jan Bok wordt de historische ontwikkeling van Amsterdam als economisch centrum van Europa beschreven.²¹²² De auteurs verschillen echter van mening over de totstandkoming van deze ontwikkeling. Het is duidelijk dat ondernemers in de periode 1550-1650 in Amsterdam zich sterk wisten te ontwikkelen. Op welke wijze wist de overheid in deze periode de ondernemers te faciliteren? En hoe maakten ondernemers gebruik van de reeds aanwezige instituties in de stad?

Op sociologisch gebied wordt gekeken naar de migratiestromen van Antwerpen naar Amsterdam die plaatsvonden aan het einde van de 16^e eeuw. Door de artikelen die hiervoor gekozen zijn (onder andere artikelen van Clé Lesger en Oscar Gelderblom) wordt een goede indruk verkregen van de werking van migratiestromen op de kunstmarkt.^{23 24} Daarnaast wordt het artikel van Lesger over de economie van Amsterdam ook specifiek op migratie bestudeerd om te onderzoeken op welke wijze de migratiestromen werden gefaciliteerd door de reeds aanwezige institutionele structuur in Holland.²⁵ Wat maakte Holland aantrekkelijk voor migranten om zich er te vestigen? Het is bekend dat de migranten vanuit Antwerpen niet alleen kapitaal met zich meebrachten, maar ook uitgebreide handelsnetwerken. Ondernemers uit Amsterdam wisten gebruik te maken van zowel het kapitaal als deze nieuwe handelsnetwerken. Migranten uit Antwerpen wisten echter ook Amsterdamse ondernemers uit de markt te drukken. De wisselwerking van positieve en negatieve factoren die de migratiestromen met zich meebrachten komt in dit deel van het onderzoek aan bod.

Op economisch vlak zal het onderzoek zich met name richten op de verschillende instituties die ontstonden toen bleek dat de arbeidsmarkt zich in de periode 1550-1650 ging diversificeren, en er vraag kwam naar instituties die handel op

²¹ Lesger, 'Clusters of achievement: the economy of Amsterdam in its golden age', 39-62.

²² Bok, 'The rise of Amsterdam as a cultural centre: the market for paintings, 1580-1680'

²³ Clé Lesger, 'Migrantenstromen en economische ontwikkeling in vroegmoderne steden. Nieuwe burgers in Amsterdam en Antwerpen, 1541-1655', *Stadsgeschiedenis* 1 (2006) 97-121.

²⁴ Oscar Gelderblom, 'From Antwerp to Amsterdam: The contribution of merchants from the Southern Netherlands to the growth of the Amsterdam market (c.1540-1609)', *Review: A Journal of the Fernand Braudel Center*, 26 (2003) 3, 247-82.

²⁵ Lesger, 'Clusters of achievement: the economy of Amsterdam in its golden age', 39-62.

grote schaal in goede banen konden leiden. Er was een toenemende vraag naar zekerheid. De verschillende instituties die ondernemers hebben gestimuleerd en gefaciliteerd komen aan bod in het artikel van Neil de Marchi en Hans van Miegroet. De agency van ondernemers komt ook aan bod. In het artikel van Eric Jan Sluijter wordt aandacht besteed aan hoe ondernemers gebruik wisten te maken van de aanwezige institutionele structuur en op welke manieren zij probeerden te innoveren. Product- en procesinnovatie komt in dit deel van het onderzoek ruim aan bod.^{26 27}

Het is nuttig om de agency en structuur ten tijde van de Gouden Eeuw in Amsterdam met behulp van meerdere disciplines te bestuderen, om zo te ontdekken hoe de wisselwerking tussen agency en structuur plaatsvond in een historische context waarin instituties vooral op formeel gebied nog onbeproefd waren op markten van een dergelijke schaal. Structuur en agency omvatten niet alleen economische ontwikkelingen, maar zijn allesomvattend. Relaties tussen mensen en gedragsnormen zijn terug te vinden in allerlei disciplines. Door te ontdekken hoe de wisselwerking van agency en structuur in de Gouden Eeuw van Amsterdam plaatsvond, kan deze wisselwerking in de huidige tijd ook beter begrepen worden.

²⁶ De Marchi, 'Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century', *Art Bulletin* 76 (1994) 3, 451-64.

²⁷ Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century'.

Migratie

Teneinde het chronologisch overzicht van de ontwikkelingen die plaatsvonden in Antwerpen en Amsterdam te behouden, komt eerst de migratie in het gebied van de Nederlanden aan bod. In de vijftiende eeuw en een groot deel van de zestiende eeuw was Antwerpen het centrum van de handel in Europa. Ook had deze havenstad al enige connecties met andere continenten doordat het kolonialisme deze connecties faciliteerde. Handelaren in Antwerpen richtten zich voornamelijk op goederen die niet in eigen omgeving te verkrijgen waren. Zo was de textielhandel met andere landen zeer intensief. Handel in landbouwproducten vond voornamelijk plaats via landwegen en niet via de haven.

Toen in de tweede helft van de zestiende eeuw de omstandigheden in Antwerpen verslechterden, vond er een aantal ontwikkelingen plaats. De oorlog en daarmee verband houdende onzekerheid voor handelaren zorgden ervoor dat Antwerpse handelaren uit de stad vertrokken. De 'Val van Antwerpen' in 1585 betekende de daadwerkelijke verplaatsing van het zwaartepunt van de handel van Antwerpen naar Amsterdam. Er is een reden aan te wijzen dat veel handelaren uit de Zuidelijke Nederlanden kozen voor Amsterdam. Allereerst waren de Antwerpenaren niet direct van plan zich te vestigen in een ander gebied, maar wilden zij eerst afwachten of Antwerpen zich van het Spaanse juk kon bevrijden. Zo was het dat deze Antwerpenaren zich bijvoorbeeld tijdelijk vestigden in plaatsen als Middelburg, die toentertijd niet direct als aantrekkelijk beschouwd konden worden. Toen rond de eeuwwisseling Antwerpen nog steeds niet van de Spaanse bezetting verlost was, gingen de Antwerpse handelaren op zoek naar een plaats om zich definitief te vestigen.²⁸

Relevant is om hier te melden, dat in de literatuur geen consensus bestaat over de directe verplaatsing van de hegemonie van de handel van de Zuidelijke Nederlanden naar Amsterdam in de periode die bestudeerd wordt in dit

²⁸ Lesger, 'Clusters of achievement', 72.

