

Vliegende schotels: Het sociale leven van negentiende-eeuws Maastrichts exportkeramiek op Bali en Java.

Master Cultuurgeschiedenis

Universiteit Utrecht

Door: Sarah van Ree

Studentnummer: 5485665

Docent: Britta Schilling

Datum: 24-04-2017

Samenvatting

Het Maastrichts exportaardewerk van Regout en Société Céramique reisden na de tweede helft van de negentiende eeuw de hele wereld over. De schotels werden vanaf 1836 in Maastricht gemaakt in de meest diverse stijlen. Hiervan was zestig tot zeventig procent van de productie bedoeld voor buitenlandse verkoop. Een groot deel hiervan werd verkocht in een van de voormalige kolonies van Nederland, Nederlands-Indië, het huidige Indonesië. Regout ontwierp deze schotels niet zozeer naar de Nederlandse smaak maar naar buitenlandse smaak. Op de eilanden Bali en Oost-Java, Indonesië, zijn in verschillende oude tempels en mausolea deze Maastrichtse borden ingemetseld. Deze Maastrichtse schotels blijken populaire decoratieve en religieuze objecten in heel Zuid- en Zuidoost-Azië te zijn geweest. Deze thesis houdt zich bezig met het sociale leven van deze keramieken schotels. Hoe kwamen deze bordjes in Zuidoost-Azië terecht? En waarom werden deze schotels ingemetseld in Balinese tempels? Wat kan het sociale leven van deze schotels ons zeggen over de periode waarin deze gemaakt zijn, verspreid raakte en gebruikt werden? In deze thesis wordt met behulp van het concept 'social life of things' van Arjun Appadurai de biografie van dit Maastrichts export keramiek voor de Indonesische markt onderzocht. De concepten 'kosmopolitisme' en 'kennis' zijn leidend in het sociale leven van de Maastrichtse schotels in Indonesië. Het concept kosmopolitisme is benaderd als een complexe en transculturele connectie door middel van onder andere consumentisme. Het concept van kennis in dit sociale leven van de Maastrichtse schotels is een andere rode draad in deze thesis. 'Kennis' van de productie en distributie van dit exportkeramiek is evident voor de levensgeschiedenis van deze objecten. Daarnaast wordt in deze thesis geanalyseerd in hoeverre ook het koloniale of imperialistische aspect mee speelt in het succes van de Maastrichtse fabrieken in Indonesië. De thesis tracht de biografie van deze objecten te ontrafelen door te kijken naar deze wederzijdse beïnvloeding tussen enerzijds Nederland en anderzijds Indonesië.

Inhoud

Introductie.....	4
1. Productie: Maastrichts keramiek met internationale ambities	8
2. Distributie: De negentiende-eeuwse Europese keramiekhandel als een kosmopolitisch netwerk...13	
3. Gebruik: Van importgoed naar heilige schotels	18
Conclusie	25
Primaire bronnen	29
Literatuurlijst	30

Introductie

Op het eiland Bali, Indonesië, in de mausoleums van twee in de buurt van Cirebon gelegen tempels, kan men ingebed in de muren verschillende Europese en Chinese borden zien.¹ Een aantal van deze ingemetselde borden werd oorspronkelijk gemaakt in Maastricht en gedecoreerd in, onder andere, de typische 'Boerenbont'-stijl. Deze borden werden geproduceerd door een van de meest bekende (en beruchte) Nederlandse industriëlen van de negentiende en het begin van de twintigste-eeuw, Petrus Regout. De Maastrichtse schotels blijken populaire decoratieobjecten in heel Zuid- en Zuidoost-Azië te zijn geweest. Het Maastrichtse aardewerk was een exportproduct naar de Filippijnen, Indonesië, Maleisië, Thailand, Birma, Ceylon en India. De hoogtijdagen van deze export was in de jaren 1890-1910.²

Hoe zijn deze schotels op deze plaatsen in Zuid- en Zuidoost-Azië terechtgekomen? En waarom werden deze schotels ingemetseld in Balinese tempels? Wat kan het sociale leven van deze schotels ons zeggen over de periode waarin deze gemaakt zijn, verspreid raakte en gebruikt werden? In deze thesis wordt een sociale biografie beschreven van deze Maastrichtse bordjes.

De schotels werden vanaf 1836 in Maastricht gemaakt in de meest diverse stijlen. Vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw werd de buitenlandse markt steeds belangrijker. Zestig tot zeventig procent van de productie was bedoeld voor buitenlandse verkoop.³ Een groot deel hiervan was bedoeld voor de voormalige kolonie van Nederland, Nederlands-Indië, het huidige Indonesië. Regout ontwierp deze schotels niet zozeer naar de Nederlandse smaak maar naar buitenlandse smaak. Hij ontwierp exclusieve schotel decoraties voor Nederlands-Indië die hij graveerde met zijn 'Sphinx-merk' en de tekst op het merk werd voor het Indonesische publiek in het oud Javaans geschreven. Er zijn ongeveer 25 schotel-sets speciaal ontworpen voor de Nederlands-Indische markt.⁴ De Nederlandse pottenbakkerijen hadden echter geen monopolie op de export naar Nederlands-Indië. De Britten, in het bijzonder de Schotse firma J. Bell & Co uit Glasgow, waren hun waardige concurrenten. Bell was ook een nieuw opgericht vennootschap in het midden van de negentiende eeuw, vergelijkbaar met het Regout bedrijf. Het Bell & Co-bedrijf was ook op zoek naar nieuwe markten en vond deze tevens het in het zuidoosten van Azië, waar het agentschappen had in Surabaya, Manilla en Batavia.⁵ Het sociale leven van deze schotels gaat verder in o.a. tempels op Bali waar zij worden ingemetseld als religieuze objecten.

In deze thesis wordt met behulp van het concept 'social life of things' van Arjun Appadurai de biografie van dit Maastrichts export keramiek voor de Indonesische markt onderzocht. Appadurai stelt dat economische uitwisseling waarde creëert voor dingen,

¹ Henry Chambert-Loir, 'Eating the text: English Plates decorated with Malay Poems', *The Indonesia Circle* 63 (1994) 183-210, aldaar 184.

² Helena van Bommel, 'Ceramics inserted on walls on Bali', *Modern Quaternary Research in Southeast Asia* 11 (1988-1989) 54-69, aldaar 63.

³ Willem Floor en Jaap Otte, 'European Ceramics for the East' *Aramco World*, 64, 3 (Mei/juni 2013) <http://archive.aramcoworld.com/issue/201303/european.ceramics.for.the.east.htm> (geraadpleegd op 9 april 2017).

⁴ Marie-Rose Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk, 1850-1900* (Lochem 1992) 93.

⁵ Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk* 94.

handelswaar, en hij stelt dat een sociaal leven voor dingen kan ontstaan doordat deze uitwisseling plaatsvindt. Hierbij is het concept van de status van de commoditeit, de handelswaar, een belangrijke factor waarin het 'waar' in en uit de commoditeit (handel)status beweegt.⁶ In het geval van het Maastrichts aardewerk is het interessant om deze statussen van commoditeit te volgen van exportaardewerk naar een inmetseiling van deze borden in Balinese en Javaanse tempels.

Het concept van kennis in dit sociale leven van de Maastrichtse schotels is een rode draad door deze thesis. Het sociale leven van dit Maastrichtse keramiek begint in Maastricht. De 'kennis' over de productie en distributie van dit exportkeramiek, zoals Appadurai stelt, is evident voor de levensgeschiedenis van objecten.⁷ Het keramiek werd op grote schaal geproduceerd, kennis over deze productiemethodes, zoals beschildering en druktechnieken waren dus van belang om hiervan het succes te kunnen garanderen. Daarnaast was ook kennis het hoofdbestanddeel van de volgende levensfase: distributie. Door keramiek speciaal te ontwerpen voor een bepaald gebied is er sprake geweest van kennis van andere culturele waarden om deze handel tot een succes te maken.

Een ander belangrijk kernconcept in deze thesis is kosmopolitisme. Academics als Jeremy Prestholdt en Pedro Machado benaderen dit concept als een complexe en transculturele connectie door middel van onder andere consumentisme. Hierin zet het zich af tegen het idee dat de westerse kolonisatie van negentiende eeuw een eenzijdig fenomeen was. Het is eerder een toevoeging aan een al bestaand plaatselijk netwerk.⁸ Daarnaast stelt Prestholdt dat door deze transculturele connectie ook de zelfperceptie van zowel de westerse burgerij als de inheemse bevolking van de koloniën verandert en meer onderhevig is aan de globale tendensen.⁹ Het idee van een meer complexe en transculturele invloed van in dit geval de massaproductie en consumptie van exportkeramiek van Nederland naar Indonesië past bij dit concept van kosmopolitisme. In deze thesis wordt geanalyseerd in hoeverre in dit geval ook het koloniale of imperialistische aspect mee speelt in het succes van de Maastrichtse fabrieken in Indonesië.

Aan de hand van het werk van Gary Magee en Andrew Thompson kan worden vastgesteld dat in het geval van de Britse-metropool de groei van export exceptioneel steeg door de verdienste van de koloniën. Zij concluderen dat dit voor een groot deel kwam door de gecompliceerde en gelaagde connecties tussen de kolonie en metropool.¹⁰ Niet alleen kolonisten consumeerden de producten uit de metropool maar ook de inheemse bevolking

⁶ Arjun Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', in: idem (ed.), *The social life of things, Commodities in cultural perspective* (Cambridge 1988) 3-63, aldaar 13.

⁷ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 41.

⁸ Pedro Machado, 'Cloths of a new fashion: Indian ocean networks of exchange and cloth zones of contact in Africa and India in the eighteenth century and nineteenth century', in Giorgio Riello en Tirthankar Roy (red.) *How India clothed the World, The world of South Asian textiles 1500-1850* (Leiden, Boston 2009) 53-84, 55.; Jeremy Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)* (Oakland 2008) 116.

⁹ Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)* 116.

¹⁰ Gary Magee, Andrew Thompson, *Empire and globalisation: networks of people, goods and capital in the British world, c. 1850* (Cambridge 2011) 117.

adopteerde voor een deel de Europese stijl.¹¹ In deze thesis zal in dit geval naar de Nederlandse situatie worden gekeken.

Een van de eerste grote artikelen over aardewerk in de wereldgeschiedenis werd door historicus Robert Finlay geschreven. In zijn artikel 'The Pilgrim Art: The Culture of Porcelain in World History', toont hij aan dat de culturele impact van het Chinese porselein van mondiaal belang is.¹² De transculturele uitwisseling van dit Chinese porselein is hierbij een van de belangrijkste functies.¹³ Stacey Pierson poneert een gelijksoortige stelling in haar artikel over de mobiliteit van Chinese keramiek. Ook hier staat aanpassing van dit bewegende keramiek centraal. Zo stelt ze dat een benadering die louter kijkt naar keramiek als commoditeit niet genoeg is. De aanpassingen die door handel worden veroorzaakt hebben vaak een sociale en culturele oorsprong. Ze schrijft in haar artikel hierover het volgende:

Considering Chinese ceramics simply as commodities is somewhat one-dimensional as it does not recognize another fundamental aspect of both the circulation and consumption of these goods, which is that they were traded in bulk but consumed by individuals, thus they were experienced as objects or "material culture."¹⁴

Methodologisch zal dit onderzoek aanleunen tegen de methode *material culture studies*, een aanpak die bijvoorbeeld Giorgio Riello, Karen Harvey en Anne Gerritsen gebruiken. Deze methode integreert het object, in dit geval het aardewerk en analyseert dit object in zijn dagelijkse gebruik. *Material culture studies* laten zien dat gebruiksubjecten uit het verleden een nieuwe licht kunnen werpen op ideeën over grote processen die zich voor hebben gedaan in de geschiedenis, zoals in het koloniale verleden.

