

De Rode Olifant

Ander werk van Kees 't Hart

- Vitrines* (verhalen, 1988)
Land van genade (roman, 1989)
De neus van Pinokkio (roman, 1990)
Zwembad (roman, 1992)
Blauw Curaçao (roman, 1996)
Kinderen die leren lezen (gedichten, 1998) Ida Gerhardt
Poëzieprijs 2000
De revue (roman, 1999) Multatuliprijs 2000
De ziekte van bewondering (essays, 2004)
Ter navolging (roman, 2004)
Het mooiste leven... (reportage, 2006)
De krokodil van Manhattan (roman, 2006)
De kunst van het schrijven (essays, 2007)
Ik weet nu alles weer (gedichten, 2008)
De keizer en de astroloog (roman, 2008)
Engelvisje & andere verhalen (2010)
Hotel Vertigo (roman, 2012)
Teatro Olimpico (roman, 2014)
Het gelukkige schrijven (essays, 2015) J. Greshoff-prijs 2016
Wederzijds (roman, 2017)
De ziekte van Weimar (roman, 2019)
VICTORIEN, *ik hou van je* (verhalen en beschouwingen, 2021)
Pleidooi voor pulp (pamflet, 2022)
Het vogelkerkhof (gedichten, 2023)

Kees 't Hart

De Rode Olifant



Amsterdam · Antwerpen
Em. Querido's Uitgeverij BV

2025

De auteur ontving voor het schrijven van deze roman
een subsidie van het Nederlands Letterenfonds.

Nederlands
letterenfonds
dutch foundation
for literature

De uitgever heeft getracht alle rechthebbenden te achterhalen.
Aan hen die desondanks menen aanspraak te kunnen maken
op enig recht, wordt verzocht contact op te nemen met
Em. Querido's Uitgeverij BV, Weteringschans 259,
1017 XJ Amsterdam.

Copyright © 2025 Kees 't Hart
Voor overname kunt u zich wenden tot Em. Querido's
Uitgeverij BV, Weteringschans 259, 1017 XJ Amsterdam.

Omslag Brigitte Slangen
Omslagbeeld en foto auteur Euf Lindeboom

ISBN 978 90 214 8815 8 / NUR 301
www.querido.nl

Voor Euf

Inhoud

Dr. H. Fritzen 1	9
Trackers	29
Anna 1	44
Warenhuisgevoel	60
De Rode Olifant 1	73
Perspectiefverbetering	102
Julia	116
Dr. H. Fritzen 2	131
Anna 2	148
Overgave	160
Jeep	181
Minneapolis	193
Mall of America	206
The Story of Retail	221
Het Walker Center	231
De Rode Olifant 2	241

Dr. H. Fritzen 1

Wie vanuit Leiden Den Haag binnenrijdt, komt ter hoogte van het Malieveld aan de rechterkant langs een groot in donkerrood steen opgetrokken gebouw. Het heeft een slanke toren die ver de lucht in steekt, het heet in de volksmond De Rode Olifant. Het bevat vele, vele ramen. Ik reed er jaren vanaf mijn huis in Voorschoten voorbij zonder er al te veel aandacht aan te besteden. Tot ineens een halfjaar geleden de uitnodiging binnenkwam om ‘een keer, binnenkort, op persoonlijke titel, met ons te komen praten in gebouw De Rode Olifant, het voormalige Esso-gebouw, aan de Zuid Hollandlaan 7’. Afzender ‘Whirlwind Agency’. Ondertekend door dr. H. Fritzen. Henk? Grillige handtekening. ‘Op persoonlijke titel’, als dat erbij staat springen bij mij alle verkeerslichten gewoonlijk op rood. *Off the record*, staat er ook vaak. Iemand wil iets van je. Een balletje opgooien. Waarover het zou moeten gaan stond er niet bij. En wie die ‘ons’ waren was onduidelijk. Het logo van de brief bestond uit een piepklein flatgebouw met kleine kamertjes. Een klein poppenhuis. Alleen met een vergrootglas kon ik het wat beter bekijken. Historische inrichtingen, leek het. Geen

mensfiguren. Een ridderzaal, de kamer van een scheepsbouwer, een apotheek uit de negentiende eeuw, zoiets. Interieurs uit het verleden. Weer eens iets anders dan de gebruikelijke reclameboodschappen, maar wat moest ik ermee? Geen namen, wel een adres, plus telefoonnummer. Geen e-mailadres.

