

“TOUTES FACILITÉS DE PAIEMENT!”

DE GESCHIEDENIS VAN HET CONSUMPTIEKREDIET: DE
BELGISCHE PIANOMARKT, 1887-1918

Aantal woorden: 21 273

Stan Pannier

01203103

Promotor: Prof. dr. Frank Caestecker

Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van:

Master of Science in de Algemene Economie

Academiejaar: 2017- 2018

VERTROUWELIJKHEIDSCLAUSULE/ CONFIDENTIALITY AGREEMENT

PERMISSION

Ondergetekende verklaart dat de inhoud van deze masterproef mag geraadpleegd en/of gereproduceerd worden, mits bronvermelding.

I declare that the content of this Master's Dissertation may be consulted and/or reproduced, provided that the source is referenced.

Naam student/name student:

Stan Pannier

Handtekening/signature:

Woord vooraf

Deze scriptie had niet tot stand kunnen zonder de hulp van een aantal mensen. In de eerste plaats wil ik mijn promotor, professor dr. Frank Caestecker, bedanken voor alle behulpzame literatuurtips en opmerkingen, de uitgebreide feedback op mijn onderzoekswerk en het steeds snel beantwoorden van al mijn vragen. Daarnaast wil ik ook de archivariissen van het Rijksarchief in Brussel bedanken, die me hielpen veilig en wel naar de Belle Epoque te reizen, en het personeel van de Boekentoren, immer vriendelijk, hoeveel werk ik hun ook bezorgde. Graag bedank ik tevens mijn ouders, vriendin en vrienden voor alle steun tijdens het voorbije jaar. Ten slotte bedank ik Meike, Ruth, Yasmina en mijn ouders voor het grondig nalezen van deze scriptie. Alle hier nog resterende fouten, hetzij vormelijk, hetzij inhoudelijk, zijn louter te wijten aan mezelf.

Inhoudsopgave

Woord vooraf	v
Inhoudsopgave	vii
Lijst van gebruikte afkortingen	ix
Lijst van figuren en tabellen	x
DEEL I. INLEIDING	I
1.1 Inleiding: consumptiekrediet en schuld vandaag	I
1.2 De genealogie van het consumptiekrediet: de eerste vormen van afbetalingskrediet in de literatuur	4
1.3 De casus: Piano's Riesenburger (1887-1918)	8
1.4 Structuur en chronologie	10
DEEL II. DE ONTWIKKELING VAN CONSUMPTIEKREDIET VANAF DE NEGENTIENDE EEUW TOT NU	12
2.1 De opkomst van consumptiekrediet tijdens de negentiende eeuw	12
2.1.1 Piano's Riesenburger: een bedrijf in een bruisende en borrelende stad	12
2.1.2 Onderzoeksresultaten	14
2.1.2.1 <i>Consumptiekrediet: cijfers en motieven</i>	14
2.1.2.2 <i>Profiel van kopers op krediet</i>	20
2.1.2.3 <i>Het kredietprogramma in de praktijk</i>	24
2.1.2.3.1 De verschillende betalingsprofielen	24
2.1.2.3.2 De afbetalingen onder de loep: rente en aflossingsstructuren	27
2.1.2.3.3 Schuldenaars en schulden	32
2.1.2.3.3.1 De juridische status van afbetalingskrediet tijdens de negentiende eeuw	32
2.1.2.3.3.2 Het afbetalingscontract als 'gentlemen's agreement'?	33
2.1.2.3.3.3 Schulden: een vrouwelijke kwestie?	36
2.1.3 Tussenbesluit: afbetalingskrediet in de negentiende eeuw	36
2.2 Consumptiekrediet tijdens het interbellum	37
2.3 Na de Tweede Wereldoorlog	39
2.3.1 West-Europa na WO II: investeren, niet consumeren	39
2.3.2 Consumptiekrediet in West-Europa tijdens de jaren 50 en 60: regulering en maatschappelijke aanvaarding	40
2.3.2.1 <i>Regulering vanaf de jaren 50: consumptiekrediet aan de leiband</i>	40

2.3.2.2 <i>Het nieuwe sparen</i>	42
2.3.3 Consumptiekrediet vanaf de jaren 70	44
2.3.3.1 <i>Deregulering, liberalisering en de opkomst van een nieuwe kredietvorm</i>	44
2.3.3.2 <i>Toenemende schulden en nieuwe consumentenbescherming in België</i>	47
2.3.3.3 <i>Het Single Market Programme: consumptiekrediet in het vizier van de EU</i>	50
DEEL III. DE PIANO ALS CULTUREEL EN SOCIAAL BAKEN TIJDENS	
DE BELLE EPOQUE	51
3.1 Inleiding	51
3.1.1 Een sociologische basis: Elias, Bourdieu en Veblen	51
3.1.2 Protest tegen de piano	54
3.2 De piano tijdens de twintigste eeuw	55
3.2.1 “Tout le monde pianiste sans étude”: de automatische piano en de impact op de sociale status van de piano	55
3.2.2 “The only business for the future!”: Riesenburger en de technologische vooruitgang	56
3.3 Besluit	57
DEEL IV. ALGEMEEN BESLUIT	59
Bronnen & Bibliografie	62
1. Historische bronnen	62
2. Statistische bronnen	62
3. Bibliografie	63
Bijlagen	72

Lijst van gebruikte afkortingen

ARA	Algemeen Rijksarchief
ARA2	Algemeen Rijksarchief 2, Depot Joseph Cuvelier
SAB	Stadsarchief Brussel

Lijst van figuren en tabellen

Lijst van figuren

Figuur 1	Omzet (in frank) en aantal verkochte piano's, 1887-1916.	13
Figuur 2	Aandeel van krediet en contante betalingen (in %) binnen het totaal aantal verkochte piano's, 1887-1916.	17
Figuur 3	Omzet (in frank) vier meest verkochte pianomerken, 1887-1916.	19
Figuur 4	Aantal klanten Riesenburger per Brusselse gemeente, 1910-juli 1914.	21
Figuur 5	Relatie gemiddelde prijs (in frank) en aandeel (in %) verkoop op krediet per merk, 1887-1916.	23
Figuur 6	Aantal krediet-, contant- en onbekende betalingen per prijsklasse, 1887-1916.	24
Figuur 7	Totaal verstrekt krediet (in miljarden frank, prijzen van 1963), 1963-1977.	43
Figuur 8	Aandeel door banken en verkopers verstrekt consumptiekrediet in totaal uitstaand consumptiekrediet in België (in %), 1960-1985.	46
Figuur 9	Totale verschuldigde saldi consumptiekrediet (in miljard €) en aantal in gebreke zijnde schuldenaars, 1994-2011.	48

Lijst van tabellen

Tabel 1	Aantal pianohandelaars en -fabrikanten in Brussel, 1887-1914.	18
Tabel 2	Statistieken pianoverkoop van 8 Brusselse gemeenten, 1910-juli 1914.	22
Tabel 3	Betalingsprofiel klanten Riesenburger, 1911-1918.	25
Tabel 4	Daadwerkelijk betaalde maanden ten opzichte van verschuldigde maanden (in %), 1911-1918.	27
Tabel 5	Structuur en lengte afbetalingsprogramma's klanten Riesenburger, 1911-1918.	29
Tabel 6	Gemiste maanden door afbetalende klanten Riesenburger, 1911-1918.	30
Tabel 7	Aandelen voorschot en periodieke som in afbetalingsprogramma's van het type ABBB, 1911-1918.	31

DEEL I. INLEIDING

1.1 Inleiding: consumptiekrediet en schuld vandaag

Tien jaar geleden werd de wereldeconomie opgeschrikt door een financiële crisis. Het oog van de storm bevond zich in Amerika, waar het achteloos verstrekken van krediet aan *subprime* gezinnen gestuwd door een lage rente een gigantische zeepbel had gecreëerd. Het ging daarbij in de eerste plaats om vastgoedkrediet: tussen 1989 en 2004 verdubbelde het aandeel huishoudens met een laag inkomen dat een hypotheeklening had uitstaan. De stijgende huizenprijzen zorgden er echter ook voor dat dezelfde huishoudens meer toegang kregen tot andere vormen van krediet, zoals consumptiekrediet. Het gevoel van rijkdom dat gecreëerd werd door de hoge vastgoedprijzen en alsmaar stijgende aandelenkoersen werkte bovendien consumptie in de hand. De gezinsspaarquote zou in 2005 dalen tot een naoorlogs laagterecord van 1,5% van het beschikbaar inkomen, tien jaar eerder was het nog 5,2% geweest. Veel van die consumptie gebeurde op krediet: tekenend daarvoor was de toename van kredietkaartschulden tussen 1989 en 2004 met 75%. De overheid liet betijen. De Amerikaanse economie was in de decennia voor de crisis sterk gegroeid, en de lonen van de rijkste en hoogst opgeleide burgers sterk gestegen. Het inkomen van de gewone Amerikaan was echter nagenoeg gelijk gebleven. Zijn consumptie kon dus enkel toenemen door te kopen op krediet. Geconfronteerd met de toenemende ongelijkheid en in een poging de Amerikaanse onderbuik tevreden te houden, deed de overheid niets om de buitenproportionele expansie van kredietverlening af te remmen. De totale uitstaande schulden van Amerikaanse gezinnen zouden tussen 2000 en 2007 verdubbelen. Toen de zeepbel in september 2008 barstte en de toegang tot gemakkelijk krediet onherroepelijk afgesloten werd, waren de sociale gevolgen niet te overzien. Echter, als gevolg van de effectisering van schulden kwamen niet alleen de roekeloze leners in de problemen, maar bevond het hele financiële systeem zich al snel op de rand van de afgrond.¹

“Ach, dat zijn die rare Amerikanen maar met hun onverantwoord leengedrag”, hoorde je toen vaak in Europa, en voor een deel klopte dat ook. In 2007, net voor de crisis losbarstte, had 60% van de Amerikaanse huishoudens schulden. Hun totale schuldenlast maakte in 2005 135% van het beschikbaar inkomen uit, niet-vastgoedgerelateerde schulden, dus uitstaand consumptiekrediet, waren in dat jaar goed voor 25% van het beschikbaar inkomen. Ter vergelijking: in een Europees land als Frankrijk bedroeg de totale schuldenlast van een huishouden gemiddeld slechts 64% van haar beschikbaar

¹ G. PEERSMAN en K. SCHOORS, *De perfecte storm: hoe de economische crisis de wereld overviel en vooral hoe we eruit geraken*, Gent, Borgerhoff & Lamberigts, 2012, p. 42; R. RAJAN, *Fault Lines. How Hidden Fractures Still Threaten the World Economy*, Princeton, Princeton University Press, 2010, pp. 21-45; A. MIAN en A. SUFI, *House of debt: how they (and you) caused the Great Recession, and how we can prevent it from happening again*, Chicago, University of Chicago Press, 2014, pp. 1-13; D. MARRON, *Consumer credit in the United States. A sociological perspective from the 19th century to the present*, New York, Palgrave MacMillan, 2009, p. 139; F. HEYLEN, *Macroeconomie*, Antwerpen, Garant, 2014, pp. 94-95; G. MAK, *Reizen zonder John. Op zoek naar Amerika*, Amsterdam, Atlas, 2012, pp. 126-127.

inkomen, niet-vastgoedgerelateerde schulden waren goed voor 18%. Duitsland had met 16,2% in 2007 een gelijkaardig aandeel consumptiekrediet.²

Ondanks het nog steeds aanwezige verschil in leengedrag valt niet te ontkennen dat ook in Europa de laatste decennia de financialisering van het economische leven hoogtij heeft gevierd. We hebben het hier dan in de eerste plaats over continentaal Europa - het Verenigd Koninkrijk had al langer meer Amerikaanse niveaus van kredietgebruik. Consumptiekrediet breidde zich snel uit sinds de jaren 80, als gevolg van een lage rentevoet, een toenemende deregularisering en een groeiende competitie op de markt. Tijdens de jaren 90 zou de groei alleen maar voortduren, in landen als Griekenland en Ierland, die hun eertijdse achterstand op vlak van consumptiekredietverlening inhaalden, zelfs uitgesproken.³

Ook in België heeft het consumptiekrediet zich gestaag verspreid. In 2017 hadden de Belgische gezinnen voor 24,8 miljard euro consumptieschulden uitstaan. Waar consumptiekrediet uitgedrukt in procent van het BBP op het eind van de jaren 60 nog 3,1% bedroeg, was het in 2016 5,7%. In dat jaar werden 1,7 miljard verrichtingen met kredietkaart uitgevoerd in België, goed voor een bedrag van 80,1 miljard euro.⁴

Waar komt de hedendaagse alomtegenwoordigheid van krediet, verpersoonlijkt in de kredietkaart, vandaan?

De geschiedenis van het consumptiekrediet is lange tijd onderbelicht gebleven. Tijdens de jaren 90 begon een deel van de economische wetenschap zich evenwel op het verschijnsel ‘instituties’ te richten, de ‘*rules of the game*’ die het menselijk handelen vorm geven en waartoe ook consumptiekrediet behoort. Douglas North zette de discipline op de kaart met zijn *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* uit 1990.⁵ Een jaar later schreef Martha Olney een econometrische studie over het gebruik van consumptiekrediet tijdens de jaren 20 van de vorige eeuw, waarin ze vaststelde dat Amerikaanse huishoudens tijdens het interbellum krediet aanwendden om hun consumptie te verschuiven naar duurzame goederen. In haar slotwoord schreef ze dat

² J. LOGEMANN, “From Cradle to Bankruptcy? Credit Access and the American Welfare State”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*, Palgrave-McMillan, New York, 2012, p. 212.

³ N. JENTZSCH en A. SAN JOSÉ RIESTRAS, “Consumer Credit Markets in the United States and Europe”, in: G. BERTOLA, R. DISNEY en C. GRANT, eds., *The economics of consumer credit*, New York, MIT Press, 2006, pp. 27-29. Het hogere gebruik van krediet bij de consumptie in het Verenigd Koninkrijk was één van de redenen waarom het VK niet wilde toetreden tot de euro. Omdat een rentewijziging een sterk effect zou hebben op de consumptie, wilden de Britten zelf de rente kunnen blijven bepalen, G. PEERSMAN en K. SCHOORS, *De perfecte storm*, p. 133.

⁴ G. VAN DE VYVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet in de E.E.G.-landen en in de U.S.A. (vergelijkende studie)*, Gent, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Gent, 1972, p. 121 (promotor: V. De Ridder); STATBEL, “Consumentenkrediet: Algemeen overzicht”, online dataset, 2017; NBB, *Statistisch Tijdschrift*, 2018, II, pp. 61-62.

⁵ D. NORTH, *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 152 p.