onderzoek.²⁹ Enkele auteurs, zoals Jan de Vries en Ad van der Woude, beargumenteren dat Antwerpen al veel langer in verval was. Zij wijzen de consolidatie van Amsterdam als centrale handelsstad aan het eind van de zestiende eeuw dan ook toe aan een jarenlange, gestage groei van de landbouw in de Noordelijke Nederlanden, waardoor Amsterdam zich al veel langer had voorbereid op een goede positie in de wereldhandel. Dat Antwerpen in verval raakte, kwam Amsterdam per toeval dan ook alleen maar goed uit.³⁰

Toch is er ook een aantal indicatoren die wijzen op het feit dat er wel degelijk sprake is van een transitie van het zwaartepunt van de handel van Antwerpen naar Amsterdam. Zo was er in de periode voordat de positie van Antwerpen in het geding kwam al zeer veel interactie tussen Antwerpen en Amsterdam. Het is bijvoorbeeld bekend dat Antwerpse ondernemers de textielhandel in de Noordelijke Nederlanden hebben helpen opzetten.³¹ Ook investeerden veel Antwerpenaren in Nederlandse ondernemingen. Zo blijkt uit onderzoek dat zo'n zestien procent van de investeringen in Amsterdam afkomstig was uit de Zuidelijke Nederlanden.³² Als gevolg van de groeiende interactie tussen de twee steden reisden veel handelaren af naar de andere stad om hun bezigheden te administreren. Weinig handelaren vestigden zich echter in de andere stad. Dit zou pas later gebeuren. Vanwege de al bestaande interactie tussen handelaren uit Amsterdam en Antwerpen mag worden aangenomen dat er al informele instituties, zoals gedragsnormen en netwerken tussen handelaren, bestonden. Deze informele instituties vergemakkelijkten de migratiestromen en daarmee de economische ontwikkelingen later in Amsterdam.

Amsterdam had zich in deze tijd ontwikkeld tot een havenstad waar de handel het gehele jaar plaatsvond. De haven zelf stond in deze periode bekend om haar omvang en genoot goede bescherming. De zekerheid die door deze veiligheid werd geboden trok veel Antwerpenaren naar Amsterdam om hun

²⁹ Jonathan Israel, 'The Commercial and Political Relations of the Dutch with the Baltic Region in Early Modern Times' *Tijdschrift voor Scandinavistiek* (1995) 31-44, aldaar 35.

³⁰ Jan de Vries en Ad van der Woude, *The first modern economy: Success, failure, and perseverance of the Dutch economy, 1500-1815*, (New York 1997) 20.

³¹ Gelderblom, 'From Antwerp to Amsterdam' 254.

³² *Ibidem* 263.

handelspraktijken daar voorgoed te vestigen. Toen deze vestiging eenmaal plaatsvond voltrok zich wat Gunnar Myrdal noemt een 'cumulative causation'.³³ Deze term betekent dat er een soort opwaartse spiraal plaatsvindt die zichzelf in theorie blijft versterken. De middelen van Antwerpse handelaren werden verplaatst naar een stad die een levendige handel had met andere landen op het continent, waardoor deze twee factoren elkaar versterkten. Antwerpenaren wilden maar wat graag investeren in de groeiende markt van Amsterdam. De mogelijkheid om te investeren was een institutionele ontwikkeling die op dat moment gaande was en faciliteerde de oriëntatie van buitenlandse handelaren op Amsterdam.

Ook de migratiecijfers uit deze periode ondersteunen de stelling dat veel Antwerpenaren zich in slechts enkele decennia in Amsterdam vestigden. In het onderzoek van Lesger neemt het inwonersaantal van Antwerpen in slechts tien jaar met zo'n 58 procent af, van 100.000 inwoners in 1580 naar 42.000 inwoners in 1589. Amsterdam daarentegen maakte in een periode van 40 jaar juist een enorme groei door, met inwonersaantallen in 1578 van zo'n 30.000 inwoners tot maar liefst 160.000 inwoners in 1622.³⁴ Het tempo waarmee Amsterdam groeide, lijkt niet helemaal in verhouding te staan tot het tempo waarmee het inwonersaantal van Antwerpen afnam. De verklaring dat Antwerpenaren de Spaanse bezetting van hun stad hebben afgewacht zoals eerder beschreven in dit onderzoek draagt bij aan het ietwat langzamere tempo van de groei van Amsterdam.

Andere cijfers illustreren de samenstelling van de afkomst van handelaren in Amsterdam. In 1585 was het aantal handelaren in Amsterdam voor zo'n 75 procent afkomstig uit Amsterdam zelf. Slechts tien procent was afkomstig uit de Zuidelijke Nederlanden en dan voornamelijk Antwerpen. In 1609 is deze verhouding drastisch veranderd. In dat jaar komt nog maar 40 procent van de handelaren uit Amsterdam zelf, met een aandeel van 35 procent uit de Zuidelijke Nederlanden. De aantallen handelaren afkomstig van buiten de Republiek is in

³³ Gunnar Myrdal, *Economic Theory and Underdeveloped Regions* (London 1957) 76.

³⁴ Lesger, 'Migrantenstromen en economische ontwikkeling in vroegmoderne steden. Nieuwe burgers in Amsterdam en Antwerpen, 1541-1655', 97.

deze periode ongeveer gelijk gebleven, met een aandeel van in totaal tien procent.³⁵ De vrijhandelsgeest die er in de Republiek heerste zorgde voor een soepele transitie van de handelaren afkomstig uit de Zuidelijke Nederlanden naar Amsterdam. Dankzij deze gedragsnorm werd de migratie vergemakkelijkt.

De Antwerpse handelaren brachten nieuwe contacten en nieuwe afzetmarkten met zich mee. De handelaren uit Antwerpen stonden bekend om hun handel in luxegoederen, iets waar Amsterdam aan het eind van de zestiende eeuw nog niet in aanraking mee was gekomen. Amsterdam hield zich vooral bezig met de handel in grondstoffen.³⁶ De groei in de handel in luxeproducten aan het begin van de zeventiende eeuw is dan ook toe te wijzen aan de invloed van Antwerpse handelaren. Weliswaar kwamen Antwerpenaren naar Amsterdam omdat dit mede mogelijk werd gemaakt door bestaande instituties en structuur, maar zij waren als individuen bedreven in de handel in luxegoederen en namen dit mee naar hun nieuwe vestigingsplaats. Dankzij deze vorm van agency ontstonden er in Amsterdam ook mogelijkheden voor de creatieve industrie. Antwerpenaren creëerden, met de introductie van luxegoederen, onder Amsterdammers meer vraag naar producten uit dit segment.