Ik ben tijdens mijn Rotterdamse studietijd een keer in De Rode Olifant geweest, ergens in 1998/'99, ik ben in '75 geboren. Een faculteitsexcursie, niet verplicht, achteraf klinkt dit als een bekenenis, maar veel indruk maakte het toen niet. We kregen een lezing rondom de logistiek van 'interne en externe goederenverplaatsing', al denk ik dat dit toen anders heette. Nu is het in Rotterdam een hoofdvak, valt het onder logistiek bij bedrijfskunde en heet het *space movement*. Maar die naam kan sinds de wonderen van AI ook wel weer veranderd zijn. Zat in De Rode Olifant toen een expert op dit gebied? Geen idee. Ik was net aan mijn doctoraal begonnen. In ieder geval herinner ik me weinig van mijn bezoek. Er staat me iets vaags bij over wandschilderingen in een van de benedenzalen. Er was een grote ruimte op de derde of vierde verdieping die op het interieur van een bunker leek. Pim was met me meegegaan, we maakten ongetwijfeld flauwe grappen over de hoge toren.

Toen ik jaren later in Den Haag een consultancybureau opende en in Voorschoten ging wonen, na mijn scheiding, reed ik er vaak langs. Ik heb lang gedacht dat de hoge toren, met overal smalle ramen, er in het laatste bouwstadium bovenop is gezet, alsof hij eerst was vergeten. Ik dacht altijd dat het gebouw daarom De Rode Oli-

fant werd genoemd: de toren was de slurf van een olifant. Ik weet, nu ik dit verslag schrijf, en alles ongegeneerd uit mijn herinnering laat opborrelen, dat dit niet waar is. De naam is ontleend aan de tamelijk dwaze en uiterst gestileerde kop van een olifant die vlak boven de hoofdingang is gemetseld. Hij lijkt meer op een vogelkop dan op die van een olifant. Het is een beeldhouwwerk van Joop van Lunteren, geheel in de stijl van Jacob Oud, de ontwerper van het monument op de Dam in Amsterdam. Art deco.

Er gaat iets dreigends van het gebouw uit. Het leek me uitgesloten er een warenhuis in te beginnen. Ik vraag me dat vaak af bij grote gebouwen. Vakidiotie, vergeet het maar, te gesloten, te veel naar binnen gekeerd, te weinig ademkracht. Het gebouw bevatte geen ruimtelijkheid, in die termen denk ik vaker bij gebouwen. Misschien omdat het een eenzame indruk maakte, het is verleerd te spreken, zoiets dacht ik ook, het ligt daar in zichzelf verzonken, zwijgzaam, aan alle kanten vrij van aanleunende gebouwen. Gebouwen moeten spreken en warenhuizen al helemaal. Veel aandacht besteedde ik er verder niet aan, geen haar op mijn hoofd die erover dacht er nog een keer een bezoek aan te brengen. Dan kun je in Den Haag, dat bol staat van dit soort gebouwen, wel aan de gang blijven.

Het gebouw heeft dus iets geheimzinnigs, iets berekenends, ik vind het zelfs iets doortrapts hebben, dat woord schiet me nu te binnen. Het deed me ook denken aan een gebouw aan Central Park in New York waar de film *Ghostbusters* voor een deel is opgenomen. Ik ben er een keer langsgelopen. De regisseur liet het via een lage cameravoering dreigend overhellen om de bioscoopbezoekers in de juiste stemming te brengen. De duivel huisde

erin, was de suggestie, maar dat kun je uiteraard over zo ongeveer alle gebouwen uit die periode denken. De Rode Olifant helt niet echt dreigend voorover, het is nu eenmaal een krachtig gebouw, ouderwets, het is niet in zichzelf verzonken, geen sprake van, het is niet doortrapt, ik moet mezelf niet te vaak aan dit soort projecties overleveren, al levert dit type denken soms goede ideeën op.