Deze thesis koppelt daarom enerzijds de methode van materiële cultuur aan anderzijds postkoloniale concepten. Voorwerpen van alledag kunnen de relatie tussen de koloniatoren en de gekoloniseerden blootleggen. Dit is nog steeds, zoals Peter van Dommelen beargumenteerd, een zelden erkend onderzoeksveld. Deze 'contact zones', zoals Van Dommelen deze verbindingen noemt, zijn het raamwerk van het dagelijkse koloniale leven en koloniale interactie in het algemeen.¹⁵ Meer aandacht voor dit verband in beide onderzoeksgebieden kan het bereik van de media waarin koloniale situaties worden vertegenwoordigd uitbreiden. Aan de andere kant kan vanuit het oogpunt van materiële cultuurstudies, de postkoloniale theorie mogelijkheden bieden om het gebied van het kolonialisme te verkennen en kan het innovatieve conceptuele instrumenten leveren om te kijken naar concepten als globalisering.¹⁶

¹¹ Magee en Thompson, *Empire and globalisation: networks of people, goods and capital in the British world, c. 1850*, 161.

¹² Robert Finlay, 'The Pilgrim Art: The Culture of Porcelain in World History', *Journal of World History*, 9 (1998), 2, , 141-187, aldaar 143.

¹³ Finlay, 'The Pilgrim Art: The Culture of Porcelain in World History', 177.

¹⁴ Stacey Pierson, 'The movement of Chinese Ceramics: Appropriation in Global History', *Journal of World History*, 23 (2012), 1, 9-39, 12.

¹⁵ Peter van Dommelen, 'Colonial Matters, Material Culture and Postcolonial Theory in Colonial Situations', in Chris Tiley, Webb Keane, Susanne Kuechler-Fogden, *Handbook of Material Culture* (Londen, 2006), 104-124, aldaar 112.

¹⁶ Van Dommelen, 'Colonial Matters, Material Culture and Postcolonial Theory in Colonial Situations', 120.

In de komende hoofdstukken van deze thesis zal ik eerst proberen te construeren door wie het Maastrichtse export aardewerk werd gemaakt en voor wie Regout dit aardewerk maakte. In het tweede hoofdstuk zal ik kijken naar de redenen waarom dit aardewerk zo populair was in Nederlands-Indië en wat de rol van dit Europese netwerk van concurrerende bedrijven was. Hierbij zal gekeken worden naar reisverslagen van keramiek handelaren om deze concurrentie in kaart te brengen. Daarnaast geven de verkoopboeken en de Maastrichtse keramiek decors een inzicht in de vraag van de Indonesische markt eind negentiende eeuw. Het laatste hoofdstuk geeft een verklaring voor hoe de functie van dit aardewerk veranderde van Maastrichts export aardewerk voor dagelijks gebruik in heilige objecten van decoratie in oude tempels op het eiland Bali en een deel van Oost-Java. Met behulp van oude archeologische verslagen van Nederlandse wetenschappers wordt er in dit hoofdstuk getracht de functie van deze schotels in tempels te achterhalen. Deze thesis onderzoekt de wederzijdse beweging tussen kolonie en metropool en onthult deze verborgen relatie tussen twee landen rondom de consumptie van Maastrichts aardewerk.

1. Productie: Maastrichts keramiek met internationale ambities

Het Maastrichts keramiek was in veel opzichten een product van de moderne negentiende eeuw. Vanaf de jaren zeventig van de negentiende eeuw begint in Nederland de opmars van het kapitalisme en het consumentisme. De grote industrieën en multinationale ondernemingen dateren vrijwel alle van het laatste kwart van de negentiende eeuw.¹⁷ In dit eerste hoofdstuk van deze thesis wordt ten eerste een cultuurhistorisch beeld geschetst van de Maastrichtse keramiekfabrieken. Door en voor wie werd het Maastrichtse exportaardewerk gemaakt? Twee belangrijke concepten hier zijn de negentiende -eeuwse burgerlijke cultuur en het concept van globalisering. Het sociale leven van het Maastrichtse exportkeramiek begint met het ontstaan van deze fabrieken. De kennis en de techniek van het productieproces zijn onderdeel van de totstandkoming van deze commoditeiten. Immers zonder het inwinnen van deze kennis over de productie en distributie zou het grote succes van de Maastrichtse fabrieken uit zijn gebleven. Het Maastrichtse keramiek was in veel opzichten een product van de moderniteit. De definitie die Jeremy Prestholdt hier aangeeft is in dit opzicht wel van toepassing. Hij stelt namelijk in zijn artikel *Cosmopolitanism and Domestication- Consumer Imports in Zanzibar* dat moderniteit een ideologische perceptie werd toen de wereld in de negentiende eeuw dieper verweven werd met elkaar. Het geeft echter een eenzijdig westers beeld waarin andere wijzen van perceptie, materiële uitwisseling en economische uitwisseling worden uitgesloten.¹⁸ Mede door een nieuwe vraag naar massa geproduceerd keramiek in Zuidoost Azië pasten de Maastrichtse keramiekfabrieken het keramiek aan de buitenlandse smaak aan. De transculturele connectie die hierdoor tot stand kwam geeft een nieuw beeld in de relatie tussen Nederland en de voormalige Nederlandse kolonie, Indonesië.

Het hoogtepunt van het succes van de Maastrichtse keramiekfabrieken ligt rond de eeuwwisseling. Het verhaal van Petrus Regout en zijn aardewerk imperium begint vanaf 1836 in Maastricht. Petrus Regout (1801-1878) werd in 1801 geboren en stamde uit een Maastrichtse koopmansfamilie die sinds de zeventiende eeuw actief was in de glas- en aardewerkhandel. Na de dood van zijn vader werd Petrus al op veertienjarige leeftijd van school genomen om zijn moeder in de zaak te helpen. In 1836 stichtte hij een aardewerkfabriek die tot grote bloei zou komen door het Engelse 'creamware' van Wedgwood uit Nederland weg te concurreren.¹⁹ Dit grote succes had echter een keerzijde; Regout was berucht om zijn schaamteloze gebruik van kinderarbeid, wat de directe aanleiding was voor een wet die de fabrieksarbeid van kinderen jonger dan twaalf jaar verbood, het beroemde 'kinderwetje' van Van Houten uit 1874.²⁰

In 1899 werd de naam van het bedrijf, tot dan toe bekend onder de naam Petrus Regout, veranderd in 'Sphinx'. Behalve een enorm assortiment aan huishoudelijk aardewerk produceerde het bedrijf al in het midden van de negentiende eeuw zogenaamd klein

¹⁷ Jan Bank en Maarten van Buuren, *1900: hoogtij van de burgerlijke cultuur*. (Den Haag 2000) 14.

¹⁸ J. Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)* 88.

¹⁹ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'.

²⁰ Ad Knotter, 'Regout, de Sphinx en de sociale geschiedenis: van lieu de mémoire naar historische analyse' in A. Knotter(red.), *Keramiekstad* (Zwolle 2016) 271-297, 271.

sanitair, zoals lampetstellen, nachtpotten en secrettrechters.²¹ Aan het eind van de negentiende eeuw had het bedrijf, inmiddels enorm gegroeid en geleid door de zonen en kleinzonen van de oude Regout, voor niet minder dan 31 exportmarkten handelsmonopolies afgesloten.²² In het kielzog van Regout probeerden andere ondernemers een graantje van de groeiende belangstelling voor de aardewerkproducten mee te pikken. De eerste navolgers waren Winand Clermont en Charles Chainaye, die in 1851 een aardewerkfabriek begonnen, later bekend als Société Céramique. Omstreeks 1900 staken de producten van Société Céramique zowel qua prijs als kwaliteit die van Sphinx naar de kroon. Aan de vooravond van de Eerste Wereldoorlog was Maastricht een echte keramiekstad. De producten van de bedrijven vonden hun weg naar alle delen van de wereld.²³ Het Maastrichtse aardewerk was een exportproduct naar onder andere de Filippijnen, Indonesië, Maleisië, Thailand, Birma, Ceylon en India. Meer dan 60 tot 70 procent van dit Maastrichtse keramiek was bedoeld voor de exportmarkt.²⁴ De massaproductie van deze fabrieken zorgden ervoor dat het gebruik en consumptie niet alleen voor de rijke middenklasse beschikbaar was maar voor een groter deel van de samenleving. Het moderne keramiek was erg aantrekkelijk door het lichte en kleurrijke tafelwaar.²⁵

Het sociale leven van dit Maastrichtse keramiek begint in Maastricht. Het concept 'kennis' over de productie en distributie van dit exportkeramiek, zoals Appadurai stelt, is evident voor de levensgeschiedenis van objecten. In de status van productie is de uniforme betekenis van, in dit geval, het exportkeramiek het grootst. De status van commoditeit is hier in het begin van het sociale leven.²⁶ Bij het sociale leven van het Maastrichtse keramiek werden verschillende technieken toegepast om deze distributie en productie zo groot en succesvol te laten worden. De aardewerkfabrieken voerden dan ook een zeer uitgebreid assortiment, dat voor een belangrijk deel bestond uit eenvoudig, niet-gedecoreerd, wit aardewerk, bedoeld om het volk te voorzien. Deze kennis over nieuwe aardewerk- en decoratietechnieken werden voor het grootste deel overgenomen van Engelse en Duitse keramiekfabrieken. Hier bestond een zekere kennisuitwisseling tussen deze Europese aardewerkfabrieken. Zo werden Engelse ontwerpers en vervaardigers betaald om in Maastricht hun decoratietechnieken te komen toepassen.²⁷ In de loop van de tijd wordt het scala aan decoratietechnieken steeds uitgebreider. Zo begon men in Maastricht omstreeks 1840 met het toepassen van de techniek van de drukdecors. Het gebruik van plakprentjes of decalcomanieplaatjes betekende niet alleen tijdsbesparing bij het aanbrengen van de decoraties, maar maakte het ook mogelijk meer gedetailleerde en meerkleurige voorstellingen op het aardewerk aan te brengen. Al vóór de Eerste Wereldoorlog kwam ook het decoreren met behulp van sjablonen in gebruik. Vanaf het begin was het zogenaamde Boerenbont de meest populaire van deze patronen. Dit ontwerp, dat wordt gezien als

²¹ Sociaal Historisch Centrum Limburg, 'De Maastrichtse Aardewerkindustrie' (versie 4 april 2006) <http://shcl.x-cago.com/shcl/> (geraadpleegd op 20 juni 2016).

²² Sociaal Historisch Centrum Limburg, 'De Maastrichtse Aardewerkindustrie'.

²³ Ibidem.

²⁴ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'.

²⁵ Ibidem.

²⁶ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 41.

²⁷ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'.