[i]f there is but one message contained in all these words, it must be the message that will surprise no historian but might intrigue a few economists: Institutions matter. Institutions can alter our economic behavior in fundamental and consequential ways.⁶

Ondanks het feit dat Olney in haar studie het belang van consumptiekrediet en, meer algemeen, instituties benadrukte, bleef verder onderzoek beperkt. In 1999 volgde er wel nog een uitgebreid werk over het thema van de hand van Lendol Calder. Hij wees erop dat de hedendaagse expansie van krediet weliswaar ongezien is, maar dat krediet altijd al aanwezig is geweest in de Amerikaanse maatschappij. Hij doorprikte daarmee de zogenaamde *myth of lost economic virtue*, die inhield dat Amerikanen tijdens de Gilded Age, die ongeveer gelijkloopt met de Europese Belle Epoque, spaarzaam zouden geweest zijn en nooit meer consumeerden dan ze konden betalen.⁷

Na de crisis van 2007 en 2008 nam de interesse voor de geschiedenis van consumptiekrediet toe. In een poging dat ‘dark continent’, aldus Calder, verder in kaart te brengen, verscheen in Amerika een sociologische analyse van de hand van Donncha Marron, die focuste op de relatie van maatschappelijke noties van vrijheid, moraliteit en zelfbeheersing met kredietgebruik en hoe deze evolueerden over de jaren heen.⁸ Enkele jaren later volgde Louis Hymans *Debtor Nation: the history of America in red ink*, een nieuwe alomvattende geschiedenis van consumptiekrediet in de Verenigde Staten.⁹ De groeiende interesse uitte zich ook in een specifiek aan het thema geweid nummer van het vakblad *Business History Review* in 2011.¹⁰ De hierboven aangehaalde literatuur is allemaal Amerikaans in opzet, en dat is niet toevallig. Lang bleef het in Europa immers stil omtrent consumptiekrediet. Vooral in continentaal Europa, want analoog met de hoger vermelde scheiding in kredietgebruik was in het Verenigd Koninkrijk wel al vroeger een aanvang genomen met het onderzoek naar consumptiekrediet.¹¹ Het tijdschrift *Entreprises et histoire* deed daarom met een themanummer in 2010 een oproep om ook de Europese geschiedenis van het consumptiekrediet onder de loep te nemen en ondernam een poging de reeds bestaande studies te bundelen.¹² Belangrijk werk werd onder meer verzet in Frankrijk door Sabine Effosse en Isabelle Gaillard en in Duitsland door Jan Logemann, die onder meer in navolging van Calder de mythe ontcrachtte dat er vroeger door de Duitse consument alleen maar contant werd gekocht.¹³

⁶ M. OLNEY, *Buy now, pay later. Advertising, credit, and consumer durables in the 1920s*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1991, 424 p., citaat p. 189.

⁷ L. CALDER, *Financing the American Dream. A cultural history of consumer credit*, Princeton, Princeton University Press, 1999, 400 p., citaat p. 161. Zie ook L. CALDER, “‘Ahead a Good Deal’: Taking the Long View of Household Debt and Credit in American Life”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, pp. 257-273.

⁸ D. MARRON, *Consumer credit*, 260 p.

⁹ L. CALDER, *American dream*, p. 9; D. MARRON, *Consumer credit*, 260 p.; L. HYMAN, *Debtor Nation: The History of America in Red Ink*, New Jersey, Princeton University Press, 2011, 379 p.

¹⁰ *The Business History Review*, 85 (2011), 3, pp. 461-675.

¹¹ Zie bijvoorbeeld S. O’CONNELL, *Credit and Community. Working-Class Debt in the UK Since 1880*, New York, Oxford University Press, 2009, 305 p. en, meer cultureel van insteek, M. FINN, *The Character of Credit: Personal Debt in English Culture, 1740-1914*, New York, Cambridge University Press, 2003, 362 p.

¹² *Entreprises et histoire*, 59 (2010), pp. 1-148.

¹³ S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France, 1947-1965*, Parijs, Institut de la gestion publique et du développement économique, 2014, 328 p.; S. EFFOSSE, “French Consumer Credit Policy in the 1950s and 1960s:

Onder leiding van diezelfde Logemann verscheen in 2012 het belangrijke *The Development of Consumer Credit in Global Perspective: Business, Regulation, and Culture*, dat met een bundeling van studies de genealogie van het consumptiekrediet verder trachtte te ontrafelen. Uit het werk bleek onder meer dat er geen sprake is van een homogene ‘Amerikanisering’ van het kredietgebruik in de wereld en dat de werkelijkheid meer divers is. Het interdisciplinaire en landsgrenzen overstijgende project moest bijdragen tot een globale geschiedenis van het consumptiekrediet, een geschiedenis die, zo schrijft Logemann in de inleiding, vooralsnog ontbreekt door het gebrek aan voldoende regionale studies.¹⁴

Deze scriptie wil zo’n regionale studie zijn. De hiernavolgende tekst zal het kredietgebruik in de Brusselse pianomarkt tijdens de Belle Epoque onderzoeken en zo een bijdrage leveren tot de genealogie van de financialisering van het economische leven in België. Was lenen om te consumeren afwezig in ons land, of was het, analoog met Calders vaststellingen voor de VS, ook in België al vroeg een gebruikelijke praktijk? Hoe ontwikkelde het consumptiekrediet zich verder? Wat waren de continuïteiten en wat waren de breekpunten ten opzichte van het kredietgebruik tijdens de negentiende eeuw? Waren de hedendaagse verschillen in kredietgebruik tussen de VS en continentaal Europa al vroeger merkbaar, of zijn ze een recent verschijnsel? Om deze en andere vragen te beantwoorden keren we eerst terug in de tijd, helemaal naar de negentiende eeuw, waar de eerste vorm van het moderne consumptiekrediet het licht zag: het afbetalingskrediet.

1.2 De genealogie van het consumptiekrediet: de eerste vormen van afbetalingskrediet in de literatuur

Wie een willekeurige vergeelde uitgave van de Brusselse *Almanach Général du Commerce et de l’Industrie* uit de periode van de Belle Epoque doorbladert en eerst de letter P, dan de pianoverkopers bereikt, kan er moeilijk naast kijken. “Vente à terme”! “Vente en 36 mois”! “Toutes facilités de paiement”!¹⁵

Het consumptiekrediet dat deze verkopers aanprezen was van het type ‘*installment credit*’, afbetalingskrediet of huurkoop in het Nederlands. De Amerikaanse econoom Edwin Seligman definieerde het als “a transfer of wealth, the payment for which is deferred in whole or in part to the future and is liquidated piecemeal or in successive fractions, under a plan agreed upon at the time of transfer”.¹⁶ Het was tijdens de Belle Epoque een relatief recente vorm van kredietverlening. Eeuwenlang

From Opposition to Control”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, pp. 183-199; I. GAILLARD, “Selling Televisions on Credit: The Rise of Consumer Loans in Postwar France”, in: J. LOGEMANN, ed. *The Development of Consumer Credit*, pp. 23-40; J. LOGEMANN en U. SPIEKERMANN, “The myth of a bygone cash economy: consumer lending in germany from the nineteenth century to the midtwentieth century”, in: *Entreprises et histoire*, 59 (2010), pp. 12-27; J. LOGEMANN, “Americanization through Credit? Consumer Credit in Germany, 1860s-1960s”, in: *The Business History Review*, 85 (2011), 3, pp. 529-550.

¹⁴ J. LOGEMANN, “Introduction: Toward a Global History of Credit in Modern Consumer Societies”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, pp. 1-20.

¹⁵ Voorbeelden uit SAB, *Almanach Général du Commerce et de l’Industrie*, 1890, 1900 en 1903.

¹⁶ E. SELIGMAN, *The economics of instalment selling*, New York, Harper and Brothers, 1927, I, p. 2.

hadden mensen in West-Europa die geld nodig hadden zich gewend tot kredietkanalen als de naaste familie of pandjeshuizen, of lieten ze hun aankopen opschrijven in het boek van de winkelier ('op de pof') om deze later te betalen. Al deze kredietvormen hadden een uitgesproken informeel karakter. Afbetalingskrediet daarentegen was veel formeler van aard, aangezien de koper er zich toe verbond na het betalen van een voorschot het resterende bedrag periodiek af te lossen.¹⁷ Deze praktijk verschilde uitgesproken van de aangehaalde klassieke kredietkanalen, waarbij de schuld doorgaans in één keer werd afbetaald.¹⁸ Nog een verschil met meer informele vormen van krediet en met hypothecair krediet, is dat het geld niet verschaft werd door respectievelijk een naaste of een bank, maar door de verkoper van het goed waarvoor het krediet nodig was.¹⁹

Ofschoon betalingen via aflossing teruggaan tot de oudheid²⁰, duiken volgens auteur Robert Lynn de eerste vormen van het moderne afbetalingskrediet op in de Verenigde Staten bij het begin van de negentiende eeuw, ten gevolge van de in 1800 gestemde Harrison Act. Die liet het toe de kostprijs van een product op te delen in vier: een kwart te betalen bij aanschaf, de andere driekwart op gezette tijdstippen in de toekomst.²¹ Tijdens de jaren 1850 kwam deze vorm van consumptiekrediet pas echt in voege. Ze werd het middel bij uitstek voor bedrijven om hun koopwaar bij een groot publiek aan de man te brengen. Landbouwinstrumenten als grasmaaiers bijvoorbeeld, maar een toestel met een nog groter potentieel doelpubliek was de naaimachine, die in de negentiende eeuw vervolmaakt werd tot een praktisch toestel bruikbaar in een thuiscontext. Hoewel een gemiddeld gezin zich een naaimachine kon veroorloven, hadden de meeste wel moeite om in één keer de benodigde som op te hoesten. Daartoe ontwikkelden producenten, met de Singer Corporation als grootste speler, vanaf 1856 afbetalingsprogramma's op krediet.²² Het was diezelfde Singer Corporation die deze vorm van krediet daarna naar Europa bracht, zodat het ook daar steeds meer in gebruik raakte bij ondernemers.²³

Ongeveer tezelfdertijd met het invoeren van afbetalingskrediet bij de verkoop van naaimachines, begonnen ook fabrikanten van piano's dergelijke betaalmogelijkheden aan te bieden.²⁴ Tijdens de achttiende eeuw was de piano al in de armen gesloten door de adel. Het instrument werd gezien als een teken van verfijndheid en status, en vervulde bovendien een essentieel onderdeel in de opvoeding van adellijke dochters. Tijdens de negentiende eeuw konden steeds meer burgers over een sterk gestegen inkomen beschikken als gevolg van de industrialisering. Niet alleen fabrikanten zagen hun welvaart

¹⁷ L. CALDER, *American dream*, pp. 37-73; D. MARRON, *Consumer credit*, p. 40; J. LOGEMANN, "Americanization", pp. 532-533.

¹⁸ L. CALDER, *American dream*, p. 157.

¹⁹ M. OLNEY, *Buy now, pay later*, p. 105.

²⁰ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, pp. 6-13.

²¹ R. LYNN, "Installment credit before 1870", in: *The Business History Review*, 31 (1957), p. 415.

²² R. LYNN, "Installment credit", pp. 415-418; L. CALDER, *American dream*, pp. 157-166.

²³ J. LOGEMANN, "Americanization", p. 532; J. COFFIN "Credit, Consumption, and Images of Women's Desires: Selling the Sewing Machine in Late Nineteenth-Century France", in: *French Historical Studies*, 18 (1994), pp. 752-753; A. GODLEY, *Selling the sewing machine around the world: Singer's international marketing strategies, 1850-1914*, Reading, University of Reading, 2000, p. 10.

²⁴ L. CALDER, *American dream*, pp. 164-165; R. LYNN, "Installment credit", p. 419.

stijgen, maar ook handelaars, winkeliers en ambtenaren profiteerden van de economische opgang. Deze *nouveaux riches* trachtten zich door middel van hun consumptie te onderscheiden van de arbeidersklassen en blijken te geven van hun verworven sociale status. Thorstein Veblen noemde een dergelijke symbolische vorm van consumptie ‘*conspicuous consumption*’, en later besteedden ook sociologen Norbert Elias en Pierre Bourdieu in hun werk aandacht aan dit gedrag.²⁵ Een belangrijke manier om blijken te geven van verfijnde smaak was door de inrichting van het woonhuis met luxe meubels, een Alexandrijnse bibliotheek of, in het kader van dit artikel het belangrijkste, een piano.²⁶ Aldus begon ook de middenklasse het bezit ervan te ambiëren en werd de piano een product van de nieuwe economische elite.²⁷ Op het moment dat de Belle Époque aanbrak was de piano zowel bij de oude adel als de burgerij niet meer slechts een muziekinstrument, het was een sociaal anker en het huiskamersymbool bij uitstek geworden van morele, financiële en culturele superioriteit.²⁸ Pianohistoricus Arthur Loesser weet in zijn *Men, Women and Pianos: a Social History* de toenemende verspreiding van de piano tijdens de negentiende eeuw enerzijds aan het rijker worden van de bevolking, anderzijds aan de rationalisering van het productieproces dat de prijs van piano’s laag hield.²⁹ In deze thesis zullen we nagaan of ook een innovatie aan distributiezijde als het afbetalingskrediet een rol speelde in het succes van de piano.

Pas na de Eerste Wereldoorlog, vooral tijdens de jaren 20, werd het experiment met afbetalingskrediet in de landbouwmachine-, naaimachine- en pianohandel fors uitgebreid. Met name het invoeren van het gebruik in de autoverkoop zorgde voor een ongeziene verspreiding van afbetalingskrediet onder de bevolking. Na de Tweede Wereldoorlog vond er een ware explosie in het gebruik van consumptiekrediet plaats, die zou leiden tot zijn alomtegenwoordigheid vandaag de dag (cf. supra).

Deze scriptie concentreert zich weliswaar op de eerste experimenten met consumptiekrediet tijdens de negentiende eeuw. Waar consumptiekrediet in zijn geheel niet bijster uitgebreid is onderzocht geweest, is dat nog minder het geval voor afbetalingskrediet. Er waren enkele vroege Amerikaanse werken, met Seligmans lijvige *The economics of instalment selling* uit 1927 als belangrijkste bijdrage. Naast een algemene bespreking van het fenomeen afbetalingskrediet besteedde deze auteur ook een studie aan de pianoverkoop op afbetaling tijdens de jaren 20.³⁰ Een korte ontstaansgeschiedenis, hierboven reeds aangehaald, werd geschreven door Robert Lynn in 1957. Het hoger vermelde werk van Olney verwijst naar het proto-afbetalingskrediet tijdens de negentiende eeuw, maar haar focus lag in de

²⁵ P. SCHOLLIERS, “Consumeren, levensstandaard en sociale ongelijkheid”, in: A. GRAUWELS, D. LUYTEN, F. CAESTECKER, P. SCHOLLIERS en E. VANHAUTE, *Hedendaagse economische geschiedenis van België, een inleiding*, Gent, Academia Press, 2011, pp. 127-128.

²⁶ L. CALDER, *American dream*, pp. 59-60.

²⁷ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos. A Social History*, New York, Dover Publications, 1954, pp. 131, 136, 234, 348.

²⁸ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, pp. 236, 348.

²⁹ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, p. 429.

³⁰ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, II, pp. 319-373.

eerste plaats op de periode van kredietexpansie tijdens het interbellum. “Not much is known about furniture marketing in the nineteenth century”, schreef cultuurhistoricus Lendol Calder, die ook piano’s tot deze meubels rekende, daarom nog in 1999.³¹ Tien jaar later publiceerde Donncha Marron zijn *Consumer credit in the United States*, dat hetzelfde brede tijdsperspectief hanteert als Calder. In een kort hoofdstuk kijkt Marron met een sociologische blik naar de experimenten met afbetalingskrediet in de negentiende eeuw, en stelt hij dat dergelijke contracten in de eerste plaats ‘gentleman’s agreements’ waren (cf. infra).³²

In Europa bleef het zoals gezegd lang stil omtrent consumptiekrediet. De golf van bijdragen tijdens de voorbije paar decennia focuste daarenboven, zoals Logemann al vaststelde, vooral op de ontwikkelingen na de Tweede Wereldoorlog.³³ Negentiende-eeuws afbetalingskrediet kwam aan bod bij de studies van Judith Coffin en Andrew Godley over de verspreiding van Singers naaimachine, maar bevond zich veelal in de marge van het bredere onderzoek naar het succesverhaal van het bedrijf.³⁴ Anais Albert schreef voor Frankrijk over kredietverbruik tijdens de Belle Époque, maar concentreerde zich daarbij op de lagere inkomensklassen en hun juridische relatie met het grootwarenhuis Dufayel, niet op hogervermelde experimenten met krediet in de verkoop van luxeproducten. Ook Sean O’Connell besteedde bij zijn behandeling van de Victoriaanse periode uitsluitend aandacht aan het kredietverbruik bij de Engelse *working class*. Bij hoger vermelde auteurs als Logemann werd afbetalingskrediet dan weer louter kort aangehaald als onderdeel van een langere evolutie.³⁵

Omdat het verstrekken van consumptiekrediet een belangrijk middel was voor winkeliers om de concurrentie van andere winkeliers en, in toenemende mate, grootwarenhuizen het hoofd te bieden (cf. infra), werd het thema ook aangeraakt in studies over de negentiende-eeuwse middenstand in Europa.³⁶ Bijvoorbeeld bij Heinz-Gerhard Haupt en Geoffrey Crossick, al focusten zij in hun syntheseswerk uitsluitend op informeel krediet verschaft aan modale consumenten om er basisgoederen als voedsel en kleren mee te kopen.³⁷

Voor België bleef het onderzoek naar consumptiekrediet meestal in de rand van het bredere onderzoek naar de middenstand in het negentiende-eeuwse België. Belangrijke bijdragen werden in dat veld onder meer geleverd door Ginette Kurgan-Van Hentenryk en Serge Jaumain. Deze laatste had vooral aandacht voor de problemen die krediet opleverde voor de middenklasse in het geval dat klanten

³¹ L. CALDER, *American dream*, p. 161. Zie ook L. CALDER, “‘Ahead a Good Deal’”, pp. 257-273.