Architecten zien gebouwen snel als personages in een film. Ze hebben een bestaan, in dit soort termen praten en denken ze erover, ze 'leven', ze 'dromen', ze zijn 'stevig van karakter', ze 'staan open', u kent het wel. De vastgoedmensen die ik ken, ik ken er veel, doen het ook, en ik merk dat ook ik de neiging heb gebouwen leven in te blazen. Soms stelde ik me voor dat in het binnenste van De Rode Olifant, wie weet verspreid over de ruimtes op de verdiepingen, allerlei rituelen plaatsvonden. Dat is het kind in me. Inwijdingstaferelen. Dat denk ik ook snel bij winkels en warenhuizen.

Er wappert de laatste jaren een weinig duistere vlag hoog op de top van de toren, een lichtblauwe vlag, met daarop in heldergele letters de naam van het bedrijf dat het gebouw in beheer heeft. Traces. Vroeger was er ook een vlag, wat daarop stond weet ik niet meer. Ik ben gevoelig voor indrukken van gebouwen, heb ik altijd gehad, het is een sterk punt van me bij de beoordeling van de geschiktheid van gebouwen voor doorverkoop. Ik laat ze tot me spreken. Bij vergaderingen met vastgoedcollega's leg ik er de nadruk op. Laat je gevoel toe. Bij dit gebouw dacht ik ook aan een open gevangenis. Misschien lag dat aan de vele kleine ramen, die het de indruk van een gevangenis geven, of aan de merkwaardige architectuur van

het geheel. Ik bemerkte, toegegeven, dat ik na de uitnodiging van Fritzen regelmatig de neiging moest onderdrukken het gebouw plechtig te groeten.

Al dit soort twijfelachtige bespiegelingen, die me eerder amuseerden dan dwarszaten, kregen dankzij de uitnodiging ineens een veel concretere invulling. Waarom wilde Fritzen me spreken? Kende hij mijn bureau? Mijn adviezen berusten vooral op mijn kennis over en ervaring met de inrichting van winkelbedrijven en warenhuizen. Voor zover die laatste nog bestaan. Ik ben een vaardig schrijver, mijn offertes zijn succesvol, mijn eindrapporten helder, ik hoor het vaak, ik verkoop geen knollen voor citroenen. De meeste van mijn collega's hebben de neiging bij hun reorganisatieadviezen ('herschikking') naar de toekomst te kijken, 'verplaatsing naar de toekomst' schrijven ze dan, ik betrek er toch graag het verleden bij. Ik haal de vooronderstellingen binnen ons gebied erbij, die de meeste retailspecialisten nauwelijks meer kennen, of niet willen kennen. Het geritualiseerde van winkels en warenhuizen, de geschiedenis, de zwarte gaten die niemand meer ziet, de geslaagde mislukkingen (die zijn er!), de vergeten verlangens, de droom van vrijheid en de 'angst' voor dit alles. 'Angst' in de Engelse betekenis, niet onze 'vrees', die overigens flink kan opspelen bij warenhuisbezoek (vraag uw kennissen er maar eens naar), eerder de huivering: de 'huivering' voorafgaand aan de koop van een product, die altijd op de achtergrond meefluistert, ik herinner u aan onze lange gesprekken hierover. De ontrechte teeloorgang van de warenhuis- en winkelindustrie, u weet hoe ik erover denk, heeft hier veel mee te maken. Ik denk

dat u elementen uit onze gesprekken goed voor uw pleidooi bij mijn rechtszaak kunt gebruiken, maar ik laat dat verder aan u over. Het is overigens niet de bedoeling dat dit verslag van de gebeurtenissen openbaar wordt gemaakt.