'typisch Nederlands' door de landelijke bloemmotieven, refereert naar het 'Hollandse platteland'. Het motief werd echter in eerste instantie ontwikkeld in Groot-Brittannië.²⁸

Daarnaast is ook de vraag (demand) naar de commoditeit een onderdeel in het sociale leven van dingen. Zo stelt Appadurai dat de vraag naar commoditeiten wordt gereguleerd door verschillende 'smaakmakers/ trendmakers' mechanisme.²⁹ Het Maastrichtse keramiek was dan ook zo succesvol doordat het assortiment per markt werd aangepast. Daarnaast geeft het uitgebreide assortiment aan leverbare patronen aan dat de populariteit bijzonder is groot geweest.³⁰ Deze patronen werden geselecteerd voor een zo breed mogelijke markt. Bloemmotieven, landschappen, genrestukken, patronen die gebaseerd waren op Chinese en Japanse decoraties en patronen die gebaseerd waren op het Delfts-blauw tonen dit aan.³¹ Deze eclectische mix aan patronen werd niet alleen veel toegepast op keramiek maar was ook een cultureel fenomeen aan het einde negentiende eeuw. Het was algemeen kenmerkend voor de kunstnijverheid van de negentiende eeuw. Na de strenge eenvoud van het neoclassicisme en de Biedermeiertijd ontstond een behoefte aan decoratie waarbij men niet alleen teruggreep naar verschillende historische stijlen maar ook op de toen populaire exotische culturen zoals die van de toenmalige kolonie Indonesië.³²

Deze nieuwe stijl hangt aan de ene kant samen met ideeën van Nederlandse kunstenaars, architecten en schrijvers die een bezinning op de maatschappelijk functie van de kunst wilden bewerkstelligen. Het was een kritiek op de moderne kapitalistische maatschappij.³³ De nieuwe generatie architecten ging zich bijvoorbeeld oriënteren op landelijke bouwkunst in het noordwesten van Europa of op exotische woningbouw en monumentale religieuze architectuur in Oost- en Zuidoost-Azië of in Egypte.³⁴ In de literatuur werd tevens deze oriëntatie en relatie tussen oost en west beschreven. Het concept oriëntalisme, dat Edward Saïd introduceerde in de jaren tachtig, biedt hier veel houvast. Het oriëntalisme is de westerse perceptie van de Oriënt of het verre oosten.³⁵ Mary Kemperink stelt dat in de Nederlandse fin de siècle-literatuur, Indonesië en zijn bewoners op twee manieren werden gestereotypeerd. Allereerst als een representatie van een primitieve cultuur waaraan zowel de positieve noties verbonden werden als 'krachtig' en 'gezond' en de negatieve van 'wild' en 'dierlijk'. Uit deze interpretatie spreekt angst voor degeneratie van het eigen westerse ras, een angst die door de gespannen koloniale verhoudingen nog eens werd aangewakkerd. Daarnaast laat deze benadering van Indonesië en van de inlanders

²⁸ Ibidem.

²⁹ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 33.

³⁰ Serge Langeweg, 'De techniek van het versieren: het decoreren van aardewerk bij Regout/Sphinx en Société Céramique in Maastricht', onderdeel van symposiumbundel van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg 12 oktober 2006, 7.

³¹ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'.

³² Marie-Rose Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk 1850-1900* Petrus Regout, Société Céramique, Clermont & Chainaye, Guillaume Lambert, F. Regout (Lochem 1992) 101.

³³ Bank en van Buuren, *1900: hoogtij van de burgerlijke cultuur* 156.

³⁴ Ibidem 144.

³⁵ Edward Saïd, *Orientalism* (1978 London) 1.

een grote mate van fascinatie zien voor de geheimzinnige schoonheid en de occulte sfeer van het oosten.³⁶

Aan de andere kant was het benadrukken van het exotische ook een gevolg van de imperiale politieke ontwikkeling in Europa. In Nederland was dit gericht op de Nederlands-Indische en de Caraïbische koloniën. Op verschillende wereldtentoonstellingen (tussen 1883-1931) gaf Nederland dan ook een exotisch beeld van de natie.³⁷ De eeuwwisseling was de periode van de 'ethische politiek'. De vestiging van het koloniaal gezag ging gepaard met een beschavingsoffensief, dat de opbouw van een gezondheidszorg met zich meebracht en van westers onderwijs voor de inheemse bevolking, maar ook meer bestuurlijk toezicht en belastingen. In economisch opzicht was het Nederlandse imperialisme vooral bepaald door expansie van commerciële en industriële investeringen, niet alleen op Java maar ook op Sumatra en in de Buitengewesten, die vanaf 1870 voor het particuliere kapitaal waren opengelegd. Deze expansie werd grotendeels aangestuurd door de koopmanselite in de grote Hollandse steden.³⁸ Deze combinatie van enerzijds de behoefte aan eclectische en exotische vormgeving van gebruiksvoorwerpen en anderzijds de politieke situatie waarin Nederland en Indonesië verkeerden, maakten dat het Maastrichtse keramiek goed paste binnen de culturele en politieke ontwikkelingen van Nederland eind negentiende eeuw.

Het grote economische succes van Regout en de Société Céramique is grotendeels te danken aan de enorme markt voor deze producten in Nederlands-Indië. Nadat de Nederlandse Oost-Indische Compagnie werd stilgelegd in 1799, werd dit gebied gestaag gekoloniseerd door het Nederlandse gezag. In 1824 richtte Koning Willem I de Nederlandse Koophandels Maatschappij op om de handel en de industrie van het Nederlandse imperium te stimuleren. De export van het keramiek bleef niet beperkt tot Nederland-Indië. Na de opening van het Suezkanaal in 1868 exporteerden de Maastrichtse fabrieken ook naar grote delen van Noord-Afrika en het Midden-Oosten. Meer dan 60 tot 70 procent van de productie was uiteindelijk voor de exportmarkt bestemd.³⁹

Deze Nederlandse wereldhandel kan eind negentiende eeuw in een bredere Europese context worden gezien. Een van de meest voor de hand liggende krachten achter deze versnelde globalisering in de negentiende eeuw waren revolutionaire ontwikkelingen in transport en communicatie. Daarnaast waren ook het imperialisme en kolonialisme van de Europese landen een stuwende kracht achter de globalisering. De rol van handel was dan ook, volgens Peter Stearns, niet simpelweg een kwestie van volume van producten maar had ook politieke doeleinden.⁴⁰ Het concept van deze globale mobiliteit ziet Valeska Huber in haar boek *Channeling Mobilities* als een van de grootste drijfveren achter de negentiende-eeuwse moderniteit. Zo stelt zij dat de opening van het Suez Kanaal in 1869 een nieuw tijdperk van 'nieuw imperialisme' markeert waarin de Europese machtsverhoudingen

³⁶ Mary Kemperink, *Het verloren paradijs – De literatuur en de cultuur van het Nederlands Fin de siècle*. (Amsterdam 2001), 85.

³⁷ Bank en van Buuren, *1900: hoogtij van de burgerlijke cultuur*, 91.

³⁸ Ibidem, 93.

³⁹ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'..

⁴⁰ Peter Stearns, *Globalization in World History*, (London 2010), 98.

scherper naast elkaar komen te staan door middel van onder andere internationale commerciële competitie en mobiliteit van objecten en informatie.⁴¹

Het Maastrichtse keramiek was dus in veel opzichten een product van de moderniteit.⁴² Zo zou er gesteld kunnen worden dat de aanpassingen die Maastrichtse keramiekkabrieken deden om het aardewerk naar buitenlandse mode te decoreren een wijze is waarbij er wel degelijk een transculturele connectie tot stand komt omdat er wordt afgeweken van het eenzijdige westerse beeld. Hierbij richtte Regout zich vooral op de Nederlandse koloniën en maakte hij ook speciale decors voor het internationale publiek. Hij oriënteerde zich in het speciaal op de Nederlandse kolonie Nederlands-Indië, het huidige Indonesië. De omvang van dit afzetgebied was zo aanzienlijk dat het lucratief was daarvoor een speciaal assortiment op te bouwen. Het Regout-aardewerk dat voor Indonesië was bestemd vormt dan ook een duidelijk te onderscheiden groep.⁴³ Het uiterlijk van dit aardewerk, voor de Nederlands- Indische markt werd door Regout gebaseerd op voorbeelden die hij in Nederlands-Indië tegenkwam.⁴⁴

In het volgende hoofdstuk zal dieper worden ingegaan op dit specifieke uiterlijk van het export aardewerk. Wat was de wisselwerking tussen de gevonden voorbeelden in Nederlands-Indië en de eigen voorstelling van Oosterse motieven? En wat was het aandeel van andere export aardewerkbedrijven die naar Nederlands-Indië exporteerden? De Nederlandse aardewerkfabrieken hadden bepaald geen alleenrecht op export naar Nederlands-Indië. De Britten, waaronder met name de Schotse firma J. & M.P Bell & Co. te Glasgow, waren geduchte concurrenten.⁴⁵ Zowel in het Nederlandse als het Engelse geval is er sprake van globale handel. Daarnaast speelt het ook imperialistische of koloniale aspect ook een belangrijke rol. In het volgende hoofdstuk zal dit concept van koloniale handel verder worden uitgewerkt en zal worden gekeken in hoeverre dit van toepassing was op het Maastrichtse aardewerk.

⁴¹ Valeska Huber, *Channelling Mobilities: Migration and Globalisation in the Suez Canal Region and Beyond, 1869-1914*, (Cambridge 2013), 15.

⁴² Presholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)*, 88.

⁴³ Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk 1850-1900*

Petrus Regout, Société Céramique, Clermont & Chainaye, Guillaume Lambert, F. Regout, 91.

⁴⁴ *Ibidem* 93.

⁴⁵ *Ibidem* 96.

2. Distributie: De negentiende-eeuwse Europese keramiekhandel als een kosmopolitisch netwerk

Het vorige hoofdstuk schetst de historische context van de Maastrichtse keramiekbedrijven in de negentiende eeuw. Het werd duidelijk dat dit succes van de keramiekkabrieken zowel binnen de politieke als culturele context pasten van Nederland in de negentiende eeuw. Maar hoe was Maastrichts aardewerk verbonden met de globale connecties eind negentiende- en begin twintigste eeuw? En in het speciaal de koloniale connectie tussen Nederland en Nederlands-Indië? In dit hoofdstuk zal de geschiedenis van Regout en Société Ceramique in een globaler perspectief komen te staan waarbij het concept van de negentiende-eeuwse globalisering een de van centrale uitgangspunten is. Hoe werd dit Maastrichtse keramiek verscheept en door wie? Wat was het aandeel van andere export aardewerkbedrijven die naar Nederlands-Indië exporteerden? Ten slotte wordt er in dit hoofdstuk geanalyseerd hoe en of koloniale doeleinden een invloed hebben gehad op het feit dat deze Maastrichtse schotels op zo een grote schaal werden verscheept naar Indonesië. Het sociale leven van deze schotels gaat dus van de Maastrichtse fabrieken naar Indonesië. De gebruiksstatus van deze schotels verschuift daarbij van productie naar commoditeit, een consumptie waar.⁴⁶ Het concept ‘kennis’ over de productie en distributie van dit exportkeramiek is, zoals Appadurai stelt, ook hier evident voor de levensgeschiedenis van objecten.⁴⁷ Tijdens de productie en distributie is het Maastrichtse keramiek een massaproduct, gefabriceerd voor de buitenlandse markt. De productie werd daarmee aangepast aan de behoefte van consument in de Nederlandse kolonie.⁴⁸

Zoals in hoofdstuk   n al werd beschreven is hier het concept van de negentiende-eeuwse globalisering en kolonisatie een van de grote aanjagers. Hierin past ook het verhaal van het Maastrichtse keramiek. Na 1799, wanneer Verenigde Oost-Indische Compagnie wordt opgeheven, wordt Indonesië bij Nederland ingelijfd als eigen kolonie. Nederlands-Indië was niet alleen meer een belangrijke handelspost maar voorzag nu de metropool van ruw materiaal.⁴⁹ Net als andere imperiale mogendheden in die tijd werd de rijkdom van de metropool ontleend aan de groeiende export van metropool naar kolonie.⁵⁰ In het geval van het Maastrichtse keramiek reisde dit keramiek de hele wereld over en het Maastrichtse bedrijf paste de vormgeving zo aan dat het keramiek een gewild product bleef. Een van de grootste afnemers van het Maastrichtse keramiek was de voormalige kolonie Indonesië.

Hierin was het bedrijf echter niet de enige speler in het veld. Duitse, Franse en Engelse bedrijven waren de concurrenten. Het Sphinx-bedrijf ontwikkelde zich tussen het eind van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw tot een bedrijf met een zeer efficiënte productie en agressieve marketing wat resulteerde in een grote afnamemarkt. Het aardewerk van betere kwaliteit werd vooral gemaakt voor de buitenlandse markt. Het

⁴⁶ Appadurai, ‘Introduction: commodities and the politics of value’, 13.