³² D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 37-50.

³³ J. LOGEMANN, “Introduction”, p. 6.

³⁴ J. COFFIN, “Credit, Consumption, and Images of Women's Desires”, pp. 752-753; A. GODLEY, *Selling the sewing machine*, p. 10.

³⁵ A. ALBERT, “Le crédit à la consommation des classes populaires à la Belle Époque. Invention, innovation ou reconfiguration?”, in: *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 67 (2012), pp. 1049-1082; S. O’CONNELL, *Credit and Community*, 318 p.

³⁶ G. CROSSICK en S. JAUMAIN, “The world of the department store: distribution, culture and social change”, in: G. CROSSICK en S. JAUMAIN, ed., *Cathedrals of consumption. The European Department Store, 1850-1939*, Aldershot, Ashgate, 1999, pp. 1-45.

³⁷ G. CROSSICK en H.-G. HAUPT, *The petite bourgeoisie in Europe 1780-1914: enterprise, family and independence*, Londen, Routledge, 1995, pp. 180-186.

hun rekening niet betaalden.³⁸ Dieptestudies naar consumptiekrediet bleven in België erg beperkt. Wat betreft het Ancien Régime voerde Bart Willems een onderzoek naar de kredietverlening bij winkeliers in het achttiende-eeuwse Antwerpen. Het heemkundig tijdschrift *Het Land van Aalst* wijdde een themanummer aan kredietgebruik in de stad, eveneens met de focus op de achttiende eeuw. Voor de negentiende eeuw schreef Ruben Peeters recent een bijdrage over de kredietverlening onder negentiende-eeuwse Antwerpse winkeliers, zo verder bouwend op het onderzoek van Willems. Specifiek voor de Belle Époque werd ten slotte een korte studie geschreven over een bakker in Langemark door Luc Schepens. Vermelde bijdragen handelen echter allemaal over informele vormen van krediet, verstrekt door winkeliers in levensmiddelen of herbergiers, en niet over het meer formele afbetalingskrediet. De meeste, met uitzondering van Schepens die een boekhouding gebruikte, zijn bovendien gestoeld op boedelbeschrijvingen als bron. Deze methodologie werpt weliswaar een waardevol licht op de verspreiding van consumptiekrediet, maar laat tegelijk veel zaken onbeantwoord, bijvoorbeeld hoe een kredietprogramma precies in elkaar stak en hoe contacten tussen zaakvoerders en schuldenaren verliepen.³⁹

Er bestaat dus een lacune in het historiografisch en economisch onderzoek naar de ontwikkeling van consumptiekrediet en afbetalingskrediet, zeker wat betreft Europa en België. Deze scriptie wil de eerste fase in de ontwikkeling van het consumptiekrediet in België onderzoeken. Dat zullen we doen aan de hand van een specifieke casus, namelijk die van het Brusselse pianobedrijf van Pierre-Mathieu Riesenburger.

1.3 De casus: Piano's Riesenburger (1887-1918)

Pierre-Mathieu Riesenburger werd geboren te Aken, in het toenmalige Pruisen, op 2 mei 1853. Na een vierjarige dienstplicht als klarinetspeler trok hij, zoals veel Duitsers in die periode, in oktober 1876 naar België.⁴⁰ In Brussel trouwde hij in de zomer van 1887 met Anna La Faye. Eind dat jaar nam

³⁸ G. KURGAN-VAN HENTENRYK, “Une classe oubliée: la petite bourgeoisie de 1850 à 1914”, in: G. KURGAN-VAN HENTENRYK en S. JAUMAIN, *Aux frontières des classes moyennes. La petite bourgeoisie belge avant 1914*, Brussel, Editions de l'Université de Bruxelles, 1992, pp. 15-28; S. JAUMAIN, *Les petits commerçants belges face à la modernité 1880-1914*, Brussel, Editions de l'Université de Bruxelles, 1995, pp. 80-83; S. JAUMAIN, “Le petit commerce bruxellois face au Bonheur des Dames. Naissance de la grande distribution et nouvelles stratégies des petits détaillants (1870-1914)”, in: *Cahiers de la Fonderie*, 3 (1987), p. 4.

³⁹ B. WILLEMS, *Leven op de pof. Krediet bij de Antwerpse middenstand in de achttiende eeuw*, Amsterdam, Aksant, 2009, 352 p.; M. HORSTEN, “Consumptiekrediet in Aalsterse herbergen op het eind van het Ancien Régime (1747-1794)”, in: *Het Land van Aalst*, 63 (2011), 2, pp. 153-172, zie ook de andere bijdragen in dit nummer; R. PEETERS, *Beter een rijke winkelier dan een arme buur? Welvaart en kredietgebruik bij winkeliers in negentiende-eeuws Antwerpen*, Antwerpen, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Antwerpen, 2016, 49 p. (promotor: I. Van Damme); L. SCHEPENS, “Les livres de dettes d'un boulanger campagnard, 1880-1891”, in: *Belgisch Tijdschrift voor Nieuwste Geschiedenis*, 3-4 (1973), pp. 331-342.

⁴⁰ Voor de Eerste Wereldoorlog leefden er zo'n 50 000 Duitse immigranten in België, met name in de Waalse industriesteden, in Antwerpen (als havenstad) en in Brussel (als hoofdstad). F. CAESTECKER, “Stateless of german origin at the mercy of the state? The Belgian Case, 1870-1952”, ter perse, p. 7 en F. CAESTECKER en T. ROOBROUCK, “De jacht op de Duitsers in het bevrijde België, 1918-1925. De beschuldiging van collectief verraad door de Belgische Duitsers en Duitse Belgen getoetst”, in: *Quand les canons se taisent - En toen zwegen de kanonnen -*

Riesenburger een pianohuis over op de Noordlaan (nu Adolphe Maxlaan) nummer 80. In 1888 werd hij de opvolger van het huis Hoffmann, nauwelijks een jaar later ook die van het huis Ermel. Na een paar keer verhuizen⁴¹ vestigde hij zich in 1898 in de Congresstraat nummer 10, waar hij zou blijven tot het verkopen van zijn zaak aan het eind van de Eerste Wereldoorlog. Op dat moment was Riesenburger officieel geen Duitser meer: op 14 januari 1881 verloor hij middels een *Entlassungsurkunde* op eigen vraag zijn Duitse nationaliteit. Bij koninklijk besluit van 21 oktober 1889 verkreeg de pianohandelaar zijn wettig domicilie in België. Op 19 mei 1911 ten slotte werd hij tot Belg genaturaliseerd.⁴²

Tijdens de Eerste Wereldoorlog leende Riesenburger zijn twee auto's uit aan het militair hospitaal in Brussel en richtte hij de tweede verdieping van zijn huis in voor de opvang van gewonden. Dat weerhield er hem echter niet van meegesleurd te worden in de golf van patriotisme die na het conflict België overspoelde, en die zich keerde tegen iedereen die een zweem van Duitsgezindheid over zich had. Eerst kwam Riesenburger in de problemen omdat hij tijdens de oorlogsjaren een partij piano's kocht bij het huis Erard, dat onder Duits sekwestre stond. Om die reden werd Riesenburger in november 1918 gearresteerd en vijf maanden opgesloten in de cel. In maart 1919 kwam hij vrij, mits een boete van 5000 frank. Daar hield het echter niet op. Zoals zo vele Duitsers, staatlozen van Duitse origine of genaturaliseerde Duitsers als Riesenburger werd de pianohandelaar na zijn celstraf wegens vermeende Duitsgezindheid tijdens de bezetting gevraagd om samen met zijn vrouw het land te verlaten.⁴³ Aldus trokken ze naar Wiesbaden. In 1921 verzocht het paar bij de Belgische autoriteiten een eerste keer om terug te mogen keren naar Brussel. De Belgische oorsprong van Anna La Faye, de leeftijd van het koppel en lobbywerk van een bevriende notaris, die nogmaals wees op Riesenburgers gewondenhulp tijdens de oorlog, zorgden er in 1924 uiteindelijk voor dat ze toestemming kregen om terug te keren naar België. Aanvankelijk kregen ze die slechts voor een korte periode om hun zaken met het sekwestre te regelen, maar uiteindelijk definitief. In Brussel zou Riesenburger in 1927 op 73-jarige leeftijd kinderloos overlijden.⁴⁴

When the guns fall silent. Actes du colloque international organisé par les Archives de l'État et le Musée royal de l'Armée et d'Histoire militaire, Brussel, Rijksarchief Brussel, 2010, pp. 226-227.

⁴¹ Na drie jaar op de Adolphe Maxlaan verhuisde Riesenburger in 1891 naar de Kleerkopersstraat nummer 24. In 1897 veranderde hij opnieuw van locatie, deze keer naar de hoek van de Koningsstraat en de Congresstraat, respectievelijk nummer 77 en 2-4.

⁴² De gegevens over Riesenburgers verlies van Duitse nationaliteit en het verkrijgen van zijn wettelijk domicilie zijn afkomstig uit ARA2, Sekwestre, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11, f. 317, brief van P. Riesenburger aan zijn advocaat, 14.08.1914. Wat betreft zijn naturalisatie tot Belg, zie DE KAMER, Chambre des Représentants. Séance du 4 juillet 1911. Naturalisation ordinaire, p. 4.

⁴³ Voor het bepalen van een dergelijke Duitsgezindheid werd beroep gedaan op de lokale politie. Die van Sint-Joost-ten-Node getuigde over Riesenburger dat hij "était l'ami des boches [een pejoratieve naam om Duitse soldaten aan te duiden]; qu'il était franchement germanophile et qu'il avait une foi absolue dans la victoire de son Pays". ARA, Ministerie van Justitie. Bestuur Openbare Veiligheid. Dienst Vreemdelingenpolitie. Individuele dossiers geopend tussen 1835 en 1912, nr. 228 997. Voor meer info omtrent de behandeling van Duitsers na de oorlog, zie onder meer F. CAESTECKER en T. ROOBROUCK, "De jacht op de Duitsers", pp. 225-251 of F. CAESTECKER, "Stateless", pp. 1-34.

⁴⁴ Biografische gegevens uit ARA2, Sekwestre, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11 en 12, diverse brieven; ARA, Dienst van het Sekwestre van de Administratie der Domeinen te Brussel, 1919-1996, nr. 1854, "Dossier Pierre Riesenburger, Brussel, 1919-1932"; ARA, Ministerie van Justitie. Bestuur Openbare Veiligheid. Dienst Vreemdelingenpolitie. Individuele dossiers geopend tussen 1835 en 1912, nr. 228 997.

Omwille van Riesenburgers contact met het gerecht meteen na de oorlog bevindt een groot deel van zijn bedrijfsarchief zich nu nog steeds in het sekwesterfonds van het Rijksarchief in Brussel. De boekhouding en briefwisseling van de pianohandelaar vormen een unieke en rijke bron voor de studie van afbetalingskrediet in zijn vroegste vorm.

1.4 Structuur en chronologie

In Deel II van dit onderzoek zullen we ons buigen over de eerste experimenten van afbetalingskrediet tijdens de negentiende eeuw en het begin van de twintigste eeuw. Hoeveel werd er gebruik van gemaakt en door wie? Hoe goed werkte afbetalingskrediet in de praktijk? Betaalde iedereen stipt en volledig af, of waren wanbetalingen schering en inslag? We zullen ook de werking van een afbetalingsplan naderbij bekijken. Hoeveel moest er op voorhand betaald worden en hoe groot waren de maandelijkse sommen daarna? Hoe lang duurde het eer een piano was afbetaald? Moesten klanten rente betalen op hun krediet aankopen? Ten slotte bespreken we ook hoe de winkelier omging met schuldenaren. Gold het kredietcontract als een strikt, afdwingbaar juridisch document, of louter als een ‘gentleman’s agreement’, zoals Marron opperde? Na ons onderzoek van deze eerste vormen van afbetalingskrediet zullen we de verdere ontwikkeling van het consumptiekrediet na zijn eerste negentiende-eeuwse verschijningsvormen verder toelichten, voor zover de literatuur dat mogelijk maakt met de focus op België.

In Deel III zullen we een meer culturele weg inslaan en ons bezighouden met de positie van de piano in de samenleving van de Belle Epoque. In welke mate kunnen Veblens *conspicuous consumption*, Elias’ civilisatieproces of Bourdieus theorieën het succes van het instrument verklaren? We zullen ook nagaan welke invloed technologische vooruitgang als de automatische piano, de platenspeler en de radio had op de status van de piano, en hoe ondernemers als Riesenburger omgingen met deze nieuwe vindingen.

Ofschoon de besproken literatuur in deze scriptie anderhalve eeuw zal omvatten, beperkt het bronnenmateriaal zich tot de dertig jaar tussen 1887, de start van Riesenburgers bedrijf, en 1918, het beëindigen ervan. Deze termijn valt grotendeels samen met de periode die in Frankrijk de geschiedenis inging als de ‘Belle Epoque’, de jaren tussen circa 1880 en het begin van de Eerste Wereldoorlog in 1914. De naam Belle Epoque kwam pas later in voege en sproot enerzijds voort uit de ongeziene ontplooiing van de economie, wetenschappen en kunsten in deze periode, en anderzijds uit heimwee naar de toenmalige maatschappelijke rust, die fel afstak tegen de danteske taferelen die Europa tijdens de Grote Oorlog had moeten aanschouwen. Parijs vormde tijdens de Belle Epoque het culturele centrum; niet alleen in Frankrijk, maar ook in de rest van West-Europa en misschien wel de wereld. Bijgevolg raakte de term ook in gebruik buiten Frankrijk.

Ondanks de ontluikende welvaart was de Belle Epoque, zoals elke historische periode, niet vrij van tegenstellingen. Zeker in België niet, waar ze samenviel met het emancipatieproces van vrouwen, Vlamingen en arbeiders. Voor die laatsten, het overgrote deel van de bevolking, bleven ellenlange werkdagen, armoede en honger immers de waan van de dag uitmaken. Het ijveren voor meer sociale

wetten en politieke vertegenwoordiging verliep niet altijd even vreedzaam: in 1886, 1893, 1902 en 1913 vielen tientallen doden bij gewelddadige confrontaties tussen stakers en ordehandhavers. Tevens mogen we niet vergeten dat grootse bouwkundige projecten uit de periode zoals in Tervuren, Oostende en ook Brussel door koning Leopold II in meer of mindere mate betaald werden met koloniaal rubber – en het bloed van miljoenen Congolezen. Wanneer we in dit artikel de term Belle Epoque gebruiken, willen we dan ook geen waardeoordeel vellen, maar louter een historische periode aanduiden.⁴⁵

⁴⁵ Voor een geschiedenis van België gedurende de Belle Epoque, zie bijvoorbeeld G. DENECKERE, *1900. België op het breukvlak van twee eeuwen*, Tielt, Lannoo, 2006, 237 p.; G. DENECKERE, “Nieuwe geschiedenis van België, 1878-1905, in: E. WITTE e.a., *Nieuwe geschiedenis van België. Deel I: 1830-1905*, Tielt, Lannoo, 2005, pp. 447-657 en M. REYNEBEAU, *Een geschiedenis van België*, Tielt, Lannoo, 2004, pp. 131-174. Voor de bouwkundige verfraaiing van Brussel door Leopold II, zie onder meer R. JACOBS, *Een geschiedenis van Brussel*, Tielt, Lannoo, 2004, pp. 232-235.