Er is een aantal instituties aan te wijzen die de veranderingen die plaatsvonden aan het eind van de zestiende eeuw en begin van de zeventiende eeuw mogelijk maakten. Zo was de prijs voor het verkrijgen van het burgerschap van Amsterdam in deze periode verlaagd om immigranten uit de Zuidelijke Nederlanden aan te trekken.³⁷ Dit had tot gevolg dat het aantal burgers in de stad Amsterdam drastisch toenam. Ook de vrijheid om deel te nemen in de handel en te mogen investeren in ondernemingen zoals die van de Vereenigde Oostindische Compagnie zorgden ervoor dat Antwerpse handelaren actief gingen deelnemen in dergelijke ondernemingen. Amsterdam lokte daarnaast al vanaf 1550 actief handelaren door belastingen over handel van textiel en andere luxeproducten te

³⁵ Gelderblom, 'From Antwerp to Amsterdam', 263.

³⁶ Ibidem 249.

³⁷ Lesger, 'Migrantenstromen en economische ontwikkelingen in vroegmoderne steden', 102.

verlagen. De handel in luxeproducten en de deelname van Antwerpse handelaren nam in de decennia nadat dit beleid werd doorgevoerd sterk toe.³⁸

Toch is er ook een aantal redenen voor de groei van de Amsterdamse haven en haar handel toe te wijzen aan het ondernemerschap van zowel Antwerpse als Amsterdamse handelaren. Zo wachtten de Antwerpse handelaren af of hun eigen haven niet van de Spaanse bezetting verlost zou worden, en toen dat niet het geval bleek, gingen zij actief op zoek naar de beste plek om hun handel voort te zetten. Zij zagen dat Amsterdam, met handel die het hele jaar plaatsvond en met haar gunstig gelegen haven, de beste optie was. Dit gebeurde in combinatie met de afzwakking van de positie van Spanje en Portugal aan het eind van de zestiende eeuw, waardoor de positie van het noorden van Europa en haar handelssteden versterkt werd. Ondernemers zagen in dat het zuiden van Europa niet profijtelijk was en bleven gevestigd in het noorden. De wisselwerking tussen agency en structuur komt sterk naar voren in de gedachtegang van de Antwerpenaren. Zij maakten een individuele keuze om op zoek te gaan naar de beste plaats om hun handel voort te zetten. Tegelijkertijd werd de plaats die hiervoor het meest geschikt was juist weer gekozen vanwege het aanwezige institutionele raamwerk.

³⁸ Gelderblom, 'The Golden Age of the Dutch Republic', 156.

Innovatie

De explosieve groei van de creatieve industrie bracht twee ontwikkelingen met zich mee. Allereerst begonnen ondernemers te innoveren om hun productiekosten omlaag te krijgen en hun afzet te vergroten. Daarnaast kwamen er formele en informele instituties op om ondernemers zekerheid te bieden. Beide ontwikkelingen hadden positieve en negatieve gevolgen voor ondernemers. Feit is dat de afzet van de kunstmarkt sterk toenam. Zo werden er in de zeventiende eeuw naar schatting maar liefst vijf miljoen schilderijen gemaakt.³⁹

De eerste factor die zorgde voor een toenemende productiviteit was de toenemende vraag. Amsterdam vergaarde door het innemen van de plaats van Antwerpen als handelscentrum grote rijkdom. Deze rijkdom bevond zich in nieuwe lagen van de maatschappij die nog niet eerder een dergelijke welvaart hadden gekend. Een logisch gevolg hiervan was dat deze nieuwe middenklasse keek naar de elite en hun manieren om geld te besteden. Het waren echter eerst voornamelijk Antwerpse rijkelui die zich in Amsterdam in hun huizen omringden met schilderijen. Dit werd Sluijter verklaard doordat Antwerpenaren schilderijen kochten om ze vervolgens mee terug te nemen naar Antwerpen, in de veronderstelling dat Antwerpen onder de Spaanse bezetting uitkwam.⁴⁰ Amsterdammers werden wel beïnvloed door het gedrag van Antwerpenaren. Hier is dus sprake van een vorm van agency. Er werd gekeken naar het gedrag van de Antwerpenaren en dit gedrag werd vervolgens overgenomen.

Een andere verklaring voor de nieuwe belangstelling van de middenklasse voor kunst is de connectie met andere werelddelen en de interesse in luxe die afkomstig was uit deze gebieden. Al snel besteedde de middenklasse zijn geld aan kunst. Deze nieuwe trend zorgde voor een toenemende vraag. De uitbreiding van het handelsgebied en de daardoor geboden mogelijkheden zijn ingegeven door de structuur. De vraag naar luxeproducten uit andere werelddelen had

³⁹ Bok, 'The Rise of Amsterdam as a Cultural Centre', 186.

⁴⁰ Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry, and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century', 3.

nooit kunnen ontstaan zonder de connectie die werd gelegd door ontdekkingsreizen en de handel met deze gebieden.

Maar het was niet alleen de vraag naar kunst die toenam. Ook het aanbod steeg. Dit had meerdere verklaringen. Allereerst vond er dankzij de migratiestroom van Antwerpen naar Amsterdam een toename plaats van het aantal kunstenaars in de stad Amsterdam. Deze kunstenaars bleven actief in de creatieve industrie, want zij zagen hun kans schoon om geld te verdienen dankzij het ontstaan van de nieuwe middenklasse en de daarmee toegenomen vraag naar kunst. Hier is sprake van de wisselwerking tussen agency en structuur. Schilders zagen in dat de beste kansen lagen in hun eigen sector, maar deze kans bestond dankzij de toegenomen vraag die werd ingegeven door de structuur.