⁴⁷ Ibidem, 41.

⁴⁸ Ibidem, 42.

⁴⁹ Floor en Otte, ‘European Ceramics for the East’.

⁵⁰ Magee en Thompson, *Empire and globalisation: networks of people, goods and capital in the British world, c. 1850* 117.

aardewerk werd verscheept via Nederlandse en Duitse scheepsbedrijven. De meeste producten van de Sphinx werden geconcentreerd in de Nederlandse koloniën, waar borden en kommen erg in trek waren.⁵¹ Reisverslagen van handelaren maken inzichtelijk hoe deze markt zich ontwikkelde. Zo wordt er via Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Antwerpen en Hamburg keramiek verscheept naar Soerabaya, Semarang en Batavia. Deze reisverslagen werden meerdere malen per jaar verstuurd naar het Maastrichtse bedrijf. Wat opvalt is dat in deze correspondentie tussen de exporteur van een handelsmaatschappij en de Regoutfabriek steeds dezelfde handelsmaatschappijen terugkomen zoals: Hijmans en Veenendaal, Koning, Sutorius en Co' en van Overzee.⁵² In deze reisverslagen wordt duidelijk hoe groot de concurrentie onderling was. In een verslag uit 1901 beschrijven de exporteurs de concurrentiestrijd tussen Regout en Société Céramique. Daarnaast onderstrepen exporteurs ook telkens weer dat de kosten zo laag mogelijk moeten worden gehouden voor de "inlander". Het blijkt dus dat deze handel zich richtte op een breed consumentenpubliek waarbij de elite en de inheemse Indonesische bevolking dit keramiek kocht. Dit wordt tevens duidelijk in de bijzonder uitgewerkte prijslijsten van Société Céramique voor het exportgebied van Nederlands-Indië.⁵³ Dat de Nederlandse aardewerkfabrieken bepaald geen alleenrecht hadden op export naar Nederlands-Indië wordt al snel duidelijk. In juni 1905 schrijft een Amsterdamse exporteur in een reisverslag aan de firma Regout: "Over het algemeen genomen, waren de klanten nogal tamelijk gelaten over de levering. Dit zal wel daarom komen, dat het bij andere fabrieken niet beter gesteld is dan bij ons. De verhoging der borden met 10% had ons geen voordeel gedaan, meenden men en gaf de Duitse concurrentie gelegenheid om orders te krijgen."⁵⁴

Naast de Duitse keramiekbedrijven waren ook de Franse en Britse bedrijven, waaronder met name de Schotse firma J. & M.P Bell & Co. te Glasgow, belangrijke concurrenten. In dit onderzoek beperk ik mij tot een vergelijking tussen Regout in Maastricht en de Bell & Co. te Glasgow. Bell was evenals de Maastrichtse bedrijven pas halverwege de negentiende eeuw opgericht. Ook Bell zocht nieuwe afzetgebieden en vond die in Azië waar onder meer in Surabaya, Manila en Batavia agentschappen werden opgezet.⁵⁵ Groot-Brittannië had in de negentiende eeuw een enorme keramiek traditie die zich vanaf deze periode ook gaat richten op de Aziatische wereld. Engelse aardewerkfabrieken exporteerden, traditioneel gezien, hun producten naar continentaal Europa en Noord-Amerika. Maar na 1840 nam deze vraag naar aardewerk af bij deze Europese en Noord-Amerikaanse middenklasse consumenten en werd het moderne porselein populair. De Engelse aardewerkfabrieken vonden hun nieuwe consumenten in de Islamitische wereld wat samenhang met de kolonisatie van deze islamitische landen door Groot-Brittannië. Vanaf 1860, begonnen Schotse aardewerkfabrieken wereldwijd met exporteren, in het speciaal naar Zuidoost-Azië. De meeste succesvolle aardewerkfabrikanten waren de gebroeders Bell

⁵¹ Barbara Harrison, *Later Ceramics in South-East Asia* (New York 1996), 97.

⁵² Archief Sociaal Historisch Centrum voor Limburg (SHCL) 1899-1913, EAN_1012, 2152, Reisverslagen van bezoeken aan exporteurs, voornamelijk te Amsterdam, Rotterdam en Venlo.

⁵³ Archief SHCL, 1899-1920, EAN_1013, 476-480, Prijslijsten Nederlands-Indië.

⁵⁴ Archief SHCL, 1899-1913, EAN_1012, 2152, Reisverslagen van bezoeken aan exporteurs, voornamelijk te Amsterdam, Rotterdam en Venlo.

⁵⁵ Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk 1850-1900*

Petrus Regout, Société Céramique, Clermont & Chainaye, Guillaume Lambert, F. Regout 94.

uit Glasgow. De ‘Bell-company’ was dan ook een grote concurrent van de Maastrichtse bedrijven, de Sphinx-regout en Société Ceramique. De handel naar Zuidoost-Azië bleek, net als bij de Maastrichtse bedrijven, zo lucratief dat er aparte stijlen werden ontworpen naar de lokale smaak.⁵⁶ Tussen 1887 en 1906 waren er 37 verschillende stijlen die speciaal werden gemaakt voor deze markt. Daarnaast werd ook dit serviesgoed vertaald in het Maleis-Arabisch onder het merk van de ‘Bell-company’. Tevens kreeg dit serviesgoed ook lokale namen zoals Jahore, Batavia, Peking en Borneo.⁵⁷

Europees keramiek met Islamitische kalligrafie en een boerenbont motief was aan het eind van de negentiende eeuw zeer bekend in het Midden- Oosten, Noord- Afrika en Zuidoost-Azië. De Arabische teksten op het keramiek werden vaak gecombineerd met Europese decoratieve elementen. Dit eclectische geheel was erg populair in de Islamitische wereld. Een ander dessin dat vooral populair was in Maleisië en Indonesië was het arabeske teken van de halvemaan en ster die in het midden van de schotel was geschilderd. De decoraties van deze borden, meestal bladeren en bloemmotieven, waren handgeschilderd op ongeglazuurd aardewerk in verschillende felle kleuren. Dit bloemenmotief, ook wel boerenbont genoemd, was Europees maar bleek ook erg populair te zijn in de Islamitische en Zuid-Aziatische wereld. Het meeste keramiek dat naar de Islamitische delen van de wereld werd geëxporteerd bestond uit borden en grote schotels omdat de eigenaren van deze bordjes gewend waren te eten van gemeenschappelijke borden.⁵⁸ Deze verschillende soorten keramiek werden bijvoorbeeld in prijzencouranten die per regio werden uitgegeven heel systematisch gepresenteerd.⁵⁹

Chinese fabrikanten produceerden vooral kommen die gemaakt waren voor het eten van voedsel met eetstokjes. Deze waren dan ook niet geschikt voor mensen die het eten met de hand aten. Europese soepborden waren echter de juiste vorm door de hoge rand.⁶⁰ Het wordt duidelijk dat het Maastrichtse keramiek dat naar Zuidoost-Azië werd getransporteerd specifieke uiterlijke kenmerken had. Het gedrukte Nederlandse waar was vooral bedoeld voor de Europese markt, daarentegen was het handgeschilderde en spons-gedrukte keramiek zowel voor de Europese als de Zuidoost Aziatische markt bedoeld. Deze handgeschilderde en spons-druktechniek waren makkelijk na te maken waardoor keramiekbedrijven in Engeland, Duitsland en Frankrijk deze techniek al snel overnamen. Daarnaast, zo stelt Harrison, was het niet zozeer het individualistische design van deze borden maar juist het gebruik van simpele kleuren in de vormgeving die deze borden zo populair maakte, zowel in Europa als in Zuidoost-Azië.⁶¹

In prijzencouranten voor Indonesië van Société Ceramique en Petrus Regout werd uitvoerig beschreven uit welke soort aardewerk kon worden gekozen.⁶² In de Prijzen Courant van Société Céramique kon er een keuze worden gemaakt tussen verschillende typen

⁵⁶ Floor en Otte, ‘European Ceramics for the East’.

⁵⁷ Christie's South Kensington, *From Scotland to South East Asia and Beyond: The Edwin Robertson Collection of Bell Export Pottery*, (South Kensington 2007) 3.

⁵⁸ Harrison, *Later Ceramics in South-East Asia* 96.

⁵⁹ Archief SHCL, 1899-1920, EAN_1013, 476-480, Prijslijsten Nederlands-Indië.

⁶⁰ Floor en Otte, ‘European Ceramics for the East’.

⁶¹ Harrison, *Later Ceramics in South-East Asia*. 96.

⁶² Archief SHCL, 1899-1920, EAN_1013, 476-480, Prijslijsten Nederlands-Indië.; Archief SHCL 1917-1937, EAN_1012, 2279, order en bestellingsboeken Nederlands Oost-Indië.

kommen, rijstborden, theegoed en theepotten. Deze konden vervolgens worden voorzien van verschillende decors met namen zoals Alpine; Bali; Goudkust; Awa en Ceres.⁶³ De omstandigheden in Maastricht en in Glasgow leken erg op elkaar. Zowel in Maastricht, als in de fabriek in Schotland was het gebruikelijk om borden te produceren die werden vernoemd naar de regio van de voorbestemde verkoop. 'Timor' en 'Soemba', beide eilanden in Indonesië, zijn hiervan twee voorbeelden.⁶⁴ Dat de naam en het dessin van deze borden in beide landen hetzelfde is, is niet toevallig. Vaak kwamen niet alleen de namen overeen maar ook design van schotels van de verschillende bedrijven. Dit kwam doordat de vormgevers onafhankelijke personen waren die hun design verkochten aan de hoogste bidder.⁶⁵ Wat dus interessant is, is dat het bord een bepaalde naam werd gegeven die werd geassocieerd met die plek. Dit blijkt ook uit de bevindingen van archeologe Jennifer Barry. Zij beschrijft namelijk dat deze geografische plaatsen en Maleisische namen werden gebruikt door exporteurs voor de patroonnamen. Daarnaast werd inspiratie voor de vormgeving van deze borden ontleend aan lokaal fruit, bloemen, vogels en mythologische wezens en symbolen uit de, in dit geval, Indonesische cultuur.⁶⁶

Door het concept van toe-eigening te gebruiken zoals Stacey Pierson in haar artikel doet, wordt duidelijk dat hier ook een vorm van toe-eigening wordt toegepast.⁶⁷ Deze toe-eigening is namelijk de vormgeving van een Europees keramieken schotel zo aanpassen dat het in de smaak valt in Indonesië. Daarnaast is ook hier het begrip kennis essentieel. De ontwerpers van deze decors moeten dan ook een goed ontwikkeld begrip hebben gehad voor de markt in Zuidoost-Azië, in het speciaal Indonesië. Hoe zij aan deze succesvolle inzichten kwamen is moeilijk af te lezen uit bronnen die beschikbaar zijn. Wellicht waren het Aziatische ambachtslieden die zich lieten betalen door Europeanen. Dit is echter niet met zekerheid te zeggen. Het artikel van Pedro Machado pleit ervoor juist te kijken naar de inheemse beïnvloeding van handel.⁶⁸ Daarnaast blijkt ook uit het artikel van Barbara Harrison dat er een duidelijke groei was van vraag naar deze Europese exportborden in Islamitische landen in de tweede helft van negentiende eeuw.⁶⁹ Het is natuurlijk de vraag of dit door imperialistische aspecten te verklaren is of dat de ontwerpen van de Europese fabrieken duidelijk beantwoordden aan de behoeften de Islamitische bevolking. In ieder geval geeft deze onderlinge handelscompetitie wel een beeld van, zoals Huber stelt, het tijdperk van 'nieuw imperialisme' waarin de Europese machtsverhoudingen scherper naast elkaar komen te staan door middel van onder andere internationale commerciële competitie en mobiliteit van objecten en informatie.⁷⁰

⁶³ Archief SHCL, 1899-1920, EAN_1013, 476, prijslijst Société Céramique 1906.

