

DIT IS EEN COMMERCIELE BIJLAGE VAN KERAMIEKMUSEUM PRINCESSEHOF BIJ DEZE KRANT

Made in Holland

400 jaar
wereldmerk

Keramiëkmuseum Princessehof
presenteert grote internationale
tentoonstelling over het wereld-
wijde succes van Nederlandse
keramiek.



Delfts blauw veroverd
de wereld

Dutch Design blijft voor
opschudding zorgen

Haagse Rozenburg alleen
voor de happy few

De handelsgeest van
Petrus Regout

Schotel en rijkdom met dekol voorstellen van drukkeuren, circa 1850, Petrus Regout, Maastricht, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. Foto: Erik & Petra Heuserg



De handelsgeest van Petrus Regout

'Pottenkeuning' Regout was Nederlands eerste grootindustriële. Zijn Maastrichts aardewerk ging de hele wereld over en reedde in Nieuw-Guinea zelfs levens.

door Chris Reinewald

Maastrichts aardewerk uit de negentiende en twintigste eeuw is zeer populair bij binnenlandse en buitenlandse verzamelaars en musea. We hebben het dan over de twee belangrijkste productielijnen: het aardewerk met gedrukte patronen en het handgeschilderde boerenbont. Dit wereldwijde, commerciële succes is te danken aan Petrus Regout (1801-1878), Nederlands eerste grootindustriële. Tussen 1880 en 1920, op haar hoogtepunt, had de firma tegen de 5.000 arbeiders in dienst.

Als "pottenkeuning" bouwde Regout uitgekend zijn product, zijn bedrijf en zo zijn afzetmarkt op.

Zijn ouders dreven een winkel met glas en aardewerk waardoor hij goed wist wat zijn klanten wisten: betaalbaar serviesgoed waarmee je voor de dag kon komen. In het begin was het Maastrichts aardewerk kwalitatief niet opperbest door de gebruikte Limburgse vuursteen en mergel met Belgische pijpafval. Voor de binnenlandse markt bleek dat echter goed genoeg.

Schotel voor de Indonesische markt, circa 1900, Petrus Regout & Co, Maastricht. Collectie Toos Boelkens-Erante. Foto: Erik & Petra Heuserg

Exportkwaliteit bereikte zijn firma pas zo gauw Regout Engels "creamware", een hard soort roomkleurig aardewerk met "drukkeuren", ging namaken. Uit Engeland importeerde hij hiervoor speciale ovens en vormmachines maar ook de juiste grondstoffen, koperplaten met gegraveerde decors, kleuropigmenten, drukkerspapier en zelfs groene zeep. Verder liet hij Engelse specialisten overkomen. Ook de oorsprong van het boerenbont ligt in Engeland.

WERELDWIJD GEWILD

Vanaf 1870 ging zo'n 60 tot 70 procent van de Maastrichts aardewerkproductie richting buitenland. Regout verschepte aardewerk naar de Antillen, Cuba en Suriname en in het Midden-Oosten:



Jemen, Koeweit, Irak, Iran, Bahrein en Qatar. Speciaal voor de islamitische markt vulde Regout de bloemmotieven van het boerenbont aan met een maansikkel en vijfpuntige ster. En bij de drukkeuren werd gekozen voor geometrische motieven. In Azië bereikte het Maastrichts aardewerk India, Sri Lanka, Myanmar, Thailand, Singapore, Maleisië, Indonesië en Japan. Het contact met Japan werd al in 1859 gelegd toen het land zich openstelde voor internationale handel. Regout laadde twee schepen vol met aardewerk maar ook met andere producten waarvan hij dacht dat Japanners ze nodig hadden.