In het begin van de zeventiende eeuw namen vraag en aanbod toe. Schilders moesten zich gaan onderscheiden op de markt om hun afzet te garanderen. Dit deden zij op verschillende manieren. Zo vonden er op productiegebied enkele innovaties plaats. Waar men eerst schilderde volgens de zogenaamde maniëristische stijl, wat inhield dat men met veel geduld en detail schilderde, maakte aan het begin van de zeventiende eeuw de schilderachtige stijl haar opwachting. Dit hield in dat er met grove streken werd geverfd, wat minder nauwkeurige schilderijen opleverde, maar waardoor de schilderijen nog wel genoeg leken op de schilderijen die geverfd werden op de maniëristische stijl. Schilders gingen bezuinigen op het proces om schilderijen te maken om daarmee kosten te besparen en een minder arbeidsintensief proces te bewerkstelligen. In deze innovaties is duidelijk ondernemerschap te herkennen. Schilders gingen actief op zoek naar manieren om het productieproces te verbeteren en goedkoper te maken, om zo op een goedkope manier een beter inkomen te genereren.⁴¹

Frapport detail van de opkomst van de schilderachtige stijl is dat schilders die op een fijnere wijze hun schilderijen vervaardigden soms van de markt

⁴¹ John Michael Montias, 'The influence of economic factors on style', *De Zeventiende Eeuw* 6 (1990) 1, 49-57, aldaar 52.

verdwenen, omdat zij in dezelfde tijd dat schilders die op een minder precieze wijze schilderden veel minder schilderijen konden produceren. Het aantal schilderijen dat een schilder kon vervaardigen leek dan ook belangrijker dan de kwaliteit van het schilderij. De vraag naar dergelijke schilderijen was er blijkbaar toch wel.⁴²

Er is ook nog een aantal andere innovaties te bespeuren op het gebied van het maken van schilderijen. Zo probeerden schilders zich te onderscheiden door een eigen stijl te ontwikkelen. Door een kenmerkende manier van schilderen te beoefenen hoopten zij zich te differentiëren van andere schilders op de markt en een bepaald publiek aan te spreken. Ook gingen sommige schilders zich specialiseren in genres die nog niet door anderen werden geschilderd om op deze manier niches in de markt aan te spreken. Zo introduceerden zij genres aan het publiek, waardoor zij nieuwe vraag creëerden bij een genre dat aansloeg onder het grote publiek. Schilderijen van stadsgezichten en landschappen werden bijvoorbeeld pas vanaf het begin van de zeventiende eeuw populair, nadat de migratie van Antwerpenaren in een vergevorderd stadium was.⁴³

Een andere ontwikkeling was dat het schilderen van schilderijen meer routine werd en dat schilders door een lichte standaardisatie van hun werken, door bijvoorbeeld telkens ongeveer dezelfde landschappen te blijven schilderen, ervoor wisten te zorgen dat het productieproces verder geoptimaliseerd werd. Deze nieuwe productiemethodes leidden allemaal tot groeiende competitiviteit tussen kunstenaars, lagere prijzen en een grote variëteit aan producten. De uiteindelijke winnaar van deze productinnovaties was de consument.⁴⁴

Productinnovatie op het gebied van kunst kon ook gevaarlijk zijn. Riskante beslissingen op productiegebied konden slecht uitpakken voor een ondernemer. Een schilder diende daarom over een bepaald gevoel voor de markt te beschikken om dergelijke risico's te kunnen nemen. Een ondernemer moest

⁴² De Marchi, 'Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century', 455.

⁴³ Montias, 'The influence of economic factors on style', 52.

⁴⁴ Bok, 'The Rise of Amsterdam as a Cultural Centre', 201.

immers zorgen voor brood op de plank. Een schilder stond er echter niet helemaal alleen voor. Patronage speelde in de zestiende en zeventiende eeuw een belangrijke rol voor de kunstmarkt. De term patronage houdt in dat een patroon gunsten verleend aan een persoon in ruil voor diensten. Voor dit onderzoek betekent patronage het lenen van geld aan een schilder in ruil voor een schilderij. In de zestiende eeuw leek het patronage weg te vallen toen de kerk stopte met het geven van opdrachten als gevolg van de Opstand en de Beeldenstorm. De kerkelijke genres werden steeds minder aantrekkelijk en de markt voor religieuze schilderijen viel hierdoor weg.⁴⁵

Patronage vond nog wel plaats in de kringen van de rijke elites van grote steden. Het gebeurde dan ook regelmatig dat schilders kunst maakten in opdracht van een patroon. De patroon schoot dan geld voor om een schilderij te maken. Op deze manier was er zekerheid voor zowel de producent als de consument. De schilder wist zeker dat zijn product zou worden afgenomen en de afnemer wist zeker dat hij waar voor zijn geld zou krijgen. De zekerheid die deze institutie bood was in meerdere opzichten belangrijk. Schilders die schilderijen maakten van zeer hoge kwaliteit konden eigenlijk alleen nog bij een patroon terecht. Schilders zoals Rembrandt werkten alleen nog maar op commissie, deels vanwege hun reputatie, maar voornamelijk vanwege de kwaliteit van de kunst die zij waarborgden. Daarnaast werd het aanzien van de kunstmarkt in haar geheel gewaarborgd door de vermaardheid van schilders zoals Rembrandt. Dit was belangrijk voor de afzet van de gehele creatieve industrie. Patronage zou om die reden altijd een rol blijven spelen binnen de kunstmarkt.⁴⁶

Het samenvallen van de termen ondernemer en kunstenaar komt in sommige literatuur sterker naar voren dan in andere artikelen. Waar sommige auteurs, zoals John Michael Montias, beargumenteren dat schilders zich op de kunstmarkt begaven om winst te maken en er kansen lagen om rijk te worden, zijn andere auteurs, zoals Eric Jan Sluijter er van overtuigd dat schilderen ook een bepaalde grandeur met zich meebracht. Schilders hadden volgens Sluijter een redelijk

⁴⁵ John Michael Montias, 'Cost and value in seventeenth-century Dutch art', *Art history* 10 (1987) 4, 455-466, aldaar 459.

⁴⁶ Montias, 'Cost and value in seventeenth-century Dutch art', 460-461.

aanzien binnen de samenleving. Zij hadden kennis van geschiedenis en van de maatschappij en wisten dit over te brengen op het doek.⁴⁷ Montias daarentegen beargumenteert juist dat schilders die niet altijd even talentvol waren zich alleen op de kunstmarkt waagden met economische motieven. Een schilder moest zorgen voor omzet en als dit niet lukte via de kunstmarkt diende hij dit op een andere manier te realiseren. Er is volgens Montias wel degelijk sprake van het vereiste gevoel van ondernemerschap om als schilder succesvol te kunnen zijn in de zeventiende eeuw. Zonder een gevoel van de werking van de markt kwam een schilder niet ver, tenzij men Rembrandt heette.⁴⁸

De wisselwerking tussen agency en structuur die in dit hoofdstuk is beschreven komt in het artikel van Montias mooi naar voren. Ondernemers gingen op zoek naar de beste manier om geld te verdienen en betraden de kunstmarkt. Zij gingen tegelijkertijd op zoek naar manieren om hun productieproces zo efficiënt mogelijk te maken en daarnaast naar manieren om hun afzet te vergroten. Deze vormen van agency werden echter weer ingegeven door de structuur. De toegenomen vraag bood mogelijkheden voor ondernemers om zich te ontplooiën op een markt waarin talent niet de doorslaggevende factor voor succes was.