⁶⁴ Harrison, *Later Ceramics in South-East Asia*, 98.

⁶⁵ Ibidem, 91.

⁶⁶ Jennifer Barry, *Istana Kampong Glam. Archeological excavations at a Nineteenth Century Malay Poems in Singapore*, (Stamford 2009) 35.

⁶⁷ Pierson, 'The movement of Chinese Ceramics: Appropriation in Global History', 14.

⁶⁸ Machado, 'Cloths of a new fashion: Indian ocean networks of exchange and cloth zones of contact in Africa and India in the eighteenth century and nineteenth century', 83.

⁶⁹ Harrison, *Later Ceramics in South-East Asia*, 96.

⁷⁰ Huber, *Channelling Mobilities: Migration and Globalisation in the Suez Canal Region and Beyond, 1869-1914*, 15.

In zowel het Nederlandse als het Engelse geval is er sprake van globale handel. Daarnaast speelt ook het imperialistische of koloniale aspect zeker mee. In het boek *Empire en Globalization* van Gary Magee en Andrew Thompson wordt er aandacht besteed aan de koloniale aspecten van globalisering van Groot-Brittannië. Deze situatie zou in het Maastrichtse geval ook kunnen worden toegepast. Gary Magee en Andrew Thompson stellen namelijk vast dat de snelst groeiende export van de Britse-metropool in de negentiende eeuw die richting de koloniën was. De grote vraag in deze studie is dan ook waarom deze Britse producten en massa naar de koloniale consument werden verscheept terwijl de internationale markt vrij verkeer toeliet. Zij concluderen dat dit voor een groot deel kwam door de gecompliceerde en gelaagde connecties tussen de kolonie en metropool.⁷¹ Niet alleen kolonisten consumeerden de producten uit de metropool maar ook de inheemse bevolking adopteerden voor een deel de Europese stijl.⁷² Dat Regout en Société Céramique zulke grote financiële successen konden behalen was voor een groot deel te danken aan de imperiale situatie van de negentiende eeuw. Ten eerste omdat de koloniale handel op deze manier mogelijk werd gemaakt. Ten tweede omdat de rol van de Nederlandse Handelsmaatschappij steeds groter werd en deze vanaf 1824 openlijk gesteund werd door de Nederlandse koning Willem I.⁷³

Echter in het artikel 'A Soft Touch', tevens van Gary Magee en Andrew Thompson wordt de complexe relatie tussen kolonie en metropool verder uitgewerkt op het gebied van koloniale handel.⁷⁴ Gary Magee en Andrew Thompson laten zien dat de koloniale markt niet simpelweg een culturele wisselwerking is tussen kolonie en metropool. De waarde van geld was zowel belangrijk voor koloniale consumenten als de metropool consumenten. Competitie van andere landen speelden dus wel degelijk een rol.⁷⁵ Daarnaast blijkt het ook moeilijk te verifiëren wat het directe effect was van de koloniale overheersing op deze consumenten. Het laat zich dan ook moeilijk aflezen in bronnen en is per industrie verschillend geweest.⁷⁶ In het geval de Maastrichtse bedrijven gaat ook deze theorie op. Aan de ene kant werd er wel degelijk voor een mondiale markt geproduceerd. Met de opening van het Suez Kanaal profiteerde ook de Maastrichtse bedrijven van nieuwe handel met Noord-Afrika en het Midden-Oosten en was zestig tot zeventig procent van de productie bestemd voor export en niet louter voor de koloniale handel. Aan de andere kant werd er ook heel specifiek ingespeeld (ook door de Schotse keramiekbedrijven) op de culturele symbolen van de kolonie Nederlands-Indië door het design, de naam van het decor en het schrift van de merken aan te passen aan de Indonesische smaak. Hieruit blijkt al de gecompliceerde relatie tussen wat imperiale krachten waren en wat een meer kosmopolitische drijfveer is geweest.

⁷¹ Magee en Thompson, *Empire and globalization: networks of people, goods and capital in the British world, c. 1850-1914*, 117.

⁷² Ibidem, 161.

⁷³ Floor en Otte, 'European Ceramics for the East'..

⁷⁴ Gary Magee en Andrew Thompson, 'A Soft Touch? British Industry, Empire Markets, and the Self-Governing Dominions, c. 1870-1914', *Economic History Review* 56 (2003) 4, 689-717, aldaar 691.

⁷⁵ Magee en Thompson, 'A Soft Touch? British Industry, Empire Markets, and the Self-Governing Dominions, c. 1870-1914', 696.

⁷⁶ Magee en Thompson, 'A Soft Touch? British Industry, Empire Markets, and the Self-Governing Dominions, c. 1870-1914', 700.

Om toch tot een conclusie te komen zou ik willen stellen dat uiteindelijk twee concepten hier leidend zijn geweest en dat zijn achtereenvolgens kennis en inheemse zeggenschap. Deze concepten hebben de handel zo succesvol gemaakt. Daarnaast spelen de imperiale machtsverhoudingen omtrent de handelsbedrijvigheid ook een belangrijke rol. De culturele kennis van deze keramiekbedrijven was echter essentieel voor hun succes. Door een speciaal assortiment samen te stellen voor, in dit geval de Indonesische markt, met decors die een zekere herkenbaarheid hadden voor de inheemse bevolking werd dit een succes voor de Maastrichtse keramiek bedrijven.⁷⁷ Daarnaast is ook het inheemse zeggenschap (agency) van de Indonesiërs bepalend geweest voor deze uitwisseling tussen Maastricht en Indonesië. Bij de Indonesiërs was er ook grote vraag naar deze Europese borden. Dit wordt duidelijk in de reisverslagen van de Nederlandse handelaren die pleiten voor goedkope schotels voor de inheemse bevolking.⁷⁸ Als het louter om een koloniale handel ging waar de inheemse bevolking gedwongen werd tot koop dan zou deze opmerking van de Nederlandse handelaren niet nodig zijn geweest.

Het artikel van Jeremy Prestholdt richt zich op het concept van kosmopolitisme. Hierbij staat het idee van interconnectiviteit en zeggenschap centraal. Hij stelt dat de negentiende eeuw niet alleen voor het Westen een idee van het 'moderne' ontwikkelde maar ook, in het geval van zijn artikel, bijvoorbeeld op Zanzibar. De stelling die Prestholdt in zijn artikel poneert over de Zanzibarianen, dat zij op eenzelfde manier als de Westerse bevolking bezig waren zich te definiëren tegenover globale integratie geldt dan ook deels in dit geval.⁷⁹ De Indonesische bevolking had een duidelijke vraag naar deze, weliswaar, aangepaste Europese schotels. De mix van het enerzijds westers uitziende keramiek met Islamitische of Indonesische schrift of vormgeving geeft deze globale integratie aan. In het volgende hoofdstuk zal de sociale leven van deze Maastrichtse schotels weer een levensstadium opschuiven. Het levensstadium verschuift van distributie naar gebruik.

⁷⁷ Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk 1850-1900*

Petrus Regout, Société Céramique, Clermont & Chainaye, Guillaume Lambert, F. Regout, 93.

⁷⁸ Archief SHCL, 1899-1913, EAN_1012, 2152, Reisverslagen van bezoeken aan exporteurs, voornamelijk te Amsterdam, Rotterdam en Venlo.

⁷⁹ Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)*, 116.

3. Gebruik: Van importgoed naar heilige schotels

In het vorige hoofdstuk stond de negentiende-eeuwse globale handel centraal. Maastrichtse keramiekkfabrieken passen hier binnen een Europees netwerk van andere keramiekkfabrieken die elkaars gedegen concurrent waren. De handelsrelatie tussen kolonie en metropool blijkt hier dan ook complexer te liggen dan louter een imperiale relatie. Er kan beter worden gesproken van een transcultureel of kosmopolitische connectie die mede door Maastrichtse borden tot stand kwam.

De reis van (sommige) Maastrichtse schotels gaat verder op Bali en Oost-Java, ingemetseld in de tempels uit de Madjapahit periode. Hoe komt het dat deze werden ingemetseld in tempels en vorstengraven? Appadurai beschrijft in zijn invloedrijke artikel *Social life of Things: commodities in cultural perspective*, hoe commoditeiten, handelswaar, verschillende levensstadia kunnen ondergaan door de waarde die er op een moment aan wordt toegekend. Deze waarde wordt altijd gecreëerd door uitwisseling en verandert per tijd en plek.⁸⁰ De Maastrichtse schotels veranderen van importkeramiek in religieuze voorwerpen ingemetseld in tempels. Daarnaast stelt Appadurai ook dat binnen dit sociale leven van dingen er een bepaalde “path of diversion” is waarin handelswaar verandert door de sociale en cultureel context waarin zij geplaatst is⁸¹ De Maastrichtse schotels ondergaan op Bali en Java ook een “path of diversion”. De schotels worden als het ware aangepast aan de gebruiker. Dit laatste hoofdstuk analyseert het gebruik van deze schotels in Indonesië. Het zoekt een verklaring naar deze verandering in het sociale leven van deze schotels van grootschalige import schotels naar een object van religieuze en magische betekenis.

Zo schrijft de Nederlands- Indische architect P.A.J Moojen in 1926 in zijn boek *Kunst op Bali*, Inleidende studie tot de bouwkunst:

...Maar als men op dezen grond alleen de Chineezzen als aanstichters der, niet in overeenstemming met de dikwijls waardige rust der strenge en regelmatig verdeelde architectuur, bontblauwe bordenversiering wenscht te beschouwen, dan hebben wij ons te houden voor de beoordeling van hen, die na ons komen. Tientallen, ja honderdtallen wellicht, der Chineesch borden werden vernield bij de pogingen, die onze soldaten en andere westerlingen – “barbaren” als zij waren- hebben gedaan, om ze uit de muren te breken. De Baliërs herstelden de beschadigde plaatsen met door Europeesche importhuizen ingevoerde “prachtexemplaren” van Petrus Regout uit Maastricht.⁸²

De Maastrichtse importschotels hadden het Balinese grondgebied bereikt. Maar hoe kwam het dat dit laat-negentiende-eeuwse aardewerk in deze oude tempels terecht kwam? Een deel van het antwoord geeft archeologe Helena van Bommel door te wijzen op de grote aardbeving in 1917 waarbij veel verwoestingen werden aangericht.⁸³ Voor het andere deel was het imperiale beleid van Nederland in Indonesië rond 1900 vooral gericht op het veroveren van invloed en bezit op de gehele Indonesische archipel. De Atjeh-oorlog (1873-

⁸⁰ Appadurai, ‘Introduction: commodities and the politics of value’, 13.

⁸¹ Ibidem, 17.

⁸² Piet Adriaan Jacobus Moojen, *Kunst op bali: Inleidende studie tot bouwkunst* (Den Haag 1926) 154.

⁸³ Van Bommel, ‘Ceramics inserted on walls on Bali’, 62.