Je moet tegenwoordig van goeden huize komen om nog een succesvolle 'zaak van steen', zoals wij winkels en warenhuizen noemen, op te zetten. 'Stone business' zeggen ze in Engeland en Amerika spottend. Collega's uit de financiële wereld, de gezondheidsindustrie, de computerbusiness en de bouwwereld nemen ons allang niet meer serieus. Ik adviseer de dapperen en de dwazen, de laatsten der Mohikanen, de volhouders, wellicht tegen beter weten in. Achter mijn rug lachen collega's uit de andere gebieden ons uit, maar ik boek nog steeds successen. Zie de bouw van Westfield Mall of the Netherlands in Leidschendam, waar ik bij de verdeling van de winkelposities succesvolle compromissen wist te sluiten. Ik hou van mijn werk, ik hou van winkels, winkelcentra en vooral van warenhuizen.

Dit gebouw heeft iets van een museum, misschien komt daar mijn lichte weerzin vandaan. Het 'museumidee' propageerde men in het begin van de twintigste eeuw graag bij de bouw van grotere complexen. Niet alleen kantoor- en winkelbouwsels werden met overspannen kunstgedachtes in het achterhoofd ontworpen, ook binnen de warenhuisarchitectuur gold deze bouwopvatting als beslissend. Het museumidee bracht hybride ontwerpen voort: een museum moest zowel een kermis, een tem-

pel als een herinneringsmonument zijn. Ik ben niet principieel tegen deze bouwsfeer bij grotere winkels, maar je moet niet overdrijven. Gedachtes oproepen aan tempels en paleizen bij de bouw en inrichting van warenhuizen, dat is toelaatbaar, misschien zelfs noodzakelijk, maar het historische idee van musea (de reis van tijdsbeeld naar tijdsbeeld, van catalogus naar catalogus) dient bij warenhuizen helemaal te worden losgelaten. Geen opeenvolgingsgedachte in de tijd graag in warenhuisarchitectuur en -inrichting, geen inkadering en rigoureuze keuzes ('alleen de grote werken'), maar vrijheid van beweging, toevalbeheersing, waardering van het kleine en nadruk op uitbreiding en verdieping van ritueel en ceremonie bij warenhuisbezoek. In musea richt men zich op keuzes die in het verleden door kenners zijn gemaakt, het verticale denken in tijdselementen heeft daar de overhand, chronologie noemt men dat. Ik pleit voor meer horizontaal denken, dat in winkels en warenhuizen veel beter van de grond komt, ik kom er nog op terug.

Kopers van producten zijn geen museumbezoekers, houd ik mijn klanten voor. Musea houden niet van toeval, warenhuizen wel. In musea voel je je als bezoeker verplicht aan geschiedenis en schoonheid te denken. In een warenhuis of koopcentrum gaat het om vrijheid, uitbreiding en impulsgevoel. De optimalisatie daarvan. Musea perken in, wij breiden uit, dat is het grote verschil. Een klassieke façade, tempelachtige zuilen, een semikerkelijk interieur, dat is bij ons niet verboden, een vijver bij de ingang of ergens in het centrum ('the heart') bij de voedselketens: mag allemaal. Dat is de klassieke *department store*-architectuur. Daar kunnen toeval, impuls en het offergevoel

goed tot hun recht komen. Offerbereidheid vergroten via rituele beleving van het warenhuis, daar gaat het volgens mij om. Zowel klassieke als hybride denkrichtingen dwars door elkaar monteren. In het managementdenken ruimte laten voor de impuls, tegenspraak en illusies. Probeer inconsequent te zijn, de klant voelt dat en geeft er zelf graag aan toe. Zie de architectuur van Harrods en Selfridges in Londen.