⁴⁷ Sluiter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry, and the Growth of the Market for Paintings', 1.

⁴⁸ Montias, 'The influence of economic factors on style', 50.

Instituties

De explosieve groei van de kunstmarkt voegde een onverwachte dynamiek toe aan de productiekant. Er waren schilders die groot talent bezaten en onder patronage schilderden. Veel schilders bezaten echter niet een dergelijk talent, maar wisten wel voet aan de grond te krijgen in de kunstmarkt. Dit kon gebeuren dankzij de eerdergenoemde innovaties op het productiegebied. Schilders konden op snelle wijze veel schilderijen produceren die van een redelijke kwaliteit waren en konden deze kwijt op de markt dankzij de niet aflatende vraag van de consument. Op deze manier vonden producent en consument zich op een onvoorziene wijze. Incidentele ontwikkelingen als deze zijn een duidelijk teken van de wisselwerking van agency en structuur. De ondernemer handelt nooit vanuit perfecte informatie en neemt risico, door bijvoorbeeld een nieuwe stijl te beoefenen. Dit risico betaalt zich onverwacht uit, vanwege de gecreeërde vraag onder het publiek, en zorgt ervoor dat de innovatie onderdeel wordt van de structuur.

Een bijkomstigheid van deze ontwikkeling was een enorme toevloed van schilderijen uit andere steden dan Amsterdam. Deze schilderijen werden verkocht op veilingen die regelmatig plaatsvonden in Amsterdam. De schilderijen waren van lage kwaliteit en de schilders uit Amsterdam werden enigszins bedreigd door de hoge aantallen die van buiten de stad kwamen. Dit werd ook gevoeld door de gilden uit Amsterdam. Zij drongen aan op een verbod van de veilingen en wilden dat er slechts twee openbare veilingen per jaar plaatsvonden. Ook drongen zij aan op een striktere regelgeving van het aantal keren dat een schilderij mocht worden doorverkocht. Met deze regel hoopten zij kunsthandelaren tegen te gaan die vaak in bulk schilderijen opkochten. Deze schilderijen werden vervolgens voor een hogere prijs doorverkocht aan burgers die niet wisten dat de prijs kunstmatig verhoogd werd. Dankzij de roep van de gilden om actie nam de overheid maatregelen.⁴⁹

⁴⁹ Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century', 4.

Zo werd het aantal veilingen waar schilderijen uit andere steden dan Amsterdam werden verkocht ingeperkt. Schilders van buiten de stad mochten hun eigen werken alleen met toestemming van de burgemeester verkopen. Een eerste omzeiling van deze regel vond plaats door burgers van Amsterdam de werken te laten verkopen, maar ook deze maatregel werd snel door het stadsbestuur gedicht. De maatregelen hadden echter niet het gewenste effect.⁵⁰ Op andere manieren bleven de werken uit andere steden in grote aantallen verkocht worden aan het publiek dat een haast onstilbare honger leek te hebben naar kunst. De vraag naar producten, die volgens de gilden van inferieure kwaliteit waren, bleef toenemen en het aanbod steeg mee.

De formele instituties, de overheid en de gilden, probeerden samen zekerheid te bieden aan de Amsterdamse ondernemers. Door regels op te leggen hoopten zij het gedrag van burgers te kunnen reguleren. De opgelegde regels hadden echter niet het gewenste effect en de effectiviteit van de instituties liet te wensen over. In dit geval was er sprake van de mens die misbruik maakt van de imperfecties van de structuur om haar heen. Deze vorm van agency valt onder het opportunisme van North.⁵¹ De structuur laat de mogelijkheid aan burgers om buiten de structuur te opereren zonder consequenties. Ondernemers zullen zonder repercussies van instituties de kans om te profiteren van de structuur grijpen.

Dat de instituties niet het gewenste effect hadden was echter geen slechte zaak voor de kunstmarkt. Er is namelijk een aantal positieve effecten te noemen van de kunstveilingen. Door De Marchi en Van Miegroet wordt onderscheid gemaakt tussen 'kenners' en 'liefhebbers'.⁵² Kenners waren op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en trends binnen de kunstmarkt; liefhebbers waren mensen die per toeval in aanraking werden gebracht met schilderijen. Deze groep ontstond dankzij kunstveilingen die regelmatig plaatsvonden. Het was voor wat minder

⁵⁰ Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century', 5.

⁵¹ North, 'Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction', 49.

⁵² De Marchi, 'Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century', 458.

bekende schilders dus belangrijk dat deze veilingen bleven plaatsvinden. Op deze manier zouden zowel getalenteerde schilders als minder begaafde schilders hun producten kunnen verkopen en had de consument daarnaast ook nog keus uit een ruimer aanbod aan schilderijen.

Het waren dan ook vooral de gildemeesters die zouden profiteren van de stop van de openbare veilingen. Zij waren bang dat het publiek door de kunstmatige verhoging van de prijs afgeschrikt zou worden van de kunstmarkt. Dit bleek echter niet het geval. De vraag naar kunst was zo groot dat het publiek bereid was om meer te betalen dan zij eigenlijk zou moeten voor een kunstwerk. Tegelijkertijd hielden de veilingen het aanbod divers en daarmee was er een grote verscheidenheid aan prijzen. Zowel kunstenaar als consument waren dus gebaat bij het voortbestaan van openbare kunstveilingen.⁵³

Formele instituties die gericht waren op ondernemers in het algemeen functioneerden goed. Het patentrecht zorgde ervoor dat ondernemers dankzij hun innovaties mee konden delen in de winst wanneer hun toepassing werd gebruikt. Het patentrecht stimuleerde innovatie vanwege de zekerheid die ondernemers werd geboden.⁵⁴ Ook waren er verschillende manieren waarop ondernemers aan kapitaal konden komen. Een eerste nieuwe institutie op dit gebied was het vennootschap in bedrijven. De beperkte duur en inhoud van zulke vennootschappen zorgden ervoor dat leningen gemakkelijk werden afgesloten en openstaande schulden gemakkelijk geïnd konden worden. De eigenschappen van dit vennootschap leidde er toe dat zulke verbintenissen ook werden afgesloten tussen handelaren die al sociale banden met elkaar hadden.⁵⁵ De vrijhandelsgeest van Holland komt in het vennootschap wederom naar boven.