1896) markeert het begin van deze periode van de Nederlandse imperiale expansie. Daarna volgt een golf van militaire expedities over de gehele Indonesische archipel: Jambi (1901-1907) en Kerinci (1902-1903) op Sumatra, Ceram op de Molukken (1904), Banjarmasin op Zuidoost Kalimantan (Borneo) (1904-1906), Bone en regio's op Zuid en Centraal Sulawesi (Celebes) (1905-1907), Bali (1906) en Flores (1909).⁸⁴

De vernielingen van de Chinese borden in de tempels op Bali die, zoals P.A.J Moojen treffend beschrijft door "onze soldaten en andere westerlingen – "barbaren" als zij waren-", werden hersteld door (waarschijnlijk) de Balinezen met door Europese importhuizen gefabriceerde schotels, waaronder die van Petrus Regout.⁸⁵ Deze nieuwe functie van het handelswaar laat een nieuwe fase in het sociale leven van de Maastrichtse schotels zien. Het "path of diversion" van deze schotels verandert doordat de sociale en culturele context veranderde op Bali en Java.⁸⁶ De schotels worden als het ware aangepast door de nieuwe gebruiker. Zoals historica Stacey Pierson het treffend beschrijft in haar artikel over Chinees keramiek:

It is possible, therefore, to consider Chinese ceramics and their global movement in a more nuanced, less universalizing manner in which Chinese ceramics are considered not just as objects made from what was considered a special medium almost everywhere but China nor as bulk goods in trade statistics, but as both a concept and a product with localized patterns of consumption and appropriation, in addition to those that have been identified globally.⁸⁷

In het geval van het Maastrichtse keramiek werden deze tijdens het productieproces al aangepast aan de Indonesische smaak. Vervolgens werd dit keramiek op Bali en Oost-Java onder andere gebruikt door de schotels in te metselen in tempels.

Deze toe-eigening op Bali is vooral opmerkelijk door het gebruik van de schotels in oude tempels. P.A.J Moojen verklaart deze ingemetselde borden als een poging tot magische afwering en schrijft hierover:

Wij wezen reeds op de betekenis van het aardewerk als magische afsluiting in zijn toepassing op de toppen van de gebouwen. Hooge eigenschappen worden aan de door het vuur gebakken, dus hard geworden aarde toegekend, de aarde waaruit door de werking van water en vuur- regen en zonnewarmte- alles wordt geboren en voortgebracht, wat voor het materiele bestaan van den mensch van zooveel waarde is. Een poging tot afweer van slechte invloeden kan de oorspronkelijk aanleiding zijn geweest van een gebruik, dat in zijn veelheid en bontheid dikwijls tot een de architectuur ontsierend element is geworden.⁸⁸

Naast dat deze uitspraak van Moojen een verklaring probeert te geven voor het gebruik van deze schotels in deze tempels, geeft hij ook een oordeel over het ontsierende element van deze schotels in architectuur. Uit dit citaat sijpelt dan ook het negentiende-eeuwse

⁸⁴ Elsbeth Locher-Scholten, 'Dutch Expansion in the Indonesian Archipelago around 1900 and the Imperialism Debate', in *Journal of Southeast Asian Studies*, 25(1994), 1, 91-111, aldaar 95

⁸⁵ Moojen, *Kunst op Bali: Inleidende studie tot bouwkunst* 154.

⁸⁶ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 17.

⁸⁷ Pierson, 'The movement of Chinese Ceramics: Appropriation in Global History', 12.

⁸⁸ Moojen, *Kunst op Bali: Inleidende studie tot bouwkunst* 155.

oriëntalistische gedachtegoed dat zo kenmerkend was. Uit zijn verslaggeving is duidelijk de zoektocht te lezen naar de connectie tussen oost en west. Aan de ene kant is Moojen zeer ingenomen met de Indonesische oude architectuur, aan de andere kant oordeelt hij, via de westerse normen, over wat goede architectuur is en wat niet. Dit boek van Moojen laat dus een zeker ambivalentie zien over wat Moojen vindt passen bij de Balinese bouwkunst.

In de jaren twintig van de twintigste eeuw inventariseerden verscheidene experts architecturale restanten op Bali. Veel van deze bouwwerken gingen terug tot elfde eeuw toen Bali onder het Majapahit-rijk viel. Van Bommel analyseert in haar artikel de traditie van in metselen van keramiek in deze Majapahit-tempels. In 1988 voerde zij archeologisch veldwerk uit naar verschillende tempels op Bali.⁸⁹ Zo beschrijft zij ook de herkomst van deze schotels die zowel in China als in de Maastrichtse fabrieken ligt. In haar artikel verwijst zij naar verschillende archeologische verslagen uit het begin van de twintigste eeuw.

Verscheidene Nederlandse wetenschappers en fotografen hebben deze omgevingen op Bali vastgelegd. De eerste die over deze archeologische vondsten schreef was Krause, een dokter van de Nederlandse koloniale dienst, in 1912. In de jaren twintig volgden architect P.A.J Moojen, B. De Haan, Nielsen en fotograaf W. Spies in het verder vastleggen van de Balinese bouwcultuur. Daarnaast zijn er ook verschillende fotografen en toeristen geweest die deze tempels met schoteldecoratie hebben gefotografeerd. Een voorbeeld hiervan zijn verschillende foto's van A.C Dunlop (nu in de collectie van Wereldmuseum) een koopmanszoon uit Rotterdam, waar de schotels in een tempel in Den Pasar, Bali goed te zien zijn. Een ander voorbeeld vinden we in de collectie van het Nationaal Museum voor Wereldculturen te Amsterdam, Leiden en Berg en Dal. Een foto van een Balinese vrouw die poseert bij een tempelpoort in Bangli, Bali, met ingemetselde schotels, laat een exotisch beeld zien van de Balinese cultuur.⁹⁰ Het vastleggen door de Nederlandse wetenschappers en toeristen geeft een nieuwe levensfase weer die gelinkt kan worden aan het negentiende-eeuwse oriëntalistische gedachtegoed. Het idee van het vastleggen van de exotische "ander" en de relatie tussen oost en west staat hierbij centraal.⁹¹ Er kan geconcludeerd worden dat de houding van deze fotografen en wetenschappers nogal gecompliceerd was en op z'n minst ambivalent te noemen. Het is dan ook tamelijk ironisch dat de Nederlandse fotografen aan de andere kant van de wereld deze (Europese) schotels in tempels als 'exotisch' ervaarden.

Bali, een vulkanisch eiland, heeft in het verleden veel aardbevingen en vulkaanuitbarstingen gekend waardoor veel oude gebouwen beschadigd zijn. De tempel Pura Yeh Ganga is hier een uitzondering. Deze tempel, gebouwd in de Javaanse Majapahit periode laat ook deze opmerkelijk schoteldecoraties zien.⁹² Bierens De Haan, de bekende Nederlandse bioloog schrijft in 1921 in een oudheidkundig verslag van Oudheidkundige Dienst in Nederlandsch-Indië het artikel 'De Poera (de tempel) "Yehgange" te Perian in Bali uitgebreid over de oude tempel:

⁸⁹ Van Bommel, 'Ceramics inserted on walls on Bali', 55.

⁹⁰ Collectie Wereldmuseum, ca. 1910, inventarisnummer:418032-1, Foto gemaakt door A.C Dunlop van tempel in Den Pasar op Bali.; Collectie Nationaal Museum voor Wereldculturen van Balinese vrouw bij tempel op Zuid-Bali. (ca. 1915 <http://data.collectienederland.nl/page/aggregation/rijksmuseum-volkenkunde/615519>)

⁹¹ Saïd, *Orientalism* 1.

⁹²Van Bommel, 'Ceramics inserted on walls on Bali', 62.

Niet minder interessant dan een Tampaksiring en van een even groot belang voor de studie van oud-Balineesche architectuur, is de in het vorige jaar door den Heer Van Stein Callenfels ontdekte poera "Yeh-Gange" te Perian. Wanneer men vanuit Noord-Bali komt, en men daar tempels als bijv. een Sangit etc., tempels uit den nieuweren tijd en uitingen van een ongebreidelde Oosterschen fantasie bezocht, dan doet de rust, die van een poera als Yeh-Gange uitgaat, weldadig aan. Het monument treft dadelijk door zijn voorname rust, goede proportie's en het sierlijke rijzige silhouet. Onmiddellijk valt ook de spaarzaam aangebrachte ornamentale versiering op.⁹³

Deze tempel behoort volgens hem tot de 12^e of 13^e eeuw, de Madjapahit-periode, en is vergelijkbaar met Oost-Javaanse bouwwerken uit dezelfde periode.⁹⁴ Naast alle ornamentale versieringen aan de buitenkant van deze tempel beschrijft De Haan ook de decoratie aan de binnenkant. Hij noemt hier ook de schotels:

Tot decoratie van de pijlers en muurvlakken waren vroeger porseleinen borden ingezet, die door hun kleurrijke tekening, gezien in het diffuse licht van de dakschaduw, wel een decoratief effect gegeven zullen hebben. Thans zijn de borden grotendeels uitgebroken, en wijzen de achtergebleven gaten ons slechts de plaatsen, waar ze eertijds geprikt hebben.⁹⁵

Het rijk van Majapahit was een imposant koninkrijk in de periode van de elfde en veertiende eeuw dat zo groot was als de omvang van Indonesië heden ten dage. Het rijk strekte zich uit van Oost-Java, Madoera en Bali (veroverd in 1343)⁹⁶. Daarnaast had het ook veel invloed op Lombok en Sumbawa.⁹⁷ De term rijk, hoeft hier niet zozeer te worden opgevat als een imperium maar meer als een sterke beïnvloeding van deze eilandgroepen. Daarnaast was er ook veel handelsverkeer met Champa (India), Cambodja, Siam, Zuid-Birma, Vietnam en China.⁹⁸ In deze periode werden zowel de Boeddhistische als de Hindoeïstische god Siwa aanbeden. Deze periode wordt ook wel gekenmerkt als het pre-islamitische tijdperk van Indonesië.⁹⁹

Meerdere Europese experts merkten deze schotels op en schreven daar een eigen functie aan toe. Tevens werd er in 'Bulletin de l'Ecole française d'Extrême-Orient', een Frans tijdschrift dat zich toeleegde op studies uit Zuidoost-Azië, aandacht besteed aan het verslag van Bierens de Haan. Ook hier worden de Chinese schotels in het artikel genoemd en wordt het in verband gebracht met een ander Zuidoost Aziatische land, Laos. Daar was, zo blijkt uit deze tekst, iets gelijks aan de hand.¹⁰⁰ Een verder onderzoek zou moeten uitwijzen of hier eenzelfde fenomeen gaande was en wat voor rol de Franse keramiecfabrieken hierin

⁹³ Bierens de Haan, 'De Poera (de tempel) "Yehgange" te Perian', (vierde kwartaal, 1921), *Rapporten Oudheidkundig verslag uitgegeven door het Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen*. (Batavia 1921), aldaar 175.

⁹⁴ Ibidem, 178.

⁹⁵ Ibidem.

⁹⁶ Adrian Vickers, *A history of modern Indonesia* (Cambridge 2013) 21.

⁹⁷ Vickers, *A history of modern Indonesia* 55.

⁹⁸ Ibidem 21.

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Henri Parmentier, 'Oudheidkundige Dienst in Nederlandsch-Indië' in *Bulletin de l'Ecole française d'Extrême-Orient*, 22 (1922) 1, 252-260, aldaar 258.

speelden. Het lijkt er echter wel op dat dit schotelgebruik een grensoverschrijdend fenomeen is dat wellicht zijn oorsprong heeft in de Hindoeïstische religie.