Uit die exportcollecties blijkt hoe goed

ZO LANG ER VOLDOENDE
BORDEN WAREN WERD GEEN
KOP MEER GESNELD

Regout zich in de Japanse eet- en drinkgewoontes verdiepte. Hij liet sakeflesjes en bijbehorende cupjes maken in exact dezelfde inhoudsmaat als de Japanse. Naast donburi rijstkommen met deksel bood Regout ook de in Japan gebruikelijke vijfdelige sets met bordjes of kommen aan. De westerse drukkeuren veranderde hij doelbewust niet omdat die in Japan juist weer exotisch aandedden.

SCHOTELS VOOR KOPPEN

Maastrichts aardewerk bezit magie. Dat bewijst het ware verhaal over de koppen-snellers in het toenmalig Nederlands Nieuw-Guinea. Zij plaatsen schedels onder de palen van een nieuw huis om zo de bewoner en de stam tegen onheil te beschermen. De Nederlandse bestuurder ter plaatse bood blauwe schotels met kleurige patronen van Regout aan om die in plaats van de schedels onder de palen te begraven. Dat bleek een goede zet. Zo lang er voldoende bordten te vergeven waren werd geen kop meer gesneld.

Artikelen: Chris Reinewald
Redactie: Keramiekmuseum Princessehof
Ontwerp: Richard Bos
Cover: Pyramids of Makkum, Studio Job (Job Simoons en Nynke Tynagel), 2008, keramiek. Collectie Fries Museum/Keramiekmuseum Princessehof. Foto: Erik & Petra Heuserg

Met Made in Holland: 400 jaar wereldmerk presenteert het Princessehof een spraakmakende tentoonstelling over vier Nederlandse succesverhalen: Delfts blauw, Maastrichts aardewerk, art-nouveauseramik en Dutch Design. Aan de hand van imposante bloempiramide, kleurrijk boerenbont, populair Gouds plateel en de eigenwijze ontwerpen van designers als Maarten Baas ontdekt u hoe Nederland een wereldspeler is geworden op het gebied van keramiek.

Iedereen kent Dutch Design wel, dat ook buiten Nederland geweldig populair is. Dit fenomeen staat in een lange traditie. Nederlandse makers weten al eeuwenlang prachtige keramiek te vervaardigen en hier vervolgens wereldwijd succes mee te hebben. De tentoonstelling bevat niet alleen de mooiste voorwerpen, maar vertelt ook hoe Nederlandse fabrikanten buitenlandse invloeden aanwendden voor eigen succes.



Bij de tentoonstelling Made in Holland verschijnt een gelijknamige, rijk geïllustreerde publicatie, waarin verschillende experts de keramiektradities uitlichten en nieuwe inzichten delen. Het boek is verkrijgbaar in de museumwinkel en in de boekhandel.

Dit is een commerciële bijlage van Keramiekmuseum Princessehof. De inhoud van deze bijlage valt niet onder de verantwoordelijkheid van de redactie van NRC.

Keramiekmuseum Princessehof
Grote Kerkerstraat 9, 6211 DZ Leuwarden
T: 058 2 948 958
E: info@princessehof.nl
www.princessehof.nl

Presenting Partners of



Partner Keramiekmuseum Princessehof



FONDS 21



Stichting Van Achterbergh-Oersloof
Stichting Van Nieuwen-Strada, Wierden
Vereniging van het Princessehof
Stichting Heerlant, Dordrecht
Stichting Keramiek-Industrie
Winkler & Cuijter, Groningen

ING

LOF

Ariva

Ook scherven vertellen een verhaal

door Chris Reinewald

Connoisseur Karin Gaillard is keramiek-specialist bij tegelzets volgden hoe Delfts aardewerk en tegeltableaus zich binnen Europa tot ware statussymbolen ontwikkelden. De Russische Tsarina Peter de Grote liet inmiddels tegels naar zijn paleizen in en om Sint Petersburg verscheppen.

"We weten al heel veel over de geschiedenis van Delfts blauw, maar verrassend genoeg heel weinig over de export ervan. Waar ging ons keramiek precies naartoe? Wie kochten het? Welke producten waren het? Dat laten we zien in de tentoonstelling Made in Holland, 400 jaar wereldwijd." Verklaart Karin Gaillard.