Iedereen wil tegenwoordig glas in winkelcentra, een vliegvelduitstraling, ik raad het niet echt af, maar stel er vragen bij. Is glas inderdaad transparant? Of dempt het de lustgevoelens? Ook in De Rode Olifant is veel glas gemonteerd, gelukkig op een niet-opdringerige manier, dat is een sterke kant ervan, ik bedoel, dat geeft er een klassiek warenhuisachtige uitstraling aan. Die helaas weer wordt tegengesproken door de museale art-decosfeer van het basisontwerp. In klassieke musea overheerst nu eenmaal het verleden, in de moderne museumarchitectuur is opschepperig glas het hoofdelement van de bouw. Laat ze hun gang maar gaan, denk ik altijd, het wordt nooit wat zolang ze een strikt keuzebeleid blijven voeren. Deze kunst wel en deze niet, deze kunstenaar is achterhaald en deze niet. En de slechte kunst opgehokt in treurige magazijnen. Verbod op het zelf denken bij de museumbezoeker! Nooit aan toegeven in het winkelbedrijf! De producten zijn altijd gelijk! In Amerikaanse malls is de vijver (broedplaats) nog steeds de centrale ontmoetingsplaats. Omringd door eetgelegenheden. In musea... Maar goed, ik moet u niet te veel lastigvallen met deze debatten over verschillen en overeenkomsten tussen musea en warenhuizen en in het algemeen winkelbedrijven die bij ons al-

tijd de kop opsteken. Al kan een bredere bekendheid hierover bij het publiek natuurlijk geen kwaad.

Ik belde na een paar weken mijn oude vriend Pim, ik ken hem al sinds mijn middelbareschooltijd in Nijmegen. Tijdens mijn studie woonde ik bij hem in een studentenhuis in Delft, ik reisde op en neer naar Rotterdam. Hij studeerde bouwkunde.

‘Ken jij ene Fritzen?’

‘Nee, wat doet hij?’

‘Hij zit in dat gebouw vlak bij het Malieveld waar we een keer waren, weet je nog? Met die hoge toren erop. Het oude Esso-gebouw.’

‘Stol was er toen bij.’

‘Ja, Stol en jij gingen mee.’

‘Mooi gebouw. Ik weet er verder niks meer van.’

‘Jij was toen nog met Saskia,’ zei ik.

‘Toen nog?’

‘Ja, toen nog.’

‘Ik zal informeren.’

‘Het gebouw wordt tegenwoordig De Rode Olifant genoemd.’

‘God bewaar me, wat wil hij van je?’

‘Ik weet het niet, een warenhuis beginnen?’

‘Hahaha.’

‘Weet je iets over Whirlwind Agency?’

‘Nooit van gehoord.’

Had ik een aarzeling gehoord toen ik de naam Fritzen noemde? Of bedenk ik dat achteraf?

Stol pleegde een jaar na ons bezoek zelfmoord. Pim zit in de stadionbouwbusiness, overkappingen, met de ramp bij AZ had hij gelukkig niks te maken. Ook bij de bouw van de opslagbunkers van Amazon, Bol.com en Action was hij betrokken, dat is zijn nieuwe terrein. Hij kent mijn plannen om daar evenementen in of bij te organiseren. Ik heb hem wel eens tips gegeven. Tot nu toe zonder succes, maar succes moet je in onze wereld opbouwen, ‘masseren’ noemen we dat. Professioneel hebben we weinig met elkaar te maken, retail is zijn business niet, ‘onbetrouwbaar volk’, zegt hij altijd. En dan kijkt hij spottend in de verte.

In de psychologie van de stadionbezoeker en hoe stadionbouw zich daarbij kan aansluiten, of er juist tegen in kan gaan, was hij nooit geïnteresseerd. Vandalisme als voorwaarde van de bouw, mijn ideeën hierover vond hij niks. Na Delft heeft hij eerst de Rietveld Academie gedaan, kunstaspiraties, maar dat ging voorbij, zijn vrouw zit in de museumwereld. Hij werkt sinds een paar jaar bij Van Wijnen, die zich de laatste tijd ook met musea bezighoudt. Ze hebben geprobeerd het nieuwe museum van Wim Pijbes in Rotterdam binnen te halen, Pim noemt het spottend het Wim Pijbes Museum. En dan mag jij de overkapping maken, zei ik. Van Wijnen is tegenwoordig geïnteresseerd in de herinrichting van panden in binnensteden die in waarde beginnen te dalen, Achmea Real Estate huurt me vaak in voor adviezen. Ik zit af en toe bij de waardevergaderingen van hun assetmanagers. Meestal hebben die alleen de bedoeling een gunstig moment voor doorverkoop in te plannen, soms zit er een of ander retailplan achter, om ‘stenen in goud te laten veranderen’. Ja, geestig zijn we in mijn wereld wel. Een succesverhaal

uit Singapore of Doha naar Nederlandse binnensteden verplaatsen.