Op het eiland Java komt dit gebruik van deze schotels in muren ook terug. Deze werden tevens geplaatst in bouwwerken uit de Madjapahit periode, het zijn echter geen tempels maar moskeeën en islamitische begraafplaatsen.¹⁰¹ P.A.J Moojen beschrijft in zijn boek hetzelfde gebruik van deze schotels op Oost-Java:

...niet alleen in Cheribon, waar men ze nog op poorten en muren der oude sultangebouwen vindt, doch ook in Oost-Java wist reeds Brandes uit de sporen, die zij in de versiering hadden achtergelaten, de plaatsen aan te wijzen, waar de borden vermoedelijk eertijds, als op Bali, werden toegepast.¹⁰²

Hier zijn de schotel echter niet in hindoeïstische tempels gemetseld maar in islamitische moskeeën en begraafplaatsen van islamitische sultans, zoals in de moskee van Demak en op de muren van de begraafplaats van de sultan Kasepuhan en Kanoman.¹⁰³ Hier werden niet alleen boerenbont-decoraties gebruikt maar ook schotels met Islamitische spreuken. Op verschillende begraafplaatsen op Java zijn deze te zien.¹⁰⁴

Uit dit overzicht lijkt duidelijker te worden dat dit gebruik van schotels in tempels een oud fenomeen is. Maar waar is dit gebruik dan op gebaseerd? Moojen lijkt daar ook niet een duidelijk antwoord op te kunnen geven. Hij schrijft hierover het volgende:

Veelal wordt aangenomen, dat de toepassing van porseleinen borden of schotels van aardewerk, die men in de muren van tempels, poorten en godenhuisen vaak aantreft, onder Chineeschen invloed is geschied. Blijkbaar grondt deze meening op het feit, dat deze borden en schotels eertijds steeds van Chineeschen oorsprong waren. Te verwonderen is dit laatste echter niet, want eeuwen en eeuwen geleden reeds voorzag China den Archipel van geglazuurd aardewerk en vele oude schotels, vazen en borden uit den Ming-dynastie, die men nog steeds op de meest verspreide plaatsen van het eilandenrijk vindt, zijn hiervan de beste getuigenis.¹⁰⁵

Echter, zo schrijft Moojen verder, is een dergelijk gebruik van aardewerk in de Chinese architectuur niet bekend.¹⁰⁶ Het lijkt dus meer waarschijnlijk te zijn dat dit gebruik van 'magische' schotels afkomstig is uit Madjapahit periode omdat deze ingemetselde schotels teruggevonden worden in tempels uit dezelfde periode.

Appadurai stelt in zijn artikel dat de geschiedenis van dingen en culturele biografie geen gescheiden onderwerpen zijn maar juist elkaar kunnen beïnvloeden en de structuur van het sociale leven van een object kan beïnvloeden.¹⁰⁷ Dit doet hij aan de hand van de theorie van Braudel, een vooraanstaand lid van de *École des Annales* waar geschiedwetenschap met economie, antropologie en geografie wordt gecombineerd, kijkend

¹⁰¹ Satyawati Suleiman, *A few observations on the use of ceramics in Indonesia* (Jakarta 1980) 5.

¹⁰² Moojen, *Kunst op bali: Inleidende studie tot bouwkunst* 155.

¹⁰³ Suleiman, *A few observations on the use of ceramics in Indonesia* 5.

¹⁰⁴ Chambert-Loir, 'Eating the text: English Plates decorated with Malay Poems', 183.

¹⁰⁵ Moojen, *Kunst op bali: Inleidende studie tot bouwkunst* 154.

¹⁰⁶ *Ibidem* 154.

¹⁰⁷ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 35.

naar een lange periode in de geschiedenis. Zo zou er gesteld kunnen worden dat het sociale leven van de Maastrichtse schotels, begin twintigste eeuw, in een cultuurhistorisch raamwerk terecht kwam dat al enkele eeuwen geleden op Bali en Oost-Java gebruikelijk was. Daarnaast geven ook hier de artikelen van Machado en Prestholdt meer inzicht in de inheemse gebruiken en de netwerken die naast de Europese koloniale machten bestonden. Zo beargumenteerd Machado het voortbestaan van inheemse economische netwerken van de Indiase textielhandel met Oost-Afrika tijdens de Portugese overheersing in de achttiende eeuw.¹⁰⁸ Het Zanzibariaanse kosmopolitisme wat Jeremy Prestholdt uiteenzet in zijn artikel stelt dat de nieuwe zelfperceptie van de Zanzibarianen in de negentiende eeuw voortkwam uit een dialoog met de mondiale culturele trends.¹⁰⁹ Via deze redenatie zou er ook gesteld kunnen worden door, in het geval van het Maastrichtse aardewerk, schotels in te metselen in oude tempels op Bali en Java er ook stukje negentiende eeuws kosmopolitisme werd toegevoegd aan de inheemse cultuur van het huidige Indonesië.

De primaire bronnen geven een inzicht in het gebruik van deze schotel. Zo wordt duidelijk dat het vooral gaat om tempels die uit Madjapahit periode komen. Daarnaast laten ze ook zien dat de Maastrichtse schotels pas hun intrede doen als Bali onder streng toezicht komt te staan van de Nederlandse kolonisator. Ze komen in de plaats van sommige, kapotte, gestolen Chinese borden. Wat echter niet helemaal duidelijk wordt vanuit dit primaire bronmateriaal is waarom deze schotels zo prominent werden gebruikt. Een belangrijke reden hiervoor is dat deze bronnen door de Nederlandse kolonisator zijn beschreven en geïnterpreteerd. De Balinese en Javaanse bevolking zou hier misschien toch een andere betekenis aan kunnen hebben gegeven. Toch is het wel duidelijk dat deze schotels, deze handelswaar, eenmaal aangekomen op Bali en Oost-Java een andere betekenis (kunnen) krijgen. "The path of diversion" van deze schotels verandert in sociaal en cultureel opzicht door deze schotels in de muren van tempels te metselen.¹¹⁰ De schotels worden als het ware aangepast aan de gebruiker en aan de culturele context waarin het terecht komt. En het is door de verandering in het gebruik van deze schotels dat we zien dat deze objecten wel degelijk een verhaal, een geschiedenis kunnen vertellen. Een verhaal van een gewoon gebruiksservies maar ook van religieus decoratieobject, doordat deze objecten zich verplaatsen in verschillende functionaliteiten.

¹⁰⁸ Machado, 'Cloths of a new fashion: Indian ocean networks of exchange and cloth zones of contact in Africa and India in the eighteenth century and nineteenth century', 56.

¹⁰⁹ Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)* 116.

¹¹⁰ Appadurai, Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 17.

Conclusie

De sociale biografie van het Maastrichtse keramiek en haar export naar Indonesië heeft door verschillende uitwisselingsknooppunten een internationaal karakter gekregen. Het eerste stadium was de productie van dit keramiek in de Maastrichtse fabrieken van de familie Regout en Société Céramique. De productie van het Maastrichtse keramiek kwam voort uit de vraag naar goedkoop gefabriceerd keramiek dat niet alleen de burgerlijke huishoudens in Nederland voorzag van servies maar ook in verschillende delen van de wereld werd verkocht.

De voormalige Nederlandse kolonie, Indonesië, was één van de grootste afnemers van dit Maastrichtse keramiek. Die distributie kan ook wel als een tweede levensfase worden gezien. Door een speciaal assortiment samen te stellen voor, in dit geval de Indonesische markt, met decors die een zekere herkenbaarheid hadden voor de inheemse bevolking werd dit een succes voor de Maastrichtse keramiekbedrijven.¹¹¹ Maar de Maastrichtse keramiekbedrijven hadden bepaald niet het alleenrecht op de Indonesische markt. Duitse, Engelse en Franse keramiekbedrijven hadden eenzelfde soort handel die de hele wereld overging. Een van de meest voor de hand liggende drijfkrachten van deze versnelde globalisering in de negentiende eeuw waren revolutionaire ontwikkelingen in transport en communicatie. Daarnaast waren ook imperialisme en kolonialisme van de Europese landen een stuwende kracht achter de globalisering. De rol van de handel was dan ook, volgens Peter Stearns, niet simpelweg een kwestie van volume van producten maar had ook politieke doeleinden.¹¹² Het concept van deze globale mobiliteit ziet Valeska Huber in haar boek *Channeling Mobilities* als een van de grootste drijfveren van de negentiende - eeuwse moderniteit. Zo stelt zij dat de opening van het Suez Kanaal in 1869 een nieuw tijdperk van 'nieuw imperialisme' markeert waarin de Europese machtsverhoudingen scherper naast elkaar komen te staan doormiddel van onder andere internationale commerciële competitie en mobiliteit van objecten en informatie.¹¹³ In het Nederlandse geval wordt deze periode gekenmerkt als de periode van de 'ethische politiek'. Het Nederlandse koloniale gezag ging gepaard met een beschavingsoffensief, dat de opbouw van een gezondheidszorg met zich meebracht en van westers onderwijs voor de inheemse bevolking, maar ook meer bestuurlijk toezicht en belastingen. In economisch opzicht was het Nederlandse imperialisme vooral bepaald door expansie van commerciële en industriële investeringen, niet alleen op Java maar ook op Sumatra en in de Buitengewesten, die vanaf 1870 voor het particuliere kapitaal waren opengelegd. Die expansie werd gedragen door een koopmanselite in de grote Hollandse steden.¹¹⁴

Dit nieuwe imperialisme is echter niet louter een drijfveer voor koloniale handel. In de reisverslagen van de Maastrichtse keramiekbedrijven is te zien dat de prijzen door de grote internationale concurrentie laag gehouden moesten. De Maastrichtse bedrijven

¹¹¹Bogaers, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk 1850-1900*

Petrus Regout, Société Céramique, Clermont & Chainaye, Guillaume Lambert, F. Regout 93.

¹¹² Stearns, *Globalization in World History* 98.

¹¹³ Huber, *Channelling Mobilities: Migration and Globalisation in the Suez Canal Region and Beyond, 1869-1914* 15.

¹¹⁴ Bank en Van Buuren, *1900: hoogtij van de burgerlijke cultuur* 93.

hadden dus maar deels een voorsprong door deel uit te maken van de koloniale macht die Nederland in Nederlands-Indië is. Gary Magee en Andrew Thompson hebben in hun artikel de complexe relatie tussen kolonie en metropool verder uitgewerkt op het gebied van koloniale handel.¹¹⁵ Zij laten zien dat de koloniale markt niet simpelweg een culturele wisselwerking laat zien tussen kolonie en metropool. De waarde van geld was zowel belangrijk voor koloniale consumenten als de metropool consumenten. Competitie met andere landen speelden dus wel degelijk een rol.¹¹⁶ Daarnaast blijkt het ook moeilijk te verifiëren wat het directe effect was van de koloniale overheersing op deze consumenten. Het laat zich dan ook moeilijk aflezen in bronnen en is per industrie verschillend geweest.¹¹⁷ In het geval de Maastrichtse bedrijven gaat ook deze theorie op. Aan de ene kant werd er wel degelijk voor een mondiale markt geproduceerd. Aan de andere kant werd er ook heel specifiek ingespeeld (ook door het Schotse keramiek bedrijf) op de culturele symbolen van de kolonie Nederlands-Indië door het design, de naam van het decor en het schrift van de merken aan te passen aan de Indonesische smaak. Hieruit blijkt al de gecompliceerde relatie tussen wat imperiale krachten waren en wat een meer kosmopolitische kracht is geweest.

Eenmaal aangekomen in Indonesië worden er verscheidene Maastrichtse schotels ingemetseld in tempels op Bali en Oost-Java. De nieuwe levensfase van deze Maastrichtse bordjes verandert dus van handelswaar naar een religieus object. Zoals Appadurai stelt dat economische uitwisseling waarde creëert voor dingen, ontstaat hier een nieuw sociaal leven doordat deze uitwisseling plaatsvond.¹¹⁸ De primaire bronnen geven een inzicht in het gebruik van deze schotels. Zo wordt duidelijk dat het vooral gaat om tempels die uit Madjapahit periode (12^e en 13^e eeuw) komen. Daarnaast laat het ook zien dat de Maastrichtse schotels pas hun intrede doen als Bali onder streng toezicht komt te staan van de Nederlandse kolonisator. Ze komen in de plaats van sommige, kapotte, gestolen Chinese borden. De schotels worden als het ware aangepast aan de gebruiker en aan de oude culturele context en gebruik waarin het terecht komt. De visies van Machado en Prestholdt die meer zeggenschap toedichten aan de inheemse gebruiken en de netwerken die naast de Europese koloniale machten bestonden, zijn toepasbaar in dit geval. Via deze redenering zou er ook gesteld kunnen worden dat door, in het geval van het Maastrichtse aardewerk, schotels in te metselen in oude tempels op Bali en Java er ook stukje negentiende-eeuws kosmopolitisme werd toegevoegd aan de inheemse cultuur van het huidige Indonesië.