DEEL II. DE ONTWIKKELING VAN CONSUMPTIEKREDIET VANAF DE NEGENTIENDE EEUW TOT NU

2.1 De opkomst van consumptiekrediet tijdens de negentiende eeuw

2.1.1 Piano's Riesenburger: een bedrijf in een bruisende en borrelende stad

Brussel bruisde tijdens de Belle Epoque. Tijdens de eerste helft van de negentiende eeuw was de bevolking er vooral als gevolg van immigratie verdrievoudigd, tot een totaal bevolkingsaantal van een kwart miljoen. De expansie van Brussel bleef gedurende de hele negentiende eeuw voortduren: van 1800 tot het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog groeide de bevolking jaarlijks gemiddeld met 0,85%. In 1910 telde de stad derhalve al 750 000 inwoners.⁴⁶ Onder hen bevond zich ook heel wat bekend volk. Schrijvers als Victor Hugo en dichters als Charles Baudelaire struinden tijdens de Belle Epoque door de Brusselse straten, waarin de voorgevels van menig huis door de organische *art nouveau* van architecten Victor Horta en Henry Van de Velde werden opgeluisterd. Kunstenaarskringen sprongen als paddenstoelen uit de grond en trokken artiesten van over heel het continent aan die zich wilden aansluiten of er hun werk kwamen exposeren – Vincent van Gogh zou in Brussel zijn enige schilderij verkopen. Het kruim van de wetenschappelijke wereld, van Albert Einstein tot Marie Curie, hield z'n congressen in de Zennestad.⁴⁷

Brussel bruisde niet alleen, het borrelde ook. Karl Marx schreef er in 1848 op een zolderkamertje het *Communistisch Manifest*, en in de daaropvolgende decennia waren de Brusselse straten meermaals getuige van klassenstrijd. Tijdens hogergenoemde jaren van protest en staking sloeg de vlam in de hoofdstad dikwijls in de pan, met grootschalige betogingen en straatgevechten tot gevolg. In 1902 pleegde de Italiaanse anarchist Gennaro Rubino zelfs een aanslag op koning Leopold II, die er met de schrik van af kwam. Dat gebeurde in de Koningsstraat, op enkele honderden meters van Riesenburgers bedrijf op de hoek van die straat met de Congresstraat.⁴⁸

Het is in die maatschappelijke context dat Pierre Riesenburger zijn pianobedrijf draaiende hield. De Brusselse middenstand had goed te doen tijdens de Belle Epoque: met de stijgende bevolking steeg ook het aantal winkels, zelfs aan een hoger tempo, zo becijferde Kurgan-Van Hentenryck voor de periode tussen 1847 en 1892.⁴⁹ De horeca bloeide: in 1847 waren er nog 989 café's, restaurants en hotels in Brussel, tegen 1892 was dat cijfer al verviervoudigd tot 3824.⁵⁰ Veel van deze zaken hadden nood aan een muziekinstrument als een piano, maar ook de particuliere vraag naar luxegoederen steeg tijdens deze

⁴⁶ F. DAELEMANS, "De bevolking (19^{de}-20^{ste} eeuw)", in: A. SMOLAR-MEYNART et al., *Het Gewest Brussel. Van de oude dorpen tot de stad van nu*, Brussel, Gemeentekrediet van België, 1989, pp. 212-214.

⁴⁷ E. MIN, *De eeuw van Brussel. Biografie van een wereldstad, 1850-1914*, Antwerpen, De Bezige Bij, 2013, 418 p.; G. MAK, *In Europa*, Amsterdam, Atlas, 2004, p. 165.

⁴⁸ E. MIN, *De eeuw van Brussel*, pp. 215, 281-287; E. DE MAESSCHALK en J. BAUWENS, *Karl Marx in Brussel (1845-1848)*, Brussel, Dienst pers en publikaties van de BRT, 1983, pp. 132-146, 224.

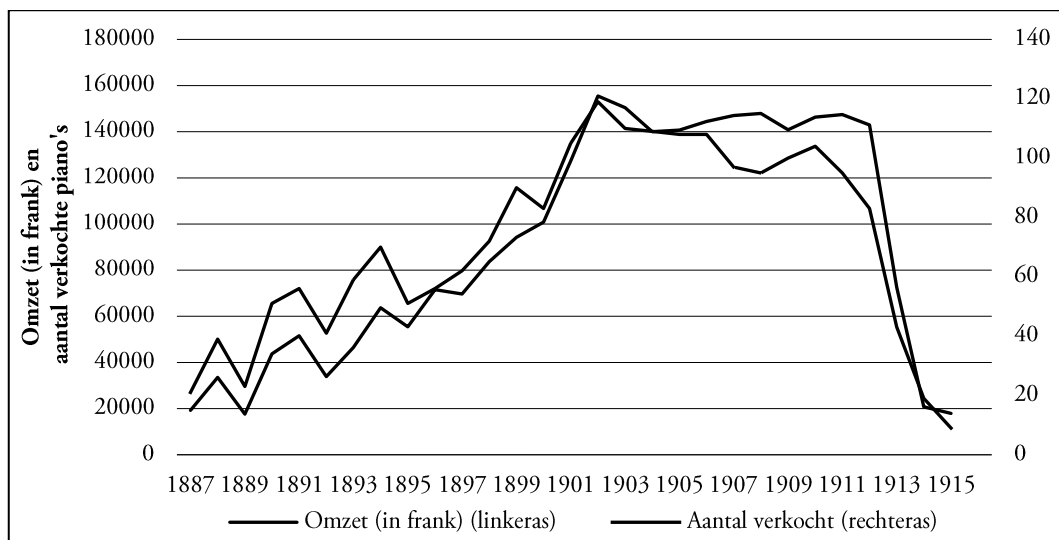
⁴⁹ G. KURGAN-VAN HENTENRYK en G. VIRÉ, "Les registres des patentables, source de l'histoire de Bruxelles à la fin du XIX^e siècle", in: *Acta Historica Bruxellensia. Travaux de l'institut d'histoire de l'université libre de Bruxelles*, 4 (1981), p. 404.

⁵⁰ G. KURGAN-VAN HENTENRYK, "Une classe oublié", p. 18.

periode door de groeiende aanwezigheid in de stad van de Belgische elite, zowel op politiek als economisch vlak.⁵¹ Een piano was inderdaad luxueus, wegens erg duur – bij voorlopig gebrek aan een auto vaak het duurste object dat een gezin bezat. Een geschoolde Brusselse arbeider verdiende omstreeks de jaren 1890 een nettoloon van ongeveer 0,37 frank per uur. Gesteld dat een dergelijke arbeider gemiddeld 11 uur per dag aan de slag was (10 à 11 uur 's winters, 12 uur 's zomers) en zes dagen per week, werkte hij jaarlijks een verloning van 1270 frank bij elkaar.⁵² Gezien een basismodel piano rond de 1000 frank kostte en een luxueuzer model een veelvoud daarvan (cf. infra), hoeft het niet te verbazen dat een dergelijke aankoop buiten het bereik van een gewone arbeider lag. Veel personen uit de middenklasse konden zich wel een piano veroorloven, al was het vaak niet mogelijk om het instrument in één keer te betalen. Het is hier dat afbetalingskrediet op het toneel verscheen: kleine maandelijkse afbetalingen pasten immers wél in het gezinsbudget.

Riesenburger startte zijn zaak in december 1887. Gedurende dertig jaar zou hij aan het werk blijven in Brussel, tot het verkopen van zijn bedrijf in 1918. Tijdens die periode verkocht hij meer dan 2000 piano's, vooral de merken Rudolf Ibach Sohn, Angelus en piano's van eigen makelij. In Figuur 1 is te zien hoe zowel Riesenburgers omzet als het aantal verkochte piano's gestaag omhoogging tijdens zijn eerste tien jaar als pianohandelaar. Vanaf de eeuwwende tot 1914 bleven deze nagenoeg constant, tot de Eerste Wereldoorlog een abrupte daling van de verkoopcijfers teweegbracht.

Figuur 1 Omzet (in frank) en aantal verkochte piano's, 1887-1916.



Bron: ARA2, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

⁵¹ S. DE SCHAEPDRIJVER, "Vreemdelingen in *Vilette*: De buitenlandse aanwezigheid in het negentiende-eeuwse Brussel", in: H. SOLY en A. THIJS, *Minderheden in Westeuropese steden (16^{de}-20^{ste} eeuw)*, Brussel, Belgisch Historisch Instituut te Rome, 1995, pp. 115, 121-123.

⁵² P. VAN DEN EECKHOUT, *Lonen van Brusselse arbeiders in openbare instellingen (1809-1934): bouwvakarbeiders, ziekenhuis- en stadspersoneel*, Brussel, VUB, 1979, pp. 9-11.

Van bij de start van zijn bedrijf bood Riesenburger de mogelijkheid aan om piano's op krediet te kopen. Het ging daarbij om een soort van huurkoop: de klanten betaalden na een voorschot maandelijks een bepaalde som, die op termijn tot de aankoop van het instrument leidde. Zolang de afbetaling niet voltooid was, bleef de piano eigendom van Riesenburger. Voldeed de klant niet aan het contract, kon de pianohandelaar het instrument gewoon ophalen, zonder dat enige van de reeds betaalde termijnen moesten terugbetaald worden (cf. infra).⁵³

In dit deel nemen we de eerste vormen van afbetalingskrediet in België onder de loep aan de hand van de casus Riesenberger. Daarbij zullen we ons onder meer afvragen welk sociaaleconomisch profiel de kopers hadden die gebruik maakten van afbetalingskrediet. Verder zullen we de details van een kredietprogramma van dichterbij bekijken. Welk voorschot moest betaald worden, hoe groot was de termijnsom en hoe lang duurde een kredietprogramma? Ten slotte zullen we ook onderzoeken hoe succesvol de kredietvoorziening was voor ondernemers: betaalden de meeste mensen gewoon af, of waren schulden schering en inslag? Hoe gingen verkopers om met wanbetalers? Beginnen doen we echter bij de absolute basis van het fenomeen, namelijk de bestaansreden van krediet: waarom werd het aangeboden en waarom wilden klanten er gebruik van maken?

2.1.2 Onderzoekresultaten

2.1.2.1. *Consumptiekrediet: cijfers en motieven*

“PIANOS RIESENBURGER” staat er in schreeuwerige grootkapitalen in de maart 1914-editie van het cultureel tijdschrift *Le Diapason*. Onder de naam van zijn zaak nog twee dingen die Pierre Riesenburger belangrijk vond te vermelden in zijn advertentie, waarvan hij de prijs “assez élevée!” vond, zo liet hij zich ontvallen aan de uitgever: zijn adres natuurlijk, “RUE DU CONGRÈS 10”, maar ook: “LOCATION – VENTE À CRÉDIT”.⁵⁴

Zoals deze advertentie aantoont, werd het aanbieden van consumptiekrediet als een belangrijke manier om klanten te lokken beschouwd. In zo goed als elke van de talrijke advertenties die Riesenburger plaatste, staat de mogelijkheid voor klanten om uitgesteld te betalen vermeld, veel vaker dan het benadrukken van de kwaliteit van zijn instrumenten met zinnetjejes als “SONORITÉ MERVEILLEUSE”. Ook Martha Olney stelde bij de analyse van advertenties in het veelgelezen Amerikaanse *Ladies Home Journal* vast dat aanbod van krediet vóór de Eerste Wereldoorlog het meest vermeld werd in reclame voor piano's.⁵⁵

⁵³ Dit eigendomsrecht had tevens tot gevolg dat klanten de piano niet naar eigen goeddunken mochten verplaatsen. Het personeel van het pianobedrijf lette er bij de plaatsing immers goed op dat het instrument niet in een vochtige ruimte terecht kwam. De niet-verplaatsingsclausule in het afbetalingscontract moest verhinderen dat de piano beschadigd raakte door een onoordeelkundige locatiekeuze van de klant. Sommigen verplaatsten het instrument toch, wat hen op boze brieven van Riesenburger kwam te staan. Zie o.a. ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 12, f. 31, brief van P. Riesenburger aan C. Delgouffre, 21.02.1916.

⁵⁴ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11, f. 96, brief van P. Riesenburger aan J. Garras, 07.03.1914.

⁵⁵ M. OLNEY, *Buy now, pay later*, pp. 160-162, 183.

Wat waren de motieven achter dergelijke reclamecampagnes gericht op afbetalingskrediet? Met andere woorden, waarom boden producenten het aan en waarom maakten consumenten er gebruik van? Een eerste reden, vooruitgeschoven door onder meer Serge Jaumain, was er een uit noodzaak: de auteur schrijft dat Brusselse middenstanders tijdens de Belle Epoque niet anders konden dan krediet verstrekken aan hun gegoede klanten. Zij zagen het krijgen van krediet als een bevestiging van hun stand; werd het hun geweigerd, gingen ze elders winkelen.⁵⁶ Andere auteurs legden meer de nadruk op een actieve keuze van winkeliers voor het aanbieden van krediet. Zoals verteld werd afbetalingskrediet eerst toegepast op dure producten, die middenklassegezinnen zich wel konden veroorloven maar niet in één keer betalen. Het aanbieden van kredietmogelijkheden kon derhalve zorgen voor een toename van de verkoop.⁵⁷ Het maakte bovendien niet alleen het verschil tussen kopen of niet kopen, het stond gezinnen met een gemiddeld inkomen ook toe een duurder piano te kopen dan dat ze met louter cashbetaling zouden kunnen doen.⁵⁸ Bovendien zorgde afbetalingskrediet door zijn aard voor het lang aan zich binden van een klant, die tijdens het afbetalen mogelijks nog andere aankopen kon doen. Zeker in een competitieve marktomgeving was het aanbieden van krediet een handig middel om klanten af te snoepen van de concurrentie en een eigen klantenbestand op te bouwen.⁵⁹ Bart Willems toonde genoegzaam aan dat dergelijke motieven ook al in de vroegmoderne tijd golden.⁶⁰ De voordelen van een klant aan zich te binden middels het aanbieden van krediet waren evenwel groter voor winkeliers die minder duurzame goederen of etenswaren verkochten, aangezien deze sneller aan vervanging toe waren. Dat was doorgaans niet het geval voor piano's, die een generatie mee konden gaan.⁶¹ Ten slotte zorgde afbetalingskrediet er door zijn maandelijkse uitbetalingen voor dat de cash flow gedurende het hele jaar gelijk bleef. Dat was één van de motieven voor autohandelaars om ermee te beginnen, maar ook voor pianohandelaars kan het van tel geweest zijn.⁶² Uit Riesenburgers verkoopboek blijkt immers dat de pianoverkoop piekte tijdens de wintermaanden en het laagst was in de zomer (cf. Bijlage 1). Wellicht maakten het meer tijd binnenshuis spenderen en de feesten tijdens de winter de nood aan muziek in huis groter dan tijdens de zomer. De markt voor auto's werd overigens gekenmerkt door een tegengesteld patroon, omwille van het feit dat 's zomers de auto meer nut had dan in andere seizoenen.⁶³

Ook voor de klant zelf waren er natuurlijk voordelen. Het gaf zoals gezegd minder gegoede gezinnen toch de mogelijkheid, zonder eerst lang te moeten sparen of hun consumptie te verminderen, om van een luxeproduct als een piano te genieten, genoegens die voordien enkel weggelegd waren voor de

⁵⁶ S. JAUMAIN, "Le petit commerce bruxellois", p. 4.

⁵⁷ D. MARRON, *Consumer credit*, p. 39.

⁵⁸ L. CALDER, *American dream*, p. 156.

⁵⁹ G. CROSSICK en H.-G. HAUPT, *The petite bourgeoisie in Europe*, pp. 180-184.