DE ENGLISH QUEEN MARY WAS STAPPELIJK OP DIT EEN

"Hijden de Gouden Eeuw was de Nederlandse erfpalst die het meest ontwikkelde en welvarendste binnen Europa. Door onze kleine binnenlandse markt moesten wij wel exporteren," valt haar tongzwaai. "We wisten eeg goed wat aanleef. Delfts plaatwerk, meubels van beschilderd aardewerk, sproongen in het goud dat viel toen in China de keramische dynamite wereld- en marktproductie stagneerde en daarmee nu wijver naar het Westen. Hierofland slaagde erin om in aardewerk een product te ontwikkelen dat je bijna niet van China's porselein kon onderscheiden. En belangrijk: het was veel goedkoper." "In grote, ondiepere containers hier stuwde de kwaliteit en innovatie op," trikt Gaillard. "Die finaliteit is knap, wat keramiek is in veel opzichten een traag medium."

STAPPELIJK OP DIT EEN

Binnen Europa maakte Nederlands aardewerk al uit een stappelelijk. Rond 1700 werd



Beeldhouwen, 1840-45; De Houtse Pot, 1840; Rijksmuseum Vervolg, Goudse Aardewerk Oudehandelen (Wassier, Kijzen) en Keramiekmuseum Pinxten (Hollands Onroerend Erfgoed, Rijksmuseum, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Rijksdienst voor de Monumentenzorg)

INTERVIEW MET GIJS BAKKER, ONTWERPER, DOCENT EN AANJAGER

Dutch Design blijft voor opschudding zorgen

door Chris Reinewald

Als de industrie niet met je wil werken, maak je product dan zelf. Dat adviseert Gijs Bakker (1943) zijn ontwerpstudenten in Amsterdam en in Eindhoven. Zo ontstond rond 1980 het typische Nederlandse fenomeen van de "zelfproductieve ontwerper".

Wat die zelf-productieve ontwerper keramiekfabrieken doet ontweerde hij al. Voor een van de ontweerde kinderen, Gun Utsumi, opende Gijs Bakker in 1993 zijn eerste keramiekproducties. Hij

Bakker: "Vrijwel het is de toekomstige directeur van Museum Het Kröller-Müller in 'de Herengroen', welke de ideale keramiekfabriek zou relateringschrank voor de gemiddelde man

"Goede ontwerpers nemen nooit genegen met wat er is. Ze vragen. 'Wat, waarom, van en voor wie,'" stelt Gijs Bakker. Samen met Renny Kamakers richtte hij Droop op, dat Dutch Design tot een wereldconcept maakte.

ontwikkelen - met wij als projectleider. Normaal maakt Gun Utsumi, een sociale werkplaats, eenvoudig gebruiksgoed. Hun ideal was dat iedereen voor een paar gulden een vaasje kon kopen bij de fabriek."

Eerder draaide het om 'kopen bij op de goetgangere'. Vraag internationale top-ontwerpers exclusieve bezonik te ontwikkelen. Daarmee verhoog je gelijk

de kwaliteit van het productieproces." Het amblerische project leverde drie kleine designcases op.

VAN HERAAS TOT MÄCHTIGENBOORD

In 1997 sloopte Rosenthal, de voornaamste Nederlandse ging ontwerpers mochten een keramiek, wat dan ook - om te maken. Marcel Wanders maakte zijn innakdelijke klassieke Eggset. Hella Jongerius bedacht

een (bijna vergoed) keramische kraker. Bakker zette voorzag een bestaande theepot van een gebreide, in porselein gegoten theemaak.

Afmet Visser kwam met zelfverarmdningstingtoerborden en Dick van Hoff bedacht boden waarvan het Delfts blauw bij het bakken tekens andere patronen vormde. "Van die twee laatste experimenten kregen de technici van Rosenthal het beste resultaat." Begrijpelijk, want als het misging legde dat hun het productie-stil."