In deze thesis zijn de concepten 'kosmopolitisme' en 'kennis' leidend in het sociale leven van de Maastrichtse schotels in Indonesië. Het concept kosmopolitisme is benaderd als een complexe en transculturele connectie door middel van onder andere consumentisme. Hierin zet het zich af tegen het idee dat de westerse kolonisatie van negentiende eeuw een eenzijdig fenomeen was. Het was eerder een toevoeging aan een al bestaand plaatselijk netwerk.¹¹⁹ Daarnaast stelt Prestholdt dat door deze transculturele

¹¹⁵ Magee, Thompson, 'A Soft Touch? British Industry, Empire Markets, and the Self-Governing Dominions, c. 1870-1914', 691

¹¹⁶ Ibidem, 696.

¹¹⁷ Ibidem, 700.

¹¹⁸ Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 13.

¹¹⁹ Machado, 'Cloths of a new fashion: Indian ocean networks of exchange and cloth zones of contact in Africa and India in the eighteenth century and nineteenth century', 55.; Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization* (1) 116.

connectie ook de zelfperceptie van zowel de westerse burgerij als de inheemse bevolking van de koloniën verandert en meer onderhevig is aan de globale tendensen.¹²⁰ Het idee van een meer complexe en transculturele invloed van in dit geval de massaproductie en massaconsumptie van producten zoals keramiek in Nederland en Nederlands-Indië, past bij dit concept van kosmopolitisme. Dit blijkt uit ontwerpen die aan de Indonesische smaak werden aangepast door de Maastrichtse fabrieken. Daarnaast was ook de onderlinge concurrentie tussen de Europese keramiekbedrijven eerder een vorm van kosmopolitisme. Het koloniale netwerk speelde weliswaar een grote rol maar was niet het belangrijkste. De stelling die Prestholdt in zijn artikel poneert over de Zanzibarianen, dat zij op eenzelfde manier als de westerse bevolking bezig waren zich te definiëren tegenover globale integratie geldt dan ook deels in dit geval.¹²¹ De Indonesische bevolking had een duidelijke vraag naar deze, weliswaar, aangepaste Europese schotels. De mix van het enerzijds westers uitziende keramiek met Islamitische of Indonesische kenmerken geeft deze globale integratie aan.

Het concept van kennis in dit sociale leven van de Maastrichtse schotels is een andere rode draad. Het sociale leven van dit Maastrichtse keramiek begint in Maastricht. Het concept 'kennis' over de productie en distributie van dit exportkeramiek, zoals Appadurai stelt, is evident voor de levensgeschiedenis van objecten.¹²² De kennis over productie van dit goedkope massaproduct was belangrijk voor het succes van de Maastrichtse fabrieken. Het Europese netwerk waar makers van keramiek steeds van plek wisselden om met hun deskundigheid de productie steeds groter te maken is hier onderdeel van. Bij de distributie van dit keramiek in Indonesië was de kennis over de Indonesische cultuur essentieel omdat dit verindischte keramiek een groot succes bleek in Indonesië. Het vernoemen van decors naar Indonesische plaatsen en/of eilanden en de stempels van de makers in het Oud-Javaans vertalen, zijn voorbeelden waaruit blijkt dat de Maastrichtse fabrieken (en de andere Europese fabrieken) veel kennis hierover toepasten. Tevens is kan er ook geconcludeerd worden dat de Indonesiërs de benodigde kennis hadden over deze onderlinge Europese concurrentie van de keramiekbedrijven, zoals blijkt uit de reisverslagen.

In 1998 schreef Robert Finlay zijn invloedrijke artikel over de internationale geschiedenis van Chinees porselein in de vroegmoderne tijd. Deze thesis is op verschillende manieren een vervolg hierop. Het laat via deze Maastrichtse schotels een deel van de globale cultuur zien aan het einde van de negentiende eeuw. In verschillende Europese landen wordt dit exportkeramiek in grote oplagen gemaakt en verscheept naar andere delen van de wereld. Zoals ook Finlay stelt heeft keramiek vaak de gave culturele symbolen, thema's en vormen te adopteren en toe te eigenen en is daarom een belangrijk onderdeel van de mondiale cultuur.¹²³ Om het succes van dit Maastrichtse keramiek alleen maar toe te schrijven aan de koloniale overheersing van Nederland is dan ook te kort door de bocht. Deze 'contact zones' tussen de materiële cultuur van het alledaagse leven en de koloniale geschiedenis liggen dan ook veel complexer.¹²⁴ Deze thesis laat al te meer zien dat de dominante ideeën over koloniale overheersing waarbij alle culturele uitingen eenzijdig

¹²⁰ Prestholdt, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization* (1)116.

¹²¹ *Ibidem* 116.

¹²² Appadurai, 'Introduction: commodities and the politics of value', 41.

¹²³ Finlay, 'The Pilgrim Art: The Culture of Porcelain in World History', 180.

¹²⁴ Van Dommelen, 'Colonial Matters, Material Culture and Postcolonial Theory in Colonial Situations', 112.

opgelegd zijn, sterk genuanceerd zou moeten worden. Deze thesis laat zien dat er op het gebied van keramiek een wederzijdse beweging gaande was en onthult zo deze verborgen relatie tussen Nederland en Indonesië.

Primaire bronnen

Regionaal Historisch Centrum Limburg in Maastricht

Sociaal Historisch Centrum voor Limburg: SHCL

Archief Sociaal Historisch Centrum voor Limburg, 1899-1913, EAN_1012, 2152, Reisverslagen van bezoeken aan exporteurs, voornamelijk te Amsterdam, Rotterdam en Venlo.

Archief Sociaal Historisch Centrum voor Limburg, 1917-1937, EAN_1012, 2279, order en bestellingsboeken Nederlands Oost-Indië.

Archief Sociaal Historisch Centrum voor Limburg, 1899-1920, EAN_1013, 476-480, Prijslijsten Nederlands-Indië.

Archief Sociaal Historisch Centrum voor Limburg, 1899-1920, EAN_1013, 476, prijslijst Société C ramigue 1906.

Oude reis/ en fotoverslagen

Collectie Nationaal Museum voor Wereldculturen van Balinese vrouw bij tempel op Zuid-Bali. (ca. 1915)<http://data.collectienederland.nl/page/aggregation/rijksmuseum-volkenkunde/615519>

Collectie Wereldmuseum, ca. 1910, inventarisnummer:418032-1, Foto gemaakt door A.C Dunlop van tempel in Den Pasar op Bali.

Haan de, Bierens, 'De Poera (de tempel) "Yehgange" te Perian', (vierde kwartaal, 1921), *Rapporten Oudheidkundig verslag uitgegeven door het Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen*. (Batavia 1921).

Moojen, Piet Adriaan Jacobus, *Kunst op bali: Inleidende studie tot bouwkunst* (Den Haag 1926).

Parmentier, Henri, 'Oudheidkundige Dienst in Nederlandsch-Indië', *Bulletin de l'Ecole française d'Extrême-Orient*, 22 (1922) 1, 252-260.

Literatuurlijst

- Appadurai, Arjun, 'Introduction: commodities and the politics of value' in: idem (ed.), *The social life of things, Commodities in cultural perspective* (Cambridge 1988) 3-63.
- Bank, Jan, Maarten van Buuren, *1900: hoogtij van de burgerlijke cultuur* (Den Haag 2000).
- Barry, Jennifer, *Istana Kampong Glam. Archeological excavations at a Nineteenth Century Malay Poems in Singapore* (Stamford 2009).
- Bemmel van, Helena, 'Ceramics inserted on walls on Bali', in *Modern Quaternary Research in Southeast Asia*. 11 (1988-1989), 54-69.
- Bogaers, Marie-Rose, *Drukdecors op Maastrichts aardewerk, 1850-1900* (Lochem 1992).
- Chambert-Loir, Henry, 'Eating the text: English Plates decorated with Malay Poems', in *The Indonesia Circle*. 63 (1994), 183-210.
- Christie's South Kensington, *From Scotland to South East Asia and Beyond: The Edwin Robertson Collection of Bell Export Pottery* (South Kensington 2007).
- Dommelen van, P., 'Colonial Matters, Material Culture and Postcolonial Theory in Colonial Situations', in C. Tiley, W. Keane, S. Kuechler-Fogden, *Handbook of Material Culture* (Londen, 2006).
- Finlay, Robert, 'The Pilgrim Art: The Culture of Porcelain in World History', in *Journal of World History*, 9 (1998) 2, 141-187.
- Floor, Willem, Jaap Otte, 'European Ceramics for the East' in *Aramco World*. 64 (2013) 3, <http://archive.aramcoworld.com/issue/201303/european.ceramics.for.the.east.htm>.
- Harrison, Barbara, *Later Ceramics in South-East Asia* (New York 1996).
- Huber, Valeska, *Channelling Mobilities: Migration and Globalisation in the Suez Canal Region and Beyond, 1869-1914* (Cambridge 2013).
- Kemperink, Mary, *Het verloren paradijs – De literatuur en de cultuur van het Nederlands Fin de siècle*. (Amsterdam 2001).
- Knotter, Ad, 'Regout, de Sphinx en de sociale geschiedenis: van lieu de mémoire naar historische analyse' in idem(red.), *Keramiekstad* (Zwolle 2016) 271-297.
- Langeweg, Serge, 'De techniek van het versieren: het decoreren van aardewerk bij Regout/Sphinx en Société Céramique in Maastricht', onderdeel van symposiumbundel van het Sociaal Historisch Centrum voor Limburg 12 oktober 2006.
- Locher-Scholten, Elsbeth, 'Dutch Expansion in the Indonesian Archipelago around 1900 and the Imperialism Debate', in *Journal of Southeast Asian Studies*, 25 (1994) 1, 91-111.
- Machado, Pedro, 'Cloths of a new fashion: Indian ocean networks of exchange and cloth zones of contact in Africa and India in the eighteenth century and nineteenth century', in Giorgio Riello en Tirthankar Roy (red.) *How India clothed the World, The world of South Asian textiles 1500-1850* (Leiden, Boston 2009) 53-84.
- Magee, Gary, Andrew Thompson, 'A Soft Touch? British Industry, Empire Markets, and the Self-Governing Dominions, c. 1870-1914', *Economic History Review* 56 (2003) 4, 689-717.

Magee, Gary, Andrew Thompson, *Empire and globalisation : networks of people, goods and capital in the British world, c. 1850* (Cambridge 2011).

Pierson, Stacey, 'The movement of Chinese Ceramics: Appropriation in Global History', in *Journal of World History*, 23 (2012) 1, 9-39.

Presthold, Jeremy, *Domesticating the World: African Consumerism and the Genealogies of Globalization (1)* (Oakland 2008).

Saïd, Edward, *Orientalism* (1978 London).

Suleiman, Satyawati, *A few observations on the use of ceramics in Indonesia* (Jakarta 1980).

Sociaal Historisch Centrum Limburg, 'De Maastrichtse Aardewerkindustrie' (versie 4 april 2006)
<http://shcl.x-cago.com/shcl/>.

Vickers, Adrian, *A history of modern Indonesia* (Cambridge 2013).