Op de langere termijn konden ondernemers op verschillende manieren leningen verkrijgen. Een manier was het afsluiten van annuïteiten gewaarborgd door onroerend goed. Onroerend goed is qua waarde stabiel en met de komst van bakstenen in plaats van houten huizen werd de stabiliteit van de waarde van

⁵³ Montias, 'Art Dealers in the Seventeenth-Century Netherlands', 249.

⁵⁴ Gelderblom, 'The Golden Age of the Dutch Republic', 162.

⁵⁵ Ibidem 164.

grond groter. Deze manier van kredietverstrekking was aantrekkelijk voor kleine ondernemers, waartoe kunstenaars en kunsthandelaren toe behoren.⁵⁶

Uit de literatuur komt naar voren dat de invloed van formele instituties speciaal gericht op de kunstmarkt aan het begin van de zeventiende eeuw redelijk beperkt was. Eric Jan Sluijter noemt gilden zelfs 'slapend' en meldt dat veel amateurkunstenaars ook goede schilderijen konden maken.⁵⁷ Ook uit het artikel van Montias blijkt dat gilden minder invloed hadden op de kunstmarkt dan soms wordt aangenomen. Hij was naarstig op zoek naar het bewijs dat schilders voordat zij de titel meester-schilder kregen een 'meesterproef' moesten afleggen. Montias kon het bewijs voor deze proeven niet vinden, maar stuitte wel op andere bevindingen. Het was de markt die bepaalde of een schilder een meester-schilder werd. Als er na een redelijke tijd nog steeds vraag was naar het werk van een schilder had de markt bepaald dat hij bekwaam was. De periode die hier meestal voor werd aangenomen was vijf jaar.⁵⁸ Hier is sprake van een transformatie van een formele institutie naar een informele institutie. Het publiek had het laatste woord over de bekwaamheid van een schilder en bepaalde daarmee diens succes. De invloed van gilden op het succes van ondernemers blijkt in deze periode beperkt.

Er waren nog andere gevolgen van de toenemende vraag op de creatieve industrie in samenhang met de regel dat schilderijen van buiten Amsterdam minder verkocht mochten worden. De competitiviteit onder schilders in Amsterdam zelf nam toe. Montias spreekt hier van de term 'critical mass'.⁵⁹ Dit hield in dat er een bepaald aantal schilders nodig was om een stimulans in productiviteit te bewerkstelligen. Deze 'kritieke massa' zorgde ervoor dat schilders zich bewust waren van het reilen en zeilen van hun concurrenten en tegelijkertijd de kennis die zij hadden overbrachten op deze concurrenten. Doordat vele ateliers zich vestigden in hetzelfde gebied was er sprake van snelle

⁵⁶ Gelderblom, 'The Golden Age of the Dutch Republic', 164.

⁵⁷ Sluijter, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry, and the Growth of the Market for Paintings', 5.

⁵⁸ Montias, 'The influence of economic factors on style', 55.

⁵⁹ Montias, 'Cost and Value in Seventeenth-Century Dutch Art' 457.

kennisdeling, ook wel bekend onder de term 'knowledge spillover'.⁶⁰ Technieken en manieren om schilderijen te verkopen werden snel overgedragen danwel afgekeken en zorgden ervoor dat de kwaliteit van de kunst en de productiviteit van schilders over het algemeen steeg. Het was geen bittere concurrentie tussen schilders, maar eerder een opwaartse spiraal waarin schilders kennis met elkaar deelden en nieuwe technieken aan elkaar doorgaven, bewust en onbewust.

Ook konden op deze manier zogenaamde 'scholen' ontstaan. Doordat kunstenaars vaak in dezelfde omgeving woonden en kennis met elkaar deelden, ontstond er soms een gemeenschappelijke interesse in schildertechnieken. Maar ook kunstenaars uit andere steden deelden hun kennis met schilders uit Amsterdam. Door het dichte handelsnetwerk van Holland kon er via wegen en kanalen snel informatie uitgewisseld worden.⁶¹ Het belang van scholen blijkt uit de alsmaar toenemende specialisatie in combinatie met specificatie. Hiermee wordt bedoeld dat scholen zich vaak toededen op één specifiek genre en de kunstenaars constant probeerden om dit genre te innoveren. Ook hier was de uiteindelijke winnaar de consument, vanwege het constant veranderende aanbod en de stijgende kwaliteit van schilderijen.

'Knowledge spillover' en scholen zijn op te vatten als informele institutie. Omgangsnormen onder ambtgenoten leidden tot concurrentie, maar ook tot collegialiteit. Uiteindelijk werkten schilders samen om hun productieproces te optimaliseren, omdat iedereen die werkzaam was in de creatieve industrie daarbij gebaat was.

Een ander gebruik dat veelvuldig voorkwam in de schilderswereld was het hanteren van een blauwdruk van een schilderij. Er werd door een meester-schilder dan op fijne manier bijvoorbeeld een landschap geschilderd, waarna enkele leerlingen van hem het schilderij konden overnemen. Op deze manier werd de productie sterk verhoogd. Een bekend voorbeeld is de schilder Rubens, die ervoor zorgde dat de schilderijen die werden voorbereid door zijn leerlingen

⁶⁰ Allen Scott, 'Cultural economy and the creative field of the city', *Geografiska Annaler, series B: Human Geography* 92 (2010) 2, 115-130, aldaar 126.

⁶¹ Montias, 'Cost and Value in Seventeenth-Century Dutch Art', 458.

door hemzelf werden afgemaakt en zijn naam droegen. Op deze manier kon hij een constant inkomen genereren en ervoor zorgen dat aan de vraag die er naar zijn werken was werd voldaan.⁶²

Soms had deze praktijk ook nadelen voor kunstenaars. Valse schilderijen konden voor een niet al te rijk publiek een oplossing zijn voor het bemachtigen van een gewild kunstwerk. De kunstenaar van het origineel in kwestie werd hierdoor benadeeld, want wetten over het intellectueel eigendomsrecht van schilderijen waren er in deze periode nog niet. Montias vond echter dat deze praktijk voordelen bood.⁶³ Hij stelt dat er blijkbaar een markt was voor de kopieën die gemaakt werden door imitatoren en dat deze duidelijk te onderscheiden waren van de originele werken. Dit kwam mede door de eerdergenoemde schilderachtige stijl. Burgers die minder geld hadden te besteden en zich dus geen meesterwerk konden veroorloven konden op deze manier alsnog aan een dergelijk kunstwerk komen, zij het van mindere kwaliteit. Voor de consument was het kopiëren van schilderijen dus wel degelijk een goede zaak. In de praktijk merkten grote schilders niet veel van het misgelopen inkomen, omdat zij toch voornamelijk op commissie werkten voor grote opdrachtgevers en hier veel geld mee verdienden. Er was dus geen sprake van een gemis van een institutie volgens Montias. De markt zorgde zelf voor de beloning van talent.