⁶⁰ B. WILLEMS, *Leven op de pof*, pp. 183-197.

⁶¹ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 202.

⁶² L. CALDER, *American dream*, p. 190.

⁶³ Eenzelfde patroon wordt vermeld in F. CARNEVALI en L. NEWTON, "Pianos for the People: From Producer to Consumer in Britain, 1851-1914", in: *Enterprise & Society*, 14 (2013), p. 47. Voor het patroon in de autoverkoop, zie E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 29.

rijken.⁶⁴ Godley schreef in zijn studie over de Singer Corporation dat de relatie die tot stand kwam door het maandelijks komen afbetalen van de aankoop tevens zorgde voor een soort van dienstverlening aan de klant. Bij eventuele technische problemen kon die zo makkelijk geholpen worden door de producent.⁶⁵ Het is aannemelijk dat een dergelijk motief ook zou meespelen bij pianokopers, bijvoorbeeld in het geval dat een piano gestemd diende worden. Riesenburger bood inderdaad de diensten van een stemmer aan, maar om een echte dienstverlening lijkt het niet te gaan. Wanneer P. Manse vraagt of hij garantie heeft op een gebroken pianopedaal, ontkent Riesenburger dat, en voegt hij eraan toe dat

[...] la garantie donnée est subordonné aux soins que vous êtes obligé de donner à l'instrument, notamment l'accordage régulier à vos frais, par mon entremise.⁶⁶

Meer dan om een vrijblijvende dienstverlening lijkt het hier om een contractuele verplichting te gaan, die bovendien op kosten van de klant gebeurde.

Werd er veel gebruik gemaakt van afbetalingskrediet? Negentiende-eeuwse studies over proto-afbetalingskrediet zijn niet voorhanden om daar een antwoord op te geven. Voor de jaren 20 wel: Edwin Seligman berekende voor een aantal belangrijke spelers op de Amerikaanse pianomarkt welk aandeel van hun piano's op krediet werd gekocht. Van de vier bedrijven waarvan hij betrouwbare cijfers wist te bekomen, verkochten er twee rond de 80% van hun instrumenten op krediet, de andere twee bevonden zich rond de 60%. De eerste twee beschouwde Seligman als de meest representatieve voor de hele bedrijfstak.⁶⁷

Hoe vaak werd er nu gebruik gemaakt van consumptiekrediet door de klanten van Riesenburger? Figuur 2 vat het aandeel van de verkoop op krediet en de verkoop met contante betaling per jaar samen.

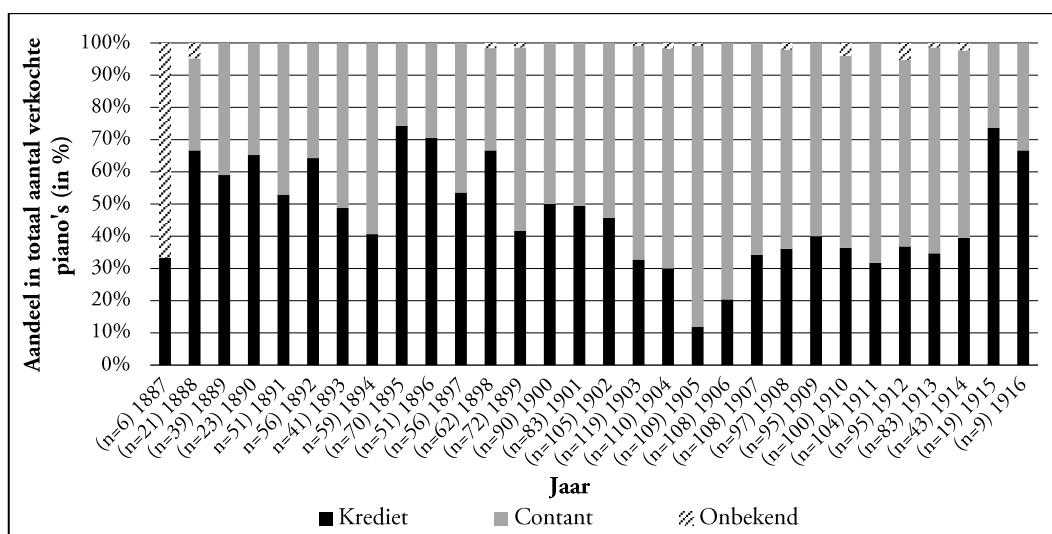
⁶⁴ M. OLNEY, *Buy now, pay later*, p. 63.

⁶⁵ A. GODLEY, *Selling the sewing machine*, p. 19.

⁶⁶ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 43, brief van P. Riesenburger aan P. Manse, 06.02.1914. De reden waarom Manse geen recht had op garantie was volgens Riesenburger dat "l'accident arrivé à la pédale du piano est à imputer à la brutalité de quelqu'un qui a l'habitude du football [...] la musique n'a donc rien à voir à cela, ni la garantie du piano, et la réparation se fera à vos frais [...]."

⁶⁷ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, II, p. 323.

Figuur 2 Aandeel van krediet en contante betalingen (in %) binnen het totaal aantal verkochte piano's, 1887-1916.



Bron: ARA2, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

Van alle door Riesenburger verkochte piano's werd 42% op krediet verkocht. Er blijkt een groot chronologisch verschil: in de periode na het openen van zijn zaak zien we dat de verkoop op krediet een aanzienlijk deel van de totale omzet voor zijn rekening neemt. Tijdens de eerste tien volledige jaren, van 1888 tot en met 1898, wordt 60% van zijn verkoop bepaald door krediettransacties. Daarna daalt dit cijfer spectaculair: van 1899 tot aan de vooravond van de Eerste Wereldoorlog wordt nog slechts bij 35% van de verkopen een kredietprogramma opgestart. Daarna stijgt het cijfer weer enigszins, maar dat kan te wijten zijn aan de beperkte steekproef in die jaren, net als in 1887 overigens.

De cijfers hierboven, zelfs die in de eerste tien jaar van Riesenburgers bedrijf, verschillen van de resultaten die Seligman bekwaam, die zoals gezegd een cijfer van 80% of meer als typisch voor de sector beschouwde. Niettemin bekwaam ook hij voor twee bedrijven een cijfer zoals dat van Riesenburger tijdens de eerste tien jaar. Seligman deed bovendien onderzoek tijdens de jaren 20: mogelijk was het wegvallen van het stigma en de groeiende vertrouwdheid met afbetalingskrediet als gevolg van de massaverkoop van auto's in deze periode de oorzaak van het hogere cijfer dan bij Riesenburger (cf. *infra*).⁶⁸

Hoe valt de plotse terugval van het aandeel van piano's dat op krediet gekocht werd rond het begin van de twintigste eeuw te verklaren? Een eerste mogelijkheid is dat Riesenburger als nieuwe speler op de Brusselse pianomarkt zich niet in de positie achtte om krediet aan zijn klanten te weigeren, of sterker, dat hij kredietdienstverlening gebruikte als een actieve strategie om snel klanten aan zich te binden. Zoals hoger vermeld werd krediet door winkelhouders gebruikt om een plek te veroveren in een concurrentiële marktomgeving. Die kwam aan het eind van de negentiende eeuw in toenemende mate van de eerste grootwarenhuizen die in de Belgische grootsteden verschenen. Deze beschikten niet alleen

⁶⁸ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 104.

over een veel groter kapitaal, ze waren ook veel rationeler en efficiënter georganiseerd dan de kleine middenstanders.⁶⁹ In Brussel waren er vier grote: de Bon Marché, de Innovation, de Grands Magasins en de Grand Bazar. Voor een luxeproduct als de piano, dat minder makkelijk zijn weg vond naar het grootwarenhuis, kwam de concurrentie voorsnog vooral van andere pianohandelaars.⁷⁰ Hoeveel waren er zo in Brussel? Om een schatting te maken van hoeveel pianohandelaars naar de aandacht van potentiële klanten visten, kunnen we handig gebruik maken van de *Almanach Général du Commerce et de l'Industrie* die jaarlijks in Brussel werd uitgegeven. Tabel 1 toont dat er inderdaad een groot aantal pianohandelaars actief was in Brussel. Het lijkt dus aannemelijk dat Riesenburger als nieuwe speler kredietverlening handig aanwendde om zich in de markt te zetten. Uit Figuren 1 en 2 blijkt dat tijdens de eerste tien jaar van uitgebreide kredietverlening het pianobedrijf sterk groeide, de periode erna met beperkte kredietverlening stagneerde de verkoop eerder. Of er een causaal verband was tussen beide trends blijft echter koffiedik kijken.

Het is echter vreemd dat het gebruik van krediet afneemt onder Riesenburgers klanten, terwijl Tabel 1 aantoont dat de Brusselse pianomarkt alleen maar competitiever werd. Had de pianohandelaar tegen 1900 zo'n aanzienlijke status verworven in Brussel dat het aanbieden van krediet om zich in de markt te zetten niet langer noodzakelijk was? Wellicht niet: advertenties van na de eeuwwisseling vermelden nog steeds de mogelijkheid om op krediet te betalen (cf. *Le Diapason*, supra).

Tabel 1 Aantal pianohandelaars en -fabrikanten in Brussel, 1887-1914.

1887	1895	1900	1905	1910	1914
34	39	46	70	89	92

Bron: SAB, *Almanach Général du Commerce et de l'Industrie*, 1887-1914.⁷¹

Wanneer we Riesenburgers pianooverkoop opsplitsen op basis van de meest verkochte merken, vinden we echter een meer voor de hand liggende verklaring voor het dalende aanbod van krediet. Omstreeks de eeuwwisseling begon de pianooverkoper immers de Ibach- en Angeluspiano's te verkopen (cf. Figuur 3). Al snel namen beide merken grote delen van Riesenburgers omzet in. Zoals we in hiernavolgend deel zullen zien, werden zowel Ibach- als Angeluspiano's slechts in beperkte mate op krediet verkocht. Aldus

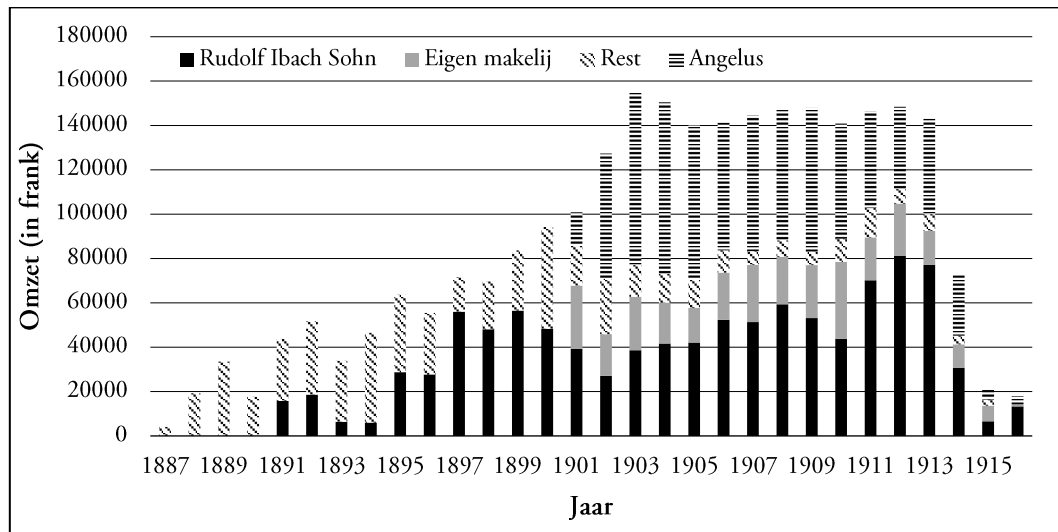
⁶⁹ S. JAUMAIN, "Les petits commerçants et la frontière entre petite bourgeoisie et classe ouvrière (1880-1914)", in: G. KURGAN-HENTENRYK en S. JAUMAIN, eds., *Aux frontières des classes moyennes*, pp. 102-103; G. CROSSICK en S. JAUMAIN, "The world of the department store", p. 8.

⁷⁰ S. JAUMAIN, "Vitrines, architecture et distribution. Quelques aspects de la modernisation des grands magasins bruxellois pendant l'entre-deux guerre", in: S. JAUMAIN en P.-A. LINTEAU, *Vivre en ville. Bruxelles et Montréal (XIXe-XXe siècles)*, Brussel, Lang, 2006, pp. 280-290. Dat zou op termijn veranderen: het nog steeds bestaande Harrods in Londen bijvoorbeeld zou tegen het eind van de eeuw met succes piano's opnemen in zijn gamma. F. CARNEVALI en L. NEWTON, "Pianos for the People", pp. 60-61.

⁷¹ Omdat bedrijven zich soms in deze lijst lieten inschrijven per merk dat ze verkochten, werd om dubbels te vermijden het aantal unieke handelsadressen geteld. Reparateurs, transporteurs en stemmers van piano's werden niet geteld. Deze tabel bevat zowel handelaars in klassieke piano's als verkopers van automatische en elektrische piano's.

lijkt het veranderde aanbod van krediet in de eerste plaats bepaald te zijn geweest door een gewijzigd gamma van pianomerken.

Figuur 3 Omzet (in frank) vier meest verkochte pianomerken, 1887-1916.



Bron: ARA2, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

Tot hier toe beschouwden we de evolutie in het kredietgebruik louter vanuit het standpunt van de winkelier, de aanbodzijde dus. De literatuur vermeldt echter ook een paar verklaringen op basis van de vraagzijde. Lendol Calder bijvoorbeeld stelde vast dat in de periode van 1880 tot 1890 steeds meer op contantbasis betaald werd in de Verenigde Staten, als gevolg van een gestegen beschikbaar inkomen bij middenklasse-gezinnen in deze periode.⁷² Socioloog Donncha Marron, die in zijn onderzoek vooral keek naar welke klassen van de bevolking zich tot krediet wendden, stelde vast dat waar *installment credit* aanvankelijk gebruikt werd voor duurzame goederen, het in de Verenigde Staten vanaf de jaren 1870 gebruikt werd voor alle mogelijke soorten producten, gaande van bedden over keukengerei tot kleren. Donncha stelde vast dat op dat moment ook het doelpubliek verschoof: het waren niet langer rijken en aspirerende middenklasse die gebruik maakten van *installment credit*, ook arbeidersgezinnen, migranten en zwarten vonden hun weg naar het systeem.⁷³ Door deze verschuiving naar in de ogen van tijdsgenoten lagere sociale klassen werd het door de oorspronkelijke gebruikers van deze kredietvorm vanaf de jaren 1880 als steeds ongepast beschouwd om zelf nog gebruik te maken van *installment credit*.⁷⁴ Het is niet onmogelijk dat beide processen ook hier een rol hebben gespeeld (ook het beschikbaar inkomen steeg bijvoorbeeld in België tijdens de Belle Epoque), maar een sluitend bewijs vonden we daar niet voor terug.

⁷² L. CALDER, *American dream*, pp. 69-71.

⁷³ D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 43-44.

⁷⁴ D. MARRON, *Consumer credit*, p. 45.

2.1.2.2. Profiel van kopers op krediet

Uit de literatuur blijkt dat het vooral de middenklasse was die zich wendde tot afbetalingskrediet. Bevolkingsklassen met een beperkter inkomen gebruikten ook krediet, maar moesten hun toevlucht nemen tot pandjeshuizen of andere verleners van kleine leningen, vaak aan woekerrentes.⁷⁵ Calder weet het verschil in kredietgebruik aan het verschillende consumptiepatroon van beide klassen tijdens de Amerikaanse Gilded Age. Waar het vooral armoede was dat de laagste klassen naar krediet dreef, was het voor de middenklassen eerder welvaart en een poging hun levensstandaard nog meer te verbeteren. Met andere woorden, de lagere klassen leenden uit pure economische noodwendigheid, de middenklasse om hun sociale en psychische noden te lenigen. De goederen die ze zich daartoe aanschafte, zoals gezegd vooral meubels, huishoudtoestellen of piano's, waren duur en vormden zo een logisch voorwerp van afbetalingskrediet.⁷⁶ Jaumain schrijft dan weer specifiek voor Brussel dat het verwerven van krediet zowel door de middenklasse als door rijken als een erkenning van hun sociale positie werd beschouwd – in die mate dat een weigering van krediet tegelijk het verlies van een klant kon betekenen.⁷⁷

Wie waren de klanten van Riesenburger die gebruik maakten van consumptiekrediet? Wat was hun sociaaleconomische achtergrond? Om op deze vraag antwoord te kunnen geven, schiet het bronnenmateriaal tekort, want Riesenburger vermeldde in zijn lijst van kopers geen beroepen, afgezien van een occasionele afkorting voor 'dokter'.⁷⁸ Er zijn echter nog andere, zij het minder rechtstreekse, aanwijzingen terug te vinden in het archiefmateriaal over de sociale dan wel economische status van Riesenburgers klanten. Vanaf 1910 vermeldt hij de woonplaats van kopers die uit Brussel afkomstig zijn. Een analyse op basis van de huishuren die Peter Scholliers verzamelde bleek niet mogelijk: slechts een tiental straten uit de bron, en vrijwel nooit het exacte adres, keren terug in Scholliers' studie.⁷⁹ In Figuur 4 plaatsten we hoe dan ook de verzamelde woonplaatsen op een kaart, om te zien of er bepaalde trends op te merken zijn.

⁷⁵ L. CALDER, *American dream*, p. 41.

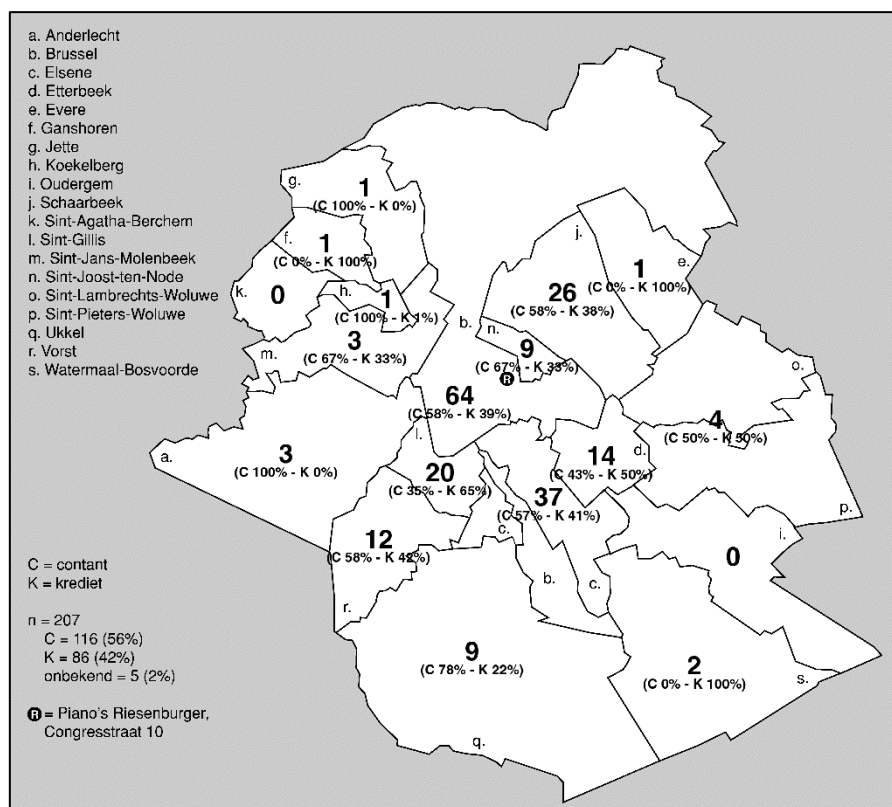
⁷⁶ L. CALDER, *American dream*, pp. 55-58.

⁷⁷ S. JAUMAIN, "Le petit commerce bruxellois", p. 4.

⁷⁸ Een analyse door middel van de bevolkingstelling, die wel beroepen vermeldt, zou in theorie mogelijk zijn, maar valt buiten het bestek van deze thesis.

⁷⁹ P. VAN DEN ECKHOUT en P. SCHOLLIERS, *De Brusselse huishuren: 1800-1940*, Brussel, VUB, 1979, pp. 1-109. Wie toevalligerwijs wel met het exacte adres vermeld staat, is Riesenburger zelf. Tussen 1911 en 1913 bedroeg zijn jaarlijkse huishuur maar liefst 10 000 frank, wat er nog eens op wijst dat hij een belangrijke speler was op de Brusselse pianomarkt, p. 66.

Figuur 4 Aantal klanten Riesenburger per Brusselse gemeente, 1910-juli 1914.



Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.⁸⁰

Op Figuur 4 is te zien dat Riesenburger vooral piano's verkocht in het centrum van de stad. Daarbuiten had hij vooral klanten in de randgemeenten tussen het noordoosten en het zuidwesten van de stad, in de meer door lagere inkomensgroepen bewoonde gemeenten in het noordwesten vrijwel geen. Net als vandaag woonden in deze eerste groep gemeenten vooral mensen met een hoger dan gemiddeld inkomen. Elsene bijvoorbeeld was met zijn vijvers en de abdij van Ter Kameren al in de negentiende eeuw een gegeeerde plaats om te wonen voor zij die geld hadden.⁸¹ De klanten van Riesenburger waren dus van een zekere stand, wat enigszins te verwachten was gezien de luxueuze aard van de piano.

Kunnen we de analyse nog verder doortrekken? In Tabel 2 verzamelden we de verkoopsstatistieken van de gemeenten waar een zeker aantal piano's verkocht werd, om te onderzoeken of er een verband bestaat tussen het aandeel van de piano's dat op krediet werd verkocht en de gemiddelde waarde van de piano's. Indien de stelling klopt dat vooral de middenklasse zich van krediet bediende en dat rijken eerder contant betaalden, en we ervan uitgaan dat zij eerder dure piano's kochten, zouden we in meer

⁸⁰ Tussen september 1910 en juli 1914 vermeldt de bron 236 huisadressen. Daarvan werden er 8 uit de steekproef gelaten wegens onidentificeerbaar of wegens meerdere mogelijkheden. Adressen van waaruit meerdere bestellingen werden geplaatst werden normaal slechts één keer meegeteld. Daarbij werd de meest voorkomende betaalwijze meegenomen in de analyse. Werd er evenveel contant als krediet betaald, werden beide één keer geteld. 39 adressen werden op die manier uit de steekproef verwijderd. 18 klanten waarbij louter de naam (en geen straatnaam) van een (hedendaagse) Brusselse gemeente werd vermeld werden aan de steekproef toegevoegd. Laken werd bij Brussel-centrum gerekend. Sint-Pieters-Woluwe en Sint-Lambrechts-Woluwe werden in lijn met Riesenburgers notatie als één geheel beschouwd.

⁸¹ G. VAN ISTENDAEL, *Arm Brussel*, Amsterdam, Atlas, 1992, p. 55; E. MIN, *De eeuw van Brussel*, p. 28.

gegoede gemeenten een hoger dan gemiddeld aandeel contant en een hoger dan gemiddelde pianowaarde moeten terugvinden. Indien Jaumains stelling klopt dat zowel de middenklasse als de rijken krediet gebruikten, zouden we een hoger gemiddeld aandeel van kredietgebruik moeten aantreffen in de meer goedge gemeenten.

Tabel 2 Statistieken pianoverkoop van 8 Brusselse gemeenten, 1910-juli 1914.

<i>Gemeente</i>	<i>n</i>	<i>Aandeel contant</i>	<i>Aandeel krediet</i>	<i>Gem. prijs piano (contant)</i>	<i>Gem. prijs piano (krediet)</i>
19 Brusselse gemeenten	207	56%	42%	1641	1586
Brussel-centrum	64	<u>58%</u>	39%	<u>1773</u>	1444
Elsene	37	<u>57%</u>	41%	<u>1782</u>	<u>1861</u>
Etterbeek	14	50%	<u>43%</u>	<u>2027</u>	1430
Schaarbeek	26	<u>58%</u>	38%	1210	1396
Sint-Gillis	20	35%	<u>65%</u>	1588	1586
Sint-Joost-ten-Node	9	<u>67%</u>	33%	802	<u>1763</u>
Ukkel	9	<u>78%</u>	22%	<u>2045</u>	825
Vorst	12	<u>58%</u>	42%	1482	<u>2174</u>

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9. Onderstreepte getallen duiden een hoger dan gemiddelde waarde aan.⁸²

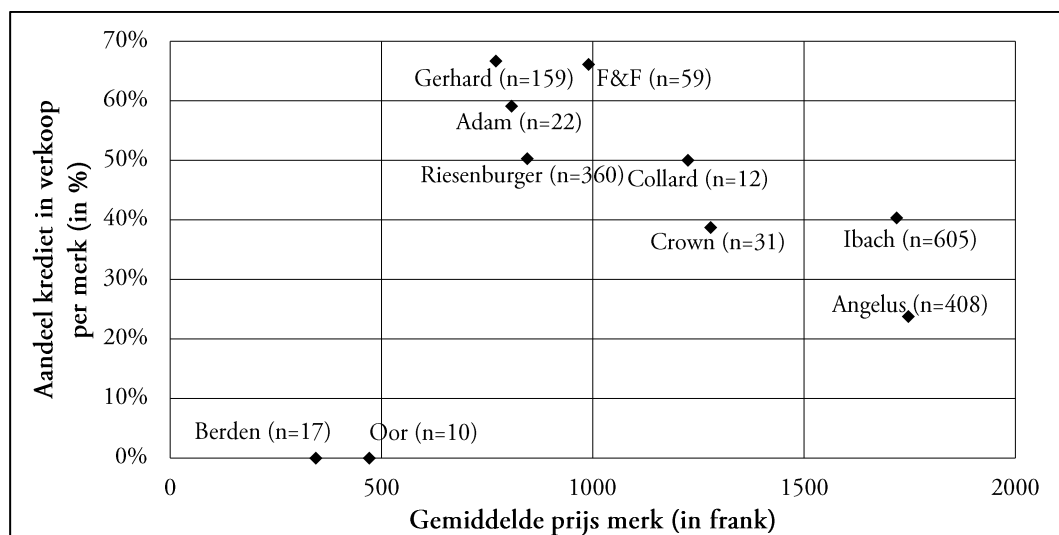
Uit de tabel blijkt dat in een aantal gemeenten de gemiddelde prijs van een contant betaalde piano hoger lag dan het steekproefgemiddelde. In het geval van Brussel-centrum en, uitgesproken, Ukkel, werd in die gemeenten ook meer dan gemiddeld contant betaald. De waarde van op krediet gekochte piano's lag daar lager dan gemiddeld. Ook in Elsene lag de prijs van contant betaalde piano's hoger dan gemiddeld, maar dat was ook het geval voor op krediet betaalde piano's. In Vorst, Sint-Joost-ten-Node en Schaarbeek werd eveneens meer dan gemiddeld contant betaald, maar in alle drie de gemeenten lag de waarde van de contant betaalde piano's (ver) onder het gemiddelde. In Vorst en Sint-Joost was het bovendien de waarde van de op krediet gekochte piano's die bovengemiddeld hoog was. Een gemeente die overwegend contant kocht betekende dus niet dat er in die gemeente alleen rijken naar de winkel trokken om een dure piano te kopen. In Brussel, Elsene en zeker Ukkel lijkt onze eerste stelling wel op

⁸² Voor uitleg omtrent de steekproef, zie voetnoot 80.

te gaan. De steekproef is evenwel te klein om gegronde uitspraken te doen. Daarenboven is louter de woonplaats geen exacte graadmeter voor het vermogen van een persoon.

Een tweede mogelijke manier om meer te weten te komen over welke klanten krediet gebruikten, is door per merk dat Riesenburger verkocht een opdeling te maken in hoeveel piano's contant werden betaald en hoeveel op krediet. Indien de stelling klopt dat rijken dure piano's kochten én contant betaalden, zouden we een lager aandeel op krediet gekochte piano's verwachten bij dure merken van piano's. Wat betreft onze stelling dat het vooral de middenklasse was die op krediet kocht, zouden we een hoger aandeel op krediet gekochte piano's verwachten bij meer basismodellen van piano's. Indien Jaumains stelling hier zou opgaan, zouden we een stijgend aandeel van kredietgebruik verwachten naarmate de waarde van de piano steeg en vermoedelijk dus ook het vermogen van de koper.

Figuur 5 Relatie gemiddelde prijs (in frank) en aandeel (in %) verkoop op krediet per merk, 1887-1916.

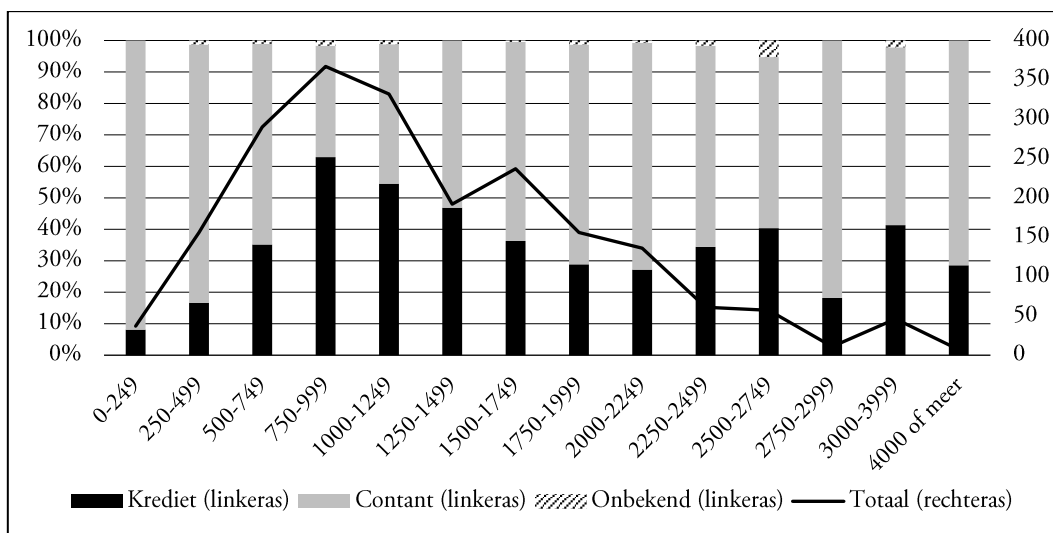


Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

Figuur 5 bevat de verkoopcijfers voor de tien populairste merken in Riesenburgers winkel. Uit de figuur blijkt een verband in de vorm van een omgekeerde U: hoe duurder het merk, hoe kleiner de kans dat het op krediet werd gekocht. Ook erg goedkope merken werden uitsluitend contant betaald. Het zijn de middelmerken die overwegend, tot aandelen van bijna 70%, op krediet werden gekocht. Onze eerste stelling lijkt op basis van deze figuur te kloppen.

In Figuur 6 breidden we de steekproef uit en betrokken we alle piano's die Riesenburger tussen 1887 en 1916 verkocht. We maakten per prijsklasse een opdeling tussen het aantal piano's dat contant werd betaald en het aantal piano's dat op krediet werd aangeschaft.

Figuur 6 Aantal krediet-, contant- en onbekende betalingen per prijsklasse, 1887-1916.



Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

Opnieuw blijkt een duidelijk verband. Goedkope piano's tot 750 frank werden weliswaar overwegend cash betaald, maar ook duurdere modellen werden hoofdzakelijk uit de hand aangeschaft. Het zijn daarentegen de modellen tussen 750 en 1250 frank die overwegend op krediet werden gekocht. Onze stelling blijkt net als in Figuur 5 bevestigd te worden: indien we de prijs van een piano als graadmeter gebruiken voor het vermogen van de klant, blijken vooral mensen uit de middenklasse gebruik te hebben gemaakt van krediet. De anekdote die socioloog Georg Simmel vertelde over een Engelse handelaar, die zei dat “a common man is he who buys goods by cash payment, a gentleman one to whom I give credit”, daarmee aangevend dat kredietbetaling meer aanzien genoot dan cash, lijkt bij Riesenburger niet helemaal op te gaan.⁸³

2.1.2.3. Het kredietprogramma in de praktijk

2.1.2.3.1 De verschillende betalingsprofielen

In één van Riesenburgers verkoopboeken staan een tweehonderdtal klanten die tussen 1911 en 1918 een piano kochten in zijn winkel, waaruit we een steekproef van 169 mensen selecteerden.⁸⁴ Uit Tabel 3 blijkt dat 115 mensen of 68,0% van het totaal zijn of haar rekening zonder problemen afbetaalde. Een

⁸³ Geciteerd in S. MEYER, “Economic Agents and the Culture of Debt”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, p. 231.

⁸⁴ In de bron worden 206 klanten vermeld die tussen 1911 en 1918 zaken deden met Riesenburger. Vier klanten werden weggelaten uit de steekproef omdat het niet duidelijk om een aankoop van een piano ging. Eén werd weggelaten wegens een groothandelaar in piano's en een mogelijk afwijkende manier van betalen. 15 klanten werden weggelaten omdat ze hun aankoop in één termijn betaalden, wat strijdig is met de hoger aangehaalde definitie van Seligman betreffende afbetalingskrediet. Ten slotte werden 17 klanten uit de steekproef gelaten wegens een onduidelijke transactie.

extra 4,7% van de kopers deed dat na een lange periode als schuldenaar te boek te hebben gestaan. Zestien brachten er hun piano vroegtijdig terug: in twee gevallen gebeurde dat zonder voorafgaande achterstallige betalingen, bij de overige gevallen ging een terugkeer telkens gepaard met in gebreke gebleven betalingen of met schulden, wat lijkt te wijzen op een gedwongen ophaling (cf. infra). 30 mensen of 17,8% van het totaal betaalde zijn of haar rekening niet of onvolledig af.

Tabel 3 Betalingsprofiel klanten Riesenburger, 1911-1918.

Periode	Vredestijd (vóór juli 1914)		Overlappend		Oorlogstijd (na juli 1914)		Totaal	
	Aantal	Aandeel (in %)	Aantal	Aandeel (in %)	Aantal	Aandeel (in %)	Aantal	Aandeel (in %)
Afbetaald	70	93,3	31	43,7	14	60,9	115	68,0
Afbetaald mits problemen	0	0	6	8,5	2	8,7	8	4,7
Piano teruggebracht	4	5,3	11	15,5	1	4,3	16	9,5
Zonder voorafgaande gemiste maanden	1	1,3	1	1,4	0	0	2	1,2
Met voorafgaande gemiste maanden	3	4	10	14,1	1	4,3	14	8,3
Niet afbetaald	1	1,3	23	32,4	6	26,1	30	17,8
Totaal	75	100	71	100	23	100	169	100

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6.⁸⁵

We splitsen deze cijfers in voorgaande tabel op in drie subperiodes, aangezien het verkoopboek van Riesenburger de periode van 1911 tot 1918 behelst. Op 28 juli 1914 startte de invasie van Servië door Oostenrijk-Hongarije en niet veel later, op 4 augustus, viel het Duitse leger België binnen. Het begin van de Eerste Wereldoorlog had zware gevolgen voor het economische leven in ons land. Vele gezinnen verloren hun inkomen, hielden hun kostbare spaargeld zoveel mogelijk bij of vluchtten naar veiliger oorden. De gevolgen van de maatschappelijke ontwrichting waren uiterst negatief voor het pianobedrijf.

⁸⁵ 'Vredestijd' bevat enkel contracten aangegaan én afgesloten alvorens het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog. 'Overlappend' bevat contracten aangegaan vóór juli 1914 en verderlopend tijdens het conflict. 'Oorlogstijd' ten slotte bevat louter contracten begonnen en afgehandeld tijdens de Eerste Wereldoorlog. 'Afbetaald mits problemen' duidt aan dat de klant als 'débiteur' vermeld stond in Riesenburgers boeken en een rente betaalde op de uitstaande schuld. Er zit weinig lijn in de procedure bij achterstallige betalingen: soms werd een rente gerekend na zes maanden zonder betaling, soms na een jaar, soms was de intrest 5%, soms 6%. Onder 'Niet afbetaald' staan de klanten die hun rekening niet volledig aflostten. Soms was dat duidelijk, bijvoorbeeld wanneer bij de laatst vermelde betaling het gehele bedrag nog niet was afgelost, of wanneer er 'perte' vermeld werd op het eind. In 9 gevallen stond er de voor ons onbekende afkorting 'P&P', gevolgd door het nog verschuldigde bedrag. Vaak stond deze afkorting in rode inkt, en altijd werd ze voorafgegaan door lange periodes zonder betaling, waardoor we deze gevallen ook bij de schuldenaars rekenden.

“Les affaires [sont] arrêtés complètement, et personne ne [paie] plus” schrijft Riesenburger op 10 augustus in een brief.⁸⁶ “Brux[elles] est calme et ville morte [...] les affaires sont nulles” herhaalt hij in oktober, “souhaitant cette sacrée guerre et ses auteurs à tous les enfers”.⁸⁷

Het merendeel van de betaalproblemen en overgeslagen maanden in de kredietprogramma's gebeurde inderdaad tijdens de Eerste Wereldoorlog. Vóór het uitbreken van het conflict betaalde 93,3% van de klanten zijn rekening zonder problemen af. Van de 70 klanten bleef slechts één koper in gebreke. Vanaf juli 1914 veranderde dat patroon drastisch: van de afbetalingscontracten die zowel de vreedstijd en de oorlogstijd overspanden bleef 32,4% onafbetaald. Vaak begonnen de betalingsproblemen rond juli 1914. G. Morissen⁸⁸ bijvoorbeeld, wonende in Bergen, kocht in november 1912 twee instrumenten bij Riesenburger. Hij betaalde ter plekke een voorschot van 100 frank, en betaalde daarna 50 frank per maand zonder ook maar één keer een maand te missen. Tot juli 1914 tenminste, waarna Morissens stipte betalingspatroon spaak liep en hij een openstaande rekening van 535 frank achterliet.⁸⁹ Verkopen gedaan tijdens de oorlogstijd leunen dicht aan bij de cijfers van de overlappende periode, met 26,1% schuldenaren en een kleine 70% afbetalingen, maar zijn toch iets positiever. Personen die een piano kochten tijdens de Eerste Wereldoorlog hadden de oorlogsomstandigheden wellicht al in rekening gebracht bij hun aankoopbeslissing, in tegenstelling tot de kopers uit de overlappende periode, die verrast werden door het uitbreken van het conflict en hun uitgaven plots noodgedwongen moesten terugschreeven.

In een tweede poging een beeld te scheppen van de impact van het conflict op Riesenburgers verkoop, berekenden we in Tabel 4 per jaar hoeveel van de verschuldigde maanden daadwerkelijk die maand betaald werden. Vóór juli 1914 werd tussen de 80 en de 90% van de maanden stipt afbetaald. Onmiddellijk na de Duitse inval in België daalde dat cijfer spectaculair naar 25%. Gedurende heel het conflict zou het percentage laag blijven, zij het met een licht herstel naar 1918 toe. Seligman berekende een gelijkaardig 'efficiency figure' van 88,4% tussen 1908 en 1920. In 1914 stelde hij eveneens een daling vast, zij het veel minder spectaculair dan in België, vanzelfsprekend omdat de VS niet bezet werd.⁹⁰

⁸⁶ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 315, brief van P. Riesenburger aan M. Bernard, 10.08.1914.

⁸⁷ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 340, brief van P. Riesenburger aan C. Thomson, 28.10.1914.

⁸⁸ Pianomodel, aankoopdatum en kostprijs respectievelijk Angelus 9433 en Riesenburger 10316, 11/1912, 800 frank en 700 frank. Deze en hiernavolgende aankoopgegevens zijn telkens afkomstig uit ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.

⁸⁹ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6, f. 315.

⁹⁰ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, pp. 334-336.

Tabel 4 Daadwerkelijk betaalde maanden ten opzichte van verschuldigde maanden (in %), 1911-1918.

1911 (n=745)	1912 (n=870)	1913 (n=779)	1-6/1914 (n=344)	7-12/1914 (n=305)	1915 (n=646)	1916 (n=586)	1917 (n=452)	1918 (n=212)
89	80	77	80	25	21	31	39	32

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6.⁹¹

Henry Mussey deed begin twintigste eeuw een onderzoek naar afbetalingskrediet in New York. Hij onderscheidde onder de aanbieders van afbetalingskrediet drie groepen, namelijk de *low-grade installment business*, de *high-grade installment business* en de ‘valse’ *installment business*, die nietsvermoedende mensen wilde oplichten. Tot de *high-grade installment business* rekende hij mensen als Riesenburger, die piano’s of andere duurzame goederen verkochten. Omdat zij zeer goed hun klanten selecteerden, zo stelde Mussey, waren niet-betaalde schulden bijna onbestaande.⁹² Ook Seligman was die mening toegedaan, wanneer hij schreef dat “owing to the great care in the selection of the purchasers, losses from dishonesty are comparatively uncommon, the default being generally due to unforeseen contingencies”.⁹³ Een dergelijk beeld lijkt ook voor Riesenburger op te gaan, de ‘unforeseen contingencies’ in dit geval de Eerste Wereldoorlog.

In normale omstandigheden lijkt afbetalingskrediet, gezien de relatief stipte betalingen en het gering aantal wanbetalers, erg goed gewerkt te hebben. Door het beperkt aantal schuldenaars valt het daarom te begrijpen waarom pianohandelaars als Riesenburger in hun promotiecampagnes zo inzetten op kredietverlening om klanten te lokken. Riesenburger zal wellicht een zekere selectie hebben doorgevoerd in zijn klanten, maar om dat na te gaan schiet ons bronnenmateriaal tekort. Natuurlijk zal zelfselectie ook een belangrijke rol hebben gespeeld. Zoals we in Deel III zullen zien waren vooral meer gegoede bevolkingsgroepen vanuit hun culturele omgeving geïnteresseerd in de aankoop van een piano.

2.1.2.3.2 De afbetalingen onder de loep: rente en aflossingsstructuren

Jaumain schrijft dat Brusselse winkeliers geen rente vroegen op het aan hun klanten verschaft krediet.⁹⁴ Dat was niet het geval bij Riesenburger. Hoeveel rente de pianohandelaar precies op het door hem verleende krediet rekende, is echter moeilijk te achterhalen. Uit een brief aan J. Du Jardin⁹⁵ in januari 1914 blijkt dat deze 5% interest betaalde. Dat was evenwel voor een krediet ‘limité’, beperkt tot een

⁹¹ Steekproef op basis van dezelfde 169 klanten als hoger. Teruggebrachte piano’s werden als betaling gerekend. Hoewel de Eerste Wereldoorlog op papier pas op 28 juli 1914 begon en België pas begin augustus werd aangevallen, werd juli al bij de oorlogsmaanden gerekend. Vele klanten betaalden immers pas op het eind van de maand. Bovendien kon de moord op Franz-Ferdinand eind juni 1914 en het daaropvolgende ultimatum aan Servië reeds aangetoond hebben dat er iets op til was in Europa en de beslissingen van klanten om al dan niet te betalen beïnvloed hebben.

⁹² L. CALDER, *American dream*, pp. 175-176.

⁹³ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, pp. 15-16.

⁹⁴ S. JAUMAIN, “Le petit commerce bruxellois”, p. 4.

⁹⁵ Ibach 65694, 11/1911, 2080 frank.

looptijd van een jaar.⁹⁶ Voor langere looptijden hanteerde Riesenburger ogenschijnlijk een rente van 6%, zoals blijkt uit een brief aan M. Jamar.⁹⁷ Dezelfde intrestvoet gebruikte hij tijdens de Eerste Wereldoorlog, wanneer hij verschillende klanten verlenging van hun afbetalingstermijn verleende ‘par suite des tristes circonstances’.⁹⁸ In sommige gevallen vroeg Riesenburger ook geen rente. Wanneer F. Merlin⁹⁹ een piano wil kopen, stelt Riesenburger een afbetalingsprogramma voor met een voorschot van 300 frank en maandelijkse betalingen van 100 frank. Hij zal de vrouw geen interest rekenen, schrijft hij, omwille van hun ‘anciennes et bonnes relations’.¹⁰⁰

In de vermelde brief aan J. Du Jardin schrijft Riesenburger dat hij zelf aan 6,5% moest lenen bij de bank. De rente die Riesenburger rekende op het verschaft consumptiekrediet was dus erg laag. Dit was enerzijds het gevolg van het feit dat het aanbieden ervan louter een commercieel middel was om klanten te lokken en niet per se om winst uit te halen, in tegenstelling tot latere aanbieders van krediet (cf. infra). Bovendien was de inflatie tijdens de Belle Epoque nagenoeg onbestaand, waardoor hij zich bij het bepalen van zijn rente niet moest indekken tegen muntontwaarding.¹⁰¹

Laten we nu eens de klanten die hun rekening correct afbetaalden van dichterbij bekijken. In theorie werkte afbetalingskrediet relatief eenvoudig. De koper kreeg het aangeschafte product, in dit geval een piano, meteen mee naar huis, doch zonder dat hij wettelijk eigenaar was. Bij de transactie betaalde hij een bepaalde som en verbond hij er zich toe het resterende bedrag periodiek af te lossen. Dat gebeurde in sommen die klein genoeg waren opdat de koper ze daadwerkelijk zou kunnen aflossen, maar groot genoeg dat het aangeschafte instrument in een redelijke termijn werd terugbetaald en de verkoper niet in kapitaalproblemen kwam. Bleef de koper in gebreke, dan kon de verkoper de piano gewoon terugeisen.¹⁰²

Afbetalingskrediet werkte dus ideaaltypisch met een voorschot A en periodieke aflossingen B, een structuur die kan gevat worden in de lettercombinatie ABBB. Wanneer we de boekhouding van Riesenburger erop naslaan (cf. Tabel 5) vinden we een dergelijke structuur inderdaad terug. De praktijk blijkt echter veel complexer en meer divers te zijn dan de relatief simpele theorie doet uitschijnen. Hoewel een ABBB-structuur inderdaad voorkomt, treffen we ook een BBBB-structuur aan, met alleen maar kleine aflossingen. Binnen beide ideaaltypes waren bovendien blijkbaar heel wat variaties mogelijk: soms stond de hoofdsom op het eind, of werd een grote som aan het begin én het eind betaald.

⁹⁶ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 14, brief van P. Riesenburger aan J. Du Jardin, 13.01.1914.

⁹⁷ Ibach 71964, 2/1914, 2360 frank. ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 53, brief van P. Riesenburger aan M. Jamar, 14.02.1914.

⁹⁸ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 318, brief van P. Riesenburger aan M^{elle} Vantomme, 14.08.1914.

⁹⁹ Angelus 32861, 6/1914, 3300 frank.

¹⁰⁰ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 221, brief van P. Riesenburger aan F. Merlin, 11.06.1914.

¹⁰¹ P. SCHOLLIERS, “Le pouvoir d’achat des salariés”, in: G. VANTHEMSCHE, ed., *Les classes sociales en Belgique: deux siècles d’histoire*, Brussel, CRISP, 2016, pp. 127-150, 446-450.

¹⁰² D. MARRON, *Consumer credit*, p. 40.

Tabel 5 Structuur en lengte afbetalingsprogramma's klanten Riesenburger, 1911-1918.

<i>Afbetalingskrediet</i>	<i>Aantal (n=115)</i>	<i>Aandeel (in %)</i>
Structuur		
ABBB	91	79,1
<i>normaal</i>	67	58,3
<i>met vervroegde afbetaling ($B_L \leq A$)</i>	13	11,3
<i>met vervroegde afbetaling ($B_L > A$)</i>	11	9,6
BBBB	11	9,6
<i>normaal</i>	7	6,1
<i>met vervroegde afbetaling ($B_L > B$)</i>	4	3,5
onduidelijk	13	11,3
Lengte (in maanden)		
1-11	22	19,1
12	1	0,9
13-23	32	27,8
24	11	9,6
25-35	31	27,0
36	8	7,0
37-47	7	6,1
>47	3	2,6

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6. B_L staat voor de laatst betaalde termijnsom.

Een ABBB-structuur kwam evenwel het meeste (79,1%) voor. Evenwel niet zo perfect als de literatuur doet uitschijnen. In 24 van de 91 gevallen kozen klanten ervoor om hun afbetalingskrediet vroeger af te betalen, dat wil zeggen dat de laatste betaling groter was dan de normale voorziene maandelijkse som én niet het gevolg van in het verleden gemiste maanden. In de meeste gevallen ging het daarbij om programma's waarbij de opdeling in schijven niet perfect uitkomt en bij de laatste maand ook het minieme resterende bedrag wordt bijgeteld, of om mensen die bij hun voorlaatste maand meteen ook de laatste maand betalen. De eindsom bij deze vervroegde afbetalingen overtrof weliswaar niet de hoofdsom betaald bij de aankoop van de piano. In 11 gevallen overtrof deze som wel het oorspronkelijk betaalde bedrag, waardoor de betaalstructuur eerder op een ABBA-formule lijkt.

Sommige afbetalingskredieten bestonden louter uit een opeenvolging van kleine bedragen. We noemden dergelijke programma's een BBBB-structuur. Ook hier werd het programma soms vroegtijdig afbetaald. Ten slotte troffen we ook nog een hele resem programma's aan die moeilijk in een ideaaltype te vatten zijn, omdat de betalingen een uitermate korte periode bestreken of omdat ze te willekeurig gebeurden.

Seligman stelde vast dat piano's gemiddeld na 30 maanden afbetaald werden, en ook Calder schrijft dat transacties via afbetalingskrediet doorgaans na twee à drie jaar voltooid waren.¹⁰³ Dat lijkt ook bij Riesenburger zo geweest te zijn: slechts 8,7% van de kredieten liep langer dan drie jaar. Kennelijk wilden de klanten geen langere periodes schulden aanhouden, of wilde Riesenburger vanuit een zekere risico-aversiteit geen langerlopende aflossingsperiodes toestaan. Dat de pianohandelaar inderdaad liefst zo snel mogelijk zijn piano's afbetaald zag, blijkt uit zijn mededeling aan een nieuwe klant dat "tout paiement anticipatif, en sus des mensualités, jouit un escompte de 10% la 1^{ère} année, 5% la 2^{ième}!".¹⁰⁴ Kennelijk gaf een deel van de klanten, zoals uit de vroegtijdige afbetalingen in Tabel 5 mocht blijken, gehoor aan deze oproep.

Tabel 6 Gemiste maanden door afbetalende klanten Riesenburger, 1911-1918.

Periode	Vredestijd (vóór juli 1914)		Overlappend		Oorlogstijd (vanaf juli 1914)		Totaal	
	Aantal (n=70)	Aandeel (in %)	Aantal (n=31)	Aandeel (in %)	Aantal (n=14)	Aandeel (in %)	Aantal (n=115)	Aandeel (in %)
Gemiste maanden								
0	25	35,7	11	35,5	8	57,1	44	38,3
1 tot 2	14	20,0	4	12,9	4	28,6	22	19,1
3 tot 5	10	14,3	3	9,7	1	7,1	14	12,2
6 tot 10	12	17,1	3	9,7	0	0	15	13,0
>10	9	12,9	10	32,3	1	7,1	20	17,4
Maximaal achtereenvolgens gemiste maanden								
0	25	35,7	11	35,5	8	57,1	44	38,3
1 tot 2	27	38,6	8	25,8	4	28,6	38	33,0
3 of meer	18	25,7	12	38,7	2	14,3	33	28,7

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6.

Zoals gezegd betaalden klanten in theorie maandelijks een bepaalde som af. Uit Tabel 6 blijkt dat 44 klanten of 38,3% dat ook daadwerkelijk gedaan hebben. Nog eens 19,1% beperkte zich tot het overslaan en later inhalen van 1 of 2 maanden. Wat opvalt is dat meer dan 40% van de 115 klanten die hun rekening uiteindelijk afbetaalden 3 maanden of meer oversloeg, en bijna de helft van die groep meer dan 10 maanden. Dat blijkt niet het gevolg van de maatschappij-ontwrichtende omstandigheden van de Eerste Wereldoorlog: ook in vredestijd sloeg ruim een derde van Riesenburgers klanten 3 of meer maanden over bij het afbetalen. 28,7% van de klanten miste bovendien 3 of meer aaneensluitende maanden. Dit

¹⁰³ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 104; L. CALDER, *American dream*, p. 60.

¹⁰⁴ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11, f. 135, brief van P. Riesenburger aan L. Gaudio, 28.03.1914.

cijfer is extra opmerkelijk, aangezien 3 of meer achtereenvolgende maanden zonder betaling heden door de Centrale voor Krediet aan Particulieren als definitie van schuldenaar wordt gehanteerd (cf. infra). Zelfs in vreedstijd zou een kwart van Riesenburgers afbetalende klanten vandaag de dag als schuldenaar gemeld staan bij de Centrale. De pianohandelaar stond zijn kopers blijkbaar heel wat vrijheid toe op vlak van betalingen. Wellicht speelde daarbij het feit mee dat kopers in normale omstandigheden slechts zelden in gebreke bleven (cf. supra).

Tabel 7 Aandelen voorschot en periodieke som in afbetalingsprogramma's van het type ABBB, 1911-1918.

ABBB	<i>Aantal (n=91)</i>	<i>Aandeel (in %)</i>
Voorschot A als deel van totale som		
0-9%	18	19,8
10-19%	26	28,6
20-29%	14	15,4
30-39%	9	9,9
40-49%	8	8,8
50-59%	4	4,4
60-69%	5	5,5
70-79%	4	4,4
80-89%	3	3,3
90-99%	0	0
Periodieke som B		
0 tot 1%	0	0
1 tot 2%	4	4,4
2 tot 3%	50	54,9
3 tot 4%	25	27,5
4 tot 5%	3	3,3
5 tot 6%	4	4,4
6 tot 7%	0	0
7 tot 8%	1	1,1
8 tot 9%	0	0
9 tot 10%	2	2,2
>10%	2	2,2

Bron: ARA, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 6.

Calder schrijft dat piano's en orgels ter waarde van 500 à 1000 dollar doorgaans werden verkocht middels een betaling van één derde van de prijs in de hand en de rest van het bedrag via maandelijkse afbetalingen.¹⁰⁵ Seligman constateerde uit zijn onderzoek dat een piano meestal werd gekocht middels een eerste betaling van 15% van de volledige som.¹⁰⁶ Marron schrijft dan weer dat de hoofdsom bij

¹⁰⁵ L. CALDER, *American dream*, p. 60.

¹⁰⁶ E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 104.

afbetalingskredieten meestal om en bij de 10% bedroeg.¹⁰⁷ Uit Tabel 7 blijkt dat de door ons onderzochte praktijk dichter bij Seligmans en Marrons schattingen aanleunen dan die van Calder: een voorschot tussen de 10 en de 19% van de totale aankoopssom kwam het meeste voor. Tegen het licht van latere wetgeving zou dat cijfer aanleunen bij wat de Belgische wetgever in 1957 de absolute minimumgrootte van het voorschot achtte, namelijk 15% (cf. infra). Niettemin bleef in bijna 20% van de contracten het voorschot onder de 10%, wat als een eerder soepele aflossingsvoorwaarde kan beschouwd worden. Wat betreft de periodieke som werd in de ruime meerderheid van de gevallen een getal tussen 2% en 3% van de totale aankoopsprijs vastgelegd.

2.1.2.3.3 Schuldenaars en schulden

2.1.2.3.3.1 De juridische status van afbetalingskrediet tijdens de negentiende eeuw

In 1804 werd in de Zuidelijke Nederlanden de *Code civil* ingevoerd. Vanuit de Verlichtingsidee van vrijheid voor de wet werden consumenten in het wetboek niet geacht nood te hebben aan bescherming. Dat uitte zich onder meer in een volkomen contractuele vrijheid: wanneer individuen zelf hun tegenpartij konden kiezen en de voorwaarden van het contract konden bepalen, dan zou dat het algemene welzijn ten goede komen. Krediettransacties hoorden onder dezelfde noemer thuis: wanneer twee personen een eerder overdreven intrestvoet afspraken, dan was dat volledig hun zaak. De enige uitzondering op deze absolute contractuele vrijheid waren de pandjeshuizen. Tijdens de Franse bezetting onder Napoleon werd voor het eerst geprobeerd om de woekerpraktijken bij deze kredietverleners aan banden te leggen. De pogingen bleken echter vruchteloos, en pandjeshuizen konden tot in de twintigste eeuw in meer of mindere mate hun gang gaan.

Met het verschijnen van afbetalingskrediet zoals we het hierboven beschreven bij Riesenburger, vond de Belgische wetgever het wel noodzakelijk het principe van absolute contractuele vrijheid op te offeren voor meer consumentenbescherming. Vanuit een sterk klassenbewustzijn vreesde hij immers dat afbetalingskrediet ervoor zou zorgen dat personen uit lagere strata van de bevolking boven hun middelen en stand zouden gaan leven. Bovendien was er bij afbetalingskrediet weinig sociale controle, die er bij het ‘op de pof’ lenen bij de plaatselijke herbergier of bakker altijd voor gezorgd had dat kredietvoorwaarden redelijk bleven en de verschuldigde sommen op gezette tijdstippen afgelost werden. Ook de volgens de wetgever ongezonde macht die de verlener van het krediet, de verkoper, middels het afbetalingskrediet verkreeg over de koper, was een doorn in diens oog. In 1865 werd daarom een wet gestemd die bepaalde dat leners zich schuldig maakten aan woeker wanneer ze de noden, zwaktes, driften of onwetendheid van de klant misbruikten om een hoger dan gebruikelijke rente te bekomen. Ook het gebruik van samengestelde intrest werd aan banden gelegd. Zo wilde de wetgever voorkomen dat ontleners die hun betaalverplichtingen niet meer konden nakomen, niet alleen intrest moesten betalen

¹⁰⁷ D. MARRON, *Consumer credit*, p. 40.

op het nog verschuldigde bedrag, maar ook een bijkomende intrest bovenop de intrest van die ontleende geldsom. De wet van 1865 week af van het discours in Nederland, zo stelden Joost Jonker, Michael Milo en Johan Vannerom vast, waar veel langer werd vastgehouden aan het geloof in een absoluut vrije markt en de nadruk werd gelegd op de eigen verantwoordelijkheid van de consument.¹⁰⁸

2.1.2.3.3.2 Het afbetalingscontract als ‘gentlemen’s agreement’?

De wet van 1865 ten spijt bleef de contractuele relatie tussen verkoper en koper vrij onevenwichtig van aard. Zoals hoger reeds vermeld behield een ondernemer als Riesenburger, net als in Duitsland en Groot-Brittannië, maar niet zoals in Frankrijk, het recht om bij het in gebreke blijven van een klant het gekochte goed terug te mogen ophalen.¹⁰⁹ Bovendien verloor de klant ook de reeds betaalde sommen. Daartegenover stond, zo schrijft Jaumain, dat er weinig juridische middelen bestonden voor verkopers om daadwerkelijk hun schulden te recupereren, en dat indien deze bestonden erg duur waren. In de praktijk moesten ze vooral buigen op overtuigingskracht en morele druk. Jaumain schrijft dat het verzamelen van achterstallige betalingen voor zaakvoerders tijdens de Belle Epoque ‘un art, tout empreint de délicatesse et de psychologie’ was. Winkeliers trachtten weliswaar hun schuldenaars te doen betalen, maar deden dat zonder hun klanten al te veel financieel onder druk te zetten, waardoor ze hem of haar mogelijk zouden verliezen.¹¹⁰

In de overgeleverde briefwisseling van het pianobedrijf konden we een paar communicaties terugvinden met problematische betalers. Daaruit blijkt dat ook Riesenburger erg veel voorzichtigheid aan de dag legde bij het proberen innen van schulden. Wat ten eerste opvalt is dat hij erg lang wachtte met wanbetalers aan te schrijven: bij vrijwel alle brieven was er een termijn van minstens 10 maanden voorafgegaan waarin niet betaald was door de klant. Soms ook veel langer, zoals blijkt uit de casus van J. Du Jardin (cf. supra). De man had 1000 frank op voorhand betaald, maar had daarna nagelaten het resterende bedrag af te betalen of te antwoorden op Riesenburgers brieven. Pas begin 1914 schrijft hij Du Jardin nog eens aan, met de boodschap dat de piano al minstens een jaar had betaald moeten zijn. Ofschoon de periode op zich aanzienlijk genoeg is, voegt Riesenburger er nog een “veuillez constater que je n’ai pas été pressé” aan toe om te benadrukken dat zijn verzoek niet compleet van de pot gerukt is. In een laatste poging om zijn brief te rechtvaardigen haalt de pianohandelaar er nog het financiële argument bij dat hij aan 6,5% rente moet lenen, en dat Du Jardins kredietprogramma van een jaar slechts

¹⁰⁸ J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, “From Hapless Victims of Desire to Responsibly choosing Citizens. The Emancipation of Consumers in Low Countries’ Consumer Credit Regulation”, in: *Low Countries Historical Review*, 132-133 (2017), pp. 117-124.

¹⁰⁹ S. EFFOSSE. “French Consumer Credit Policy in the 1950s and 1960s: From Opposition to Control”, in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, p. 186.

¹¹⁰ S. JAUMAIN, *Les petits commerçants belges*, pp. 80-81. Eenzelfde handelswijze trof Bart Willems aan in de achttiende eeuw, waar het aanmanen van schuldenaren om hun rekening te betalen heel wat eiste van de winkelier, en nu eens een vriendelijke, dan weer een doortastende aanpak vereiste, B. WILLEMS, *Leven op de pof*, p. 199.

5% oplevert.¹¹¹ Suggesteren dat een klant de piano niet kon betalen lijkt absoluut uit den boze geweest te zijn.

Een dergelijke vaststelling strookt met het beeld dat vroege auteurs als Mussey en Seligman schiepen in hun werk. Zij beschreven de omgang van Amerikaanse winkeliers met wanbetalers als ‘exceedingly liberal’.¹¹² Ze stelden vast dat deze heel lang draalden eer ze het verkochte product in geval van schulden kwamen ophalen, dat nochtans hun eigendom was zolang er geen volledige betaling had plaatsgevonden. Het in beslag nemen van het goed gebeurde pas als de winkelier echt geen enkele kans meer zag op terugbetaling.¹¹³ Lang wachten en voorzichtigheid vatten ook de brieven samen die handelen over de stok die Riesenburger contractshalve achter de deur had, het vermelde komen ophalen van de piano in geval van niet-terugbetaling. Dat het evenwel af en toe gebeurde, vermeldden we hoger al: tussen 1910 en 1918 werden immers 14 piano’s teruggebracht naar de winkel na voorafgaande betaalproblemen, wat lijkt te wijzen op een gedwongen ophaling. Een piano gedwongen weer ophalen was voor beide partijen een pijnlijke gebeurtenis. Riesenburger deed er dan ook alles aan dat wanbetalers zelf de stap zouden zetten om hun instrument van de hand te doen. Wanneer J. Schlosser¹¹⁴ in gebreke blijft bij zijn afbetaling en vraagt of hij na het einde van de oorlog kan betalen, antwoordt Riesenburger dat zoiets onmogelijk is omdat die nog jaren kan duren. “D’ailleurs”, schrijft hij, “je suis d’avis que, si votre situation ne vous permet pas le luxe, inutile, d’un piