

BOEKENWEEK

Mannen houden niet van winkelen, zo wil het verhaal. Maar er zijn uitzonderingen. Schrijver Kees 't Hart kan er geen genoeg van krijgen.

JOEP VAN RUITEN

De Boekenweek, tot en met 23 maart, is bedacht om zoveel mogelijk lezers naar de winkel te lokken met als uiteindelijk doel hen de portemonnee of de pinpas te laten trekken. Maar hoe krijg je ze zover? Schrijver Kees 't Hart verdiepte zich in het fenomeen van het kijken en het uiteindelijk kopen en schreef een roman over een man die alles weet van warenhuizen – met of zonder boekwinkel.

Op uitnodiging van Nico Vanderveen, directeur van warenhuis Vanderveen, reisde 't Hart naar Assen om te vertellen over *De rode olifant*, een even geestig als informatief boek waarin een warenhuis-expert wordt gevraagd onderzoek te doen naar de mogelijkheid van een warenhuismuseum. Dat loopt fout. Al snel wordt duidelijk dat de deskundige zijn advocaat iets duidelijk moet maken.

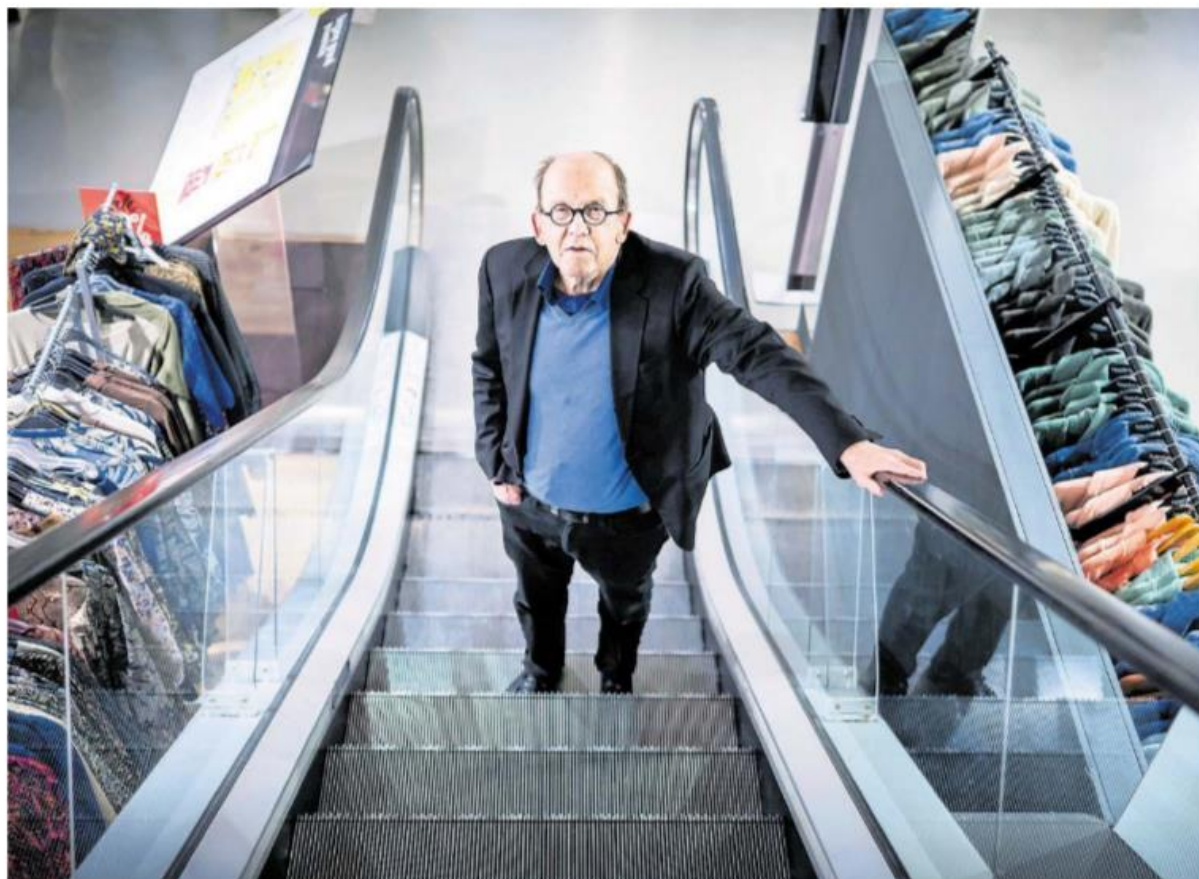
Wie wil weten wat dat 'iets' is, moet in ieder geval het laatste hoofdstuk lezen. Boeiender is uiteraard wat daaraan voorafgaat, we hebben het per slot van rekening over een roman. Daarbij, en dat zal iedere enthousiaste warenhuisbezoeker beamen, het plezier vindt niet plaats bij de kassa. Het plezier begint op het moment dat deuren van de winkel opengaan en de drempel wordt gepasseerd.