Rosenthal en Droop presenteerde de tentoonstelling in 1997 met 14000 op de Salob van Milaan, maar vervolgens kon de Duitse Ethiek de vraag niet aan. "Iammer, wat de

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten



ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

ontwerper perfect. Goed technisch lab. Goede productie. Bij om eerste bezocht ze Hella Jongerius wel dat ze alle producten

Premeur op wereldtentoonstelling van 1900 zorgt voor run op eierschaalporselein

Haagse Rozenburg alleen voor de happy few

door Chris Reinewald

In tegenstelling tot andere Nederlandse producenten versloot de plaatwerkfabriek Rozenburg vijfde haar heel stand leg op de Parijsse wereldtentoonstelling van 1900. Bekabe als staalges van technisch vernuft beantwoordde de porseleinen sierobjecten met exotische bloem- en diersoorten perfect aan de sierlijke art nouveau, de trend van dat moment.

Versiering, je kon het zo gek niet bedenken dieels, seringen, chrysanthen, vogels, vissen, spinnen en slangen. In welke stijl eigenlijk? Half-Japan, half-naturalistisch, delicaat en verdelijkt tot in het extreme.

In hun lefdadigheden en beschrijvingen kwamen de internationale critici woorden tekort. En dan die verbaasende technische Eierschaalporselein is zeer dun, kwetsbaar porselein dat zelfs licht doortraat. Zo dun dat het enkel glanzig lijkt. Oorspronkelijk want de techniek uit de 17^e eeuwse Chinese Ming-dynastie, voorbehouden aan het keizerlijke hof van Hapi.

SUCCESS FOU VOOR HAPPI FU

Maar vanaf 1894 maakte de Haagse plaatwerkfabriek Rozenburg haar eigen eierschaalporselein; voor een ander select publiek. IJeliefhebbers. Hun lazeproduct was zo konthar dat het zich al tijdens de expositie tot statussymbool ontwikkelde. Allen artiesten, de adell, gefortuneerde wetenschappers en industriellen en musea konden zich Rozenburg veroorloven. Een Franse componist, Albert Cahen, zocht voor zijn stapelstuk een kostbare chocolade-ketel uit, terwijl de klassieke prinses Marie Terlich een compleet serieus amschakke. Vooral voorwerpen in mauve-bruine waren "in succes fuo".

De verengenoediger liet de fabriek in Den Haag geregd nieuwe stukken in mauve bij-

EEN COMPLEET SERIEES VOOR DE RUSSISCHE PRINSES MARIJE TSENCHIF

makten. Exclusieve winkels zoals Alexandre in St. Petersburg, Tiffany & Co in New York en Walter Kimball & Co in Boston plaatsen enorme orders.



Eierschaalporselein, 1900-1901, Plaatwerkfabriek Rozenburg, Den Haag; portaalbuis collectie van Collectie Museum de Elzeviers, Den Haag

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Rozenburg sette op de wereldtentoonstelling 25.000 gulden om. (Dat is omgerekend nu zo'n 1.400.000,-) Aan wereldtentoonstelling werd voor zo'n 12.500 gulden verlost.

Gifsboum Rozenburg zich ook erin op internationale handteentoonstellingen in Turijn en St. Louis (link manifesteerd opstelle vooral die van Parijs in 1900 een cruciale rol. Voor het eerst kreeg de arteel art nouveau een podium waarop Rozenburg, als meest in het oog springende Nederlandse aardewerkfabriek, zich van buitenlandse concurrenten onderscheidde. De lang naar de Delfts blauw-erfgoed was voorbij. Met technische en artistieke innovatie zette Rozenburg Nederlandse keramiek volop in de aandacht als Dutch Design van vier eeuwen toe.



Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Eens Kabin van Vint

Van 'Oop, ontwerp: Alex Bakker, 1990; De Elzeviers, Den Haag; Ontwerp: Pinxten (Gulder)