Émile Zola (1840-1902), de Franse schrijver, laat winkelleigenaar Mouret zich in zijn roman *Au Bonheur des Dames* (1883) al flink verdiepen in de toenmalige warenhuisideeën (waren er niet veel, ja, geld verdienen). Hij slaagde er pas na veel moeite, en in goed overleg, in om kleine specialistische bedrijven die zich nog in de buurt van zijn reusachtige warenhuis bevonden, eruit te werken, op de markt te brengen, zouden we nu zeggen. Mouret liet het personeel nooit in de steek. Men droeg hem op handen. Zola's boek noem ik hier niet voor niets, het is voor mijn carrière en opvattingen belangrijk geweest. Nog altijd trouwens. Ik kocht een keer in Delft op een rommelmarkt een vertaling, een klein blauw boek, het past makkelijk in een binnenzak. Later kocht ik een eerste Franse druk. Misschien hebben de rechter en de officier van justitie het in verband met mijn zaak gelezen; als ik u was, zou ik navraag doen.

Na mijn studie in Rotterdam (technische bestuurskunde, specialiteit 'citybuilding', het heet nu anders), ik was 24 toen ik klaar was, ging ik naar de КМА in Breda, de beroepsofficiersopleiding. Ik bracht het op mijn 36ste al tot majoor bij verschillende logistieke afdelingen van de genie, maar kon er mijn draai niet vinden, wat me spijt. Samenwerking is niet mijn sterkste kant, daar had het mee te maken. Ik functioneer het best in een-op-eensituaties, dat kwam eruit toen ik opging voor de Hogere Defensie Vorming, heette vroeger de Hogere Krijgsschool, en de baas daarvan (luitenant-generaal Dijkman, nu met

pensioen) me in een gesprek afraadde de hele mikmak (zijn term) te doorlopen.

Ik verliet de dienst en startte een bedrijf in retailmanagement van ‘dry goods’, eerst meer in de humanresourcesrichting, waarmee ik me overigens nog steeds bemoei, vooral met de herplaatsing van hoger winkelpersoneel, later meer bij de opzet en (her)inrichting van grotere winkelcentra en -bedrijven. Toen alles nog koek en ei was in deze mooie bedrijfstak. Minstens eens in de acht jaar herinrichten is mijn advies!

In het begin van mijn carrière gaf ik voor een scholingsbedrijf eendaagse herscholingscursussen aan winkelpersoneel. Uiterst lucratief: vijfhonderd man in een grote zaal, ’s middags tussen één en vier, vaak in het Beatrix Theater in Utrecht, en daar dan tegenaan praten. Vrolijkheid, grappen maken, ze doorzagen over de hoogte en diepte van toonbanken, de voor- en nadelen ervan, de gedachtewereld erachter (toonbanken als altaren), pleidooien voor het toonbankloze tijdperk (achttiende eeuw) citeren uit *Au Bonheur des Dames* van Zola. De rituelen van het winkelend publiek, eerst altijd goed voor gelach en applaus, vervolgens voor grote ernst. De uitstalling als verleiding.

Ik was er goed in, peptalk, ze hingen aan mijn lippen, ik deed geen Emile Ratelband-act, al zat het er dicht tegenaan. Ik stelde de managementlaag altijd voor als doetjes, maar niet te erg, je moet de erotiek tussen hogere en lagere werknemers niet de kop indrukken. Geef er bestaansrecht aan. De illusie van de eigen uitstalling, je bent zelf een uitstalling, dat riep ik vaak, dan werd er voorzichtig gelachen.