GRENZELOZE OUWEOER

Waar menig man op dat punt alle energie uit het lichaam voelt wegzakken, voelt Kees 't Hart (Den Haag, 1944) warme gevoelens opkomen. „Ik voel me thuis in warenhuizen. Wat het is, weet ik niet. Het zal wel iets in mijn jeugd zijn”, vertelde hij op de vijfde verdieping van Vanderveen aan een klein gezelschap onder leiding van gespreksleider Annette Timmer. „Nu nog, ook als ik in het buitenland een hypermarkt bezoek met gangen waar tachtig merken spaghetti zie, ik vind het bevrijdend.”

In *De rode olifant* is een man van een jaar of 40 aan het woord die denkt te weten hoe warenhuizen het beste kunnen functioneren. „De ik-figuur is een grenzeloze ouwehoer. Dat ben ik niet, ik ben tamelijk rationeel”, omzeilde de schrijver vragen over het vermeend autobiografische karakter van zijn werk. „Hij is een technicus, hij heeft bedrijfskunde gestudeerd. Hij is geen lezer. Ik ben dat wel. Hij heeft maar één boek gelezen: *Au bonheur des dames* van Émile Zola, een roman uit 1885 over het toenmalige warenhuiswezen.”

De ik-figuur heeft uitgesproken opvattingen. Van kunst heeft hij geen hoge pet op. Consumeren is allesbehalve minderwaardig. Mu-



Kees 't Hart schreef met *De rode olifant* een roman over een warenhuisdeskundige. FOTO: CORNÉ SPARIDAENS

Literair loflied op het warenhuis

sea zijn voor dagjesmensen, beweert hij. Warenhuizen zijn er voor de bevrijding. In musea is de keuze door conservatoren gemaakt. In warenhuizen kiest het publiek. Musea perken in. Warenhuizen breiden uit.

WERELDGEVOEL

De rode olifant onthult geheimen over de ideale inrichting van het perfecte warenhuis en pleit onder meer voor opzet zodat klanten wel naar binnen, maar niet naar buiten kunnen. De roman bevat daarnaast allerlei definities zoals 'een winkel is een opslagplaats van stilstand waarin de klant rondzweeft' en stellingen als 'als je in een warenhuis rondloopt, verdubbel je het wereldgevoel'.

Interessant is dat 't Hart, die jarenlang in Leeuwarden woonde, warenhuisbezoek koppelt aan religie en rituelen. Het brengen van offers speelt een belangrijke rol in warenhuizen, beweert de hoofdpersoon. Hij verwijst meermaals naar het fenomeen *potlatch* waarbij twee partijen de onderlinge vrede proberen te bewaren door elkaar te overtroeven met iets wat lijkt op het aanbieden van koopjes en aanschaffen van producten.

En passant wordt de wereld van consultants op de hak genomen. Veelzeggend is dat 't Hart zijn hoofdpersoon zoveel 'wijsheden'

laat uitkramen dat de lezer op den duur niet meer weet wat zin of onzin is. Uiteindelijk wordt onduidelijk wat de held nastreeft. Ook opvallend: op een gegeven moment dreigt het verhaal ten onder te gaan aan taal en opsommingen. 'Het is allemaal een kwestie van keuzestrategie en perspectiefverbetering', beweert de hoofdpersoon ergens.

'GOED ZWERVEN'

Dat alles is natuurlijk leuk en aardig, vooral voor liefhebbers van literatuur in het algemeen en het werk van Kees 't Hart in het bijzonder, zeker in de Boekenweek. Vraag is ook hoe een schrijver van de ultieme warenhuisroman kijkt naar het meest prominente warenhuis van Drenthe.

„Prachtig natuurlijk”, oordeelde 't Hart. Zelf is hij liefhebber van

kijken en kopen en voorstander van warenhuizen die de klant in een roes doen belanden. In Assen kan dat. „Het is een labyrint. Hier kun je goed zwerven. Dit roept koopgevoel op.”

Nico Vanderveen hoorde het met grote belangstelling en zichtbare tevredenheid aan, vermoedelijk ook omdat hij eigenaar is van maar liefst dertig exemplaren van de roman *Au bonheur des dames*. Waar veel warenhuizen zijn verdwenen, denk aan Vroom & Dreesmann, staat het imperium van zijn ondernemende voorouders al 127 jaar overeind. Hoe kan dat?

Waarop Vanderveen onder meer vertelde over het belang van entertainment en beleving, over het organiseren van modeshows en lezingen, over de aanwezigheid van een galerie en bijeenkomsten getiteld Kadetje Cultuur – allemaal zaken die door de hoofdpersoon in *De rode olifant* worden verfoeid.

„Het is niet makkelijk. Het is hard werken”, voegde Vanderveen toe. „Het warenhuis is het symfonieorkest van de detailhandel. Zoets kan maar op een paar plekken in het land bestaan.”

't Hart slaakte een zucht van bewondering. „Mijn hoofdpersoon had het kunnen zeggen. Had ik deze vergelijking maar eerder gehoord, dan had ik 'm een plek in mijn roman gegeven.”



De rode olifant van Kees 't Hart is verschenen bij uitgeverij Querido. Prijs: 22,99 euro (255 blz.) De Boekenweek loopt tot en met 23 maart.

Zaterdag 29 maart vertelt de in Afghanistan geboren Hedayatullah Amid op de vijfde etage van Warenhuis Vanderveen in Assen over zijn werk als persfotograaf. Aanvang: 12 uur.

'Gangen waar ik tachtig merken spaghetti zie, ik vind het bevrijdend'