Er is ook nog een groep mensen die al eerder kort aan bod is gekomen en belangrijk is om in het kader van dit onderzoek te noemen. Dit zijn de kunsthandelaren. Kunsthandelaren opereerden vaak in het lagere segment van de markt. In dit segment telde kwantiteit meer dan kwaliteit. Het is belangrijk om deze kunsthandelaren te onderscheiden van kunsthandelaren in de hogere segmenten van de markt. Kunsthandelaren die handelden in dure kunstwerken brachten koper en verkoper vaak naar elkaar toe, door te weten waar een koper naar op zoek was en dit vervolgens te vergelijken met het aanbod op de markt.

⁶² De Marchi, 'Art, Value, and Market Practices', 455.

⁶³ Montias, 'The influence of economic factors on style', 54.

Kunsthandelaren in het lagere segment van de markt probeerden echter zo snel mogelijk omzet te genereren, ten koste van de kunstenaar en deels ook ten koste van de consument. Zij stelden vaak contracten op met minder getalenteerde kunstenaars om binnen korte tijd dozijnen schilderijen te laten produceren. Schilders die onder dit soort handelaren waren gecontracteerd werden vaak om genoodzaakt om onder erbarmelijke omstandigheden te werken.⁶⁴ Ook introduceerden dit soort kunsthandelaren nieuwe vormen van verkoop, bijvoorbeeld loterijen en straatverkoop, die ervoor zorgden dat meer consumenten naar kunstveilingen werden getrokken. Marten Jan Bok ziet de kunsthandelaren als een positieve institutie. Het publiek werd op nieuwe manieren in contact gebracht met de kunstmarkt en kon voor relatief weinig geld schilderijen bemachtigen. De populariteit van deze handelaren nam in de jaren 1630-1640 zelfs toe, toen het publiek haar eigen smaak begon te ontwikkelen en de vraag naar verschillende genres toenam.⁶⁵

In de literatuur worden positieve en negatieve aspecten van informele instituties genoemd. De wisselwerking tussen agency en structuur biedt soms kansen aan ondernemers om buiten de structuur te opereren en te profiteren van de afwezigheid van instituties en regels. Toch blijkt dat instituties zoals kunstveilingen onvoorziene gevolgen hebben voor de kunstmarkt die gunstig uitpakken voor zowel ondernemer als consument.

⁶⁴ Bok, 'The Rise of Amsterdam as a Cultural Centre', 204.

⁶⁵ Ibidem 204.

Verval

De explosieve groei van de kunstmarkt kende in de tweede helft van de zeventiende eeuw ook stagnatie en zelfs verval. Dit verval had meerdere oorzaken. Allereerst wordt er van uitgegaan dat de economische stagnatie vanaf 1650 een grote rol speelde in de afname van de vraag naar luxeproducten. Burgers hadden niet meer het geld om kunstwerken te kopen, ook al waren het soms niet al te dure schilderijen. Daarnaast speelt het beroep van de schilder en de manier van werken ook een rol. Schilderen blijft, ondanks de vele innovaties op zowel product- als procesgebied, een tijdrovende bezigheid. Daarbij komt dat er een lange en vaak dure training aan vooraf gaat. De verkoop van schilderijen was ook afhankelijk van een constant aanwezige vraag. Mocht deze vraag ineens afnemen, dan bleven schilders zitten met ateliers vol onverkochte schilderijen. Schilders die werkten onder patronage hadden hier overigens geen last van. Dan was er nog het probleem dat schilderijen opnieuw verkocht konden worden. Vooral in het geval van bekende schilders of gewilde genres kon dit een probleem vormen voor schilders die actief waren in eenzelfde stijl. Een overvloed aan schilderijen van een bepaald genre kon een probleem opleveren in het geval van economische achteruitgang.⁶⁶

De kunstmarkt verschilt van andere markten omdat zij afhankelijk is van smaak. Kunst is geen primaire levensbehoefte. Door de afhankelijkheid van economische voorspoed is de kunstmarkt dus behoorlijk vluchtig. Dit bleek toen in 1672 het rampjaar uitbrak. Met het losbarsten van de Hollandse Oorlog en de aanvallen van Engeland, Frankrijk en de bisdommen Münster en Keulen had het grootste deel van de bevolking niet meer de koopkracht om luxeproducten aan te schaffen. De massaproductie van schilderijen was vanaf dit jaar zo goed als helemaal verdwenen. Alleen de meest getalenteerde schilders kwamen nog via het patronagesysteem aan het werk. Zo veranderde in slechts een eeuw tijd de kunstmarkt van een markt die werkte op patronage van de kerk, naar een markt waar massaproductie en innovatie de boventoon voerden, weer terug in een markt waarin talentvolle schilders op zoek moesten naar een patroon. Daarbij

⁶⁶ Montias, 'Cost and value in seventeenth-century Dutch art', 463.

verlieten veel Hollandse kunstenaars in de jaren '70 van de zeventiende eeuw het land, om elders aan het werk te komen. Veel van hen vestigden zich in Londen.⁶⁷ Deze ontwikkeling vertoont parallellen met de migratie van Antwerpenaren naar Amsterdam in de zestiende eeuw. Ondernemers gingen wederom op zoek naar de beste plaats om zich te vestigen en die plaats werd ingegeven door de aanwezige instituties en structuur in Londen. De wisselwerking tussen agency en structuur is op deze manier constant aanwezig geweest in de creatieve industrie.

⁶⁷ Bok, 'The Rise of Amsterdam as a Cultural Centre', 209.

Conclusie

Door het debat over agency versus structuur op de historische periode 1550-1650 te projecteren, een periode waarin een institutioneel raamwerk nog niet onwankelbaar was vastgelegd in formele instituties, blijkt dat het succes van de creatieve industrie van de Gouden Eeuw van Amsterdam tot stand is gekomen door een wisselwerking tussen enerzijds ondernemerschap en anderzijds formele en informele instituties.

De migratie van Antwerpenaren naar Amsterdam, die aanleiding gaf tot de explosieve groei van de creatieve industrie, kan gevat worden onder zowel agency als structuur. Antwerpse ondernemers gingen op zoek naar een plaats die het best hun eigenbelang kon dienen. Deze plaats werd echter bepaald door de structuur. Aanwezige instituties, zowel formeel als informeel, zorgden ervoor dat de handel en de netwerken zich uiteindelijk naar Amsterdam verplaatsten. De geroemde Hollandse vrijhandelsgeest en de open houding naar migranten vallen onder de informele instituties die hier aan bijdroegen. Ook de al bestaande interactie tussen Antwerpen en Amsterdam, dus omgangsvormen die als informele instituties gezien kunnen worden, zorgden voor een vergemakkelijking van de migratie.

De interesse van de bevolking van Amsterdam in luxegoederen werd ingegeven door zowel agency als structuur. Antwerpenaren kwamen naar Amsterdam omdat dit mede mogelijk werd gemaakt door de bestaande instituties en structuur, maar waren als individuen bedreven in de handel in luxegoederen. Amsterdammers hadden dankzij de toename in welvaart het kapitaal om te investeren in luxegoederen, maar kopieerden tegelijkertijd ook het gedrag van de Antwerpenaren. De combinatie tussen gedragsnormen en structuur in de vorm van toegang tot kapitaal komt hierin sterk naar voren.

De creatieve industrie profiteerde van deze ontwikkelingen. De toenemende competitiviteit van schilders onderling en informele instituties zoals scholen en 'knowledge spillovers' in combinatie met kunstveilingen zorgden voor een

aanbod dat kon voldoen aan de vraag. Talentvolle schilders konden hun meesterwerken via patronage produceren en minder begaafde schilders konden door een geoptimaliseerd productieproces ook inkomen genereren. De agency die plaatsvond aan de kant van de ondernemers in de vorm van innovatie werd ingegeven door de toegenomen vraag dankzij structurele groei van de welvaart.

Formele instituties in de vorm van gilden en maatregelen van de overheid waren minder effectief. De mogelijkheid om buiten de structuur te opereren was aanwezig, zij het niet schadelijk voor de creatieve industrie. Kunsthandelaren slaagden erin formele instituties te omzeilen en wisten van kunstveilingen een succes te maken. De incidentele ontwikkeling die plaatsvond door dit opportunisme van ondernemers bleek uiteindelijk zelfs bevorderlijk voor de creatieve industrie.

Ondernemers wisten in de Gouden Eeuw van Amsterdam bekwaam gebruik te maken van de mogelijkheden die de structuur bood alsmede te innoveren binnen de marges van de structuur en wisten daarmee voor zichzelf zekerheid te creëren op een dynamische markt.

Literatuurlijst

- Bok, Marten Jan, 'The rise of Amsterdam as a cultural centre: the market for paintings, 1580-1680', in Patrick O'Brien *et al.* (eds.), *Urban achievement in Early Modern Europe* (New York 2001) 186-210.
- Garud, Raghu, Cynthia Hardy en Steve Maguire, 'Institutional entrepreneurship as embedded agency: An introduction to the special issue.' *Organization Studies-Berlin, European Group for Organization Studies* 28 (2007) 7, 957-966.
- Gelderblom, Oscar, 'From Antwerp to Amsterdam: The contribution of merchants from the Southern Netherlands to the growth of the Amsterdam market (c.1540-1609)', *Review: A Journal of the Fernand Braudel Center*, 26 (2003) 3, 247-82.
- Gelderblom, Oscar, 'The Golden Age of the Dutch Republic' in: Landes, David S., Joel Mokyr, and William J. Baumol, eds., *The invention of enterprise: Entrepreneurship from ancient Mesopotamia to modern times* (Princeton 2012) 156-182.
- Hay, Colin en Daniel Wincott, 'Structure, Agency and Historical Institutionalism', *Political Studies* 46 (1998) 5, 951-957.
- Israel, Jonathan, 'The Commercial and Political Relations of the Dutch with the Baltic Region in Early Modern Times', *Tijdschrift voor Scandinavistiek* 16 (1995) 2, 31-44.
- Lesger, Clé, 'Clusters of achievement: the economy of Amsterdam in its golden age', in Patrick O'Brien *et al.* (eds.), *Urban achievement in Early Modern Europe* (New York 2001) 39-62.

- Lesger, Clé, 'Migrantenstromen en economische ontwikkeling in vroegmoderne steden. Nieuwe burgers in Amsterdam en Antwerpen, 1541-1655', *Stadsgeschiedenis* 1 (2006) 97-121.
- Marchi, Neil de en Hans van Miegroet, 'Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century', *Art Bulletin* 76 (1994) 3, 451-64.
- Montias, John Michael, 'Art Dealers in the Seventeenth-Century Netherlands', *Simiolus: Netherlands Quarterly for the History of Art* 18 (1988) 4, 244-256.
- Montias, John Michael, 'Cost and value in seventeenth-century Dutch art', *Art history* 10 (1987) 4, 455-466.
- Montias, John Michael, 'The influence of economic factors on style', *De Zeventiende Eeuw* 6 (1990) 1, 49-57.
- Myrdal, Gunnar, *Economic Theory and Underdeveloped Regions* (London 1957).
- North, Douglass, 'Institutions and Economic Growth: a Historical Introduction' in: Frieden, Jeffrey en David Lake, *International Political Economy. Perspectives on Global Power and Wealth* (Oxon 2003) 47-59.
- O'Brien, Patrick, 'Reflections and meditations on Antwerp, Amsterdam and London in their golden ages' in: Patrick O'Brien *et al.* (eds.), *Urban achievement in Early Modern Europe* (New York 2001) 3-35.
- Scott, Allen, 'Cultural economy and the creative field of the city', *Geografiska Annaler, series B: Human Geography* 92 (2010) 2, 115-130.

- Sluijter, Eric Jan, 'On Brabant Rubbish, Economic Competition, Artistic Rivalry and the Growth of the Market for Paintings in the First Decades of the Seventeenth Century', *Journal of the Historians of Netherlandish Art* 1 (2009) 2, 1-16.
- Vries, J. de en A. van der Woude, *The first modern economy: Success, failure, and perseverance of the Dutch economy, 1500–1815* (New York 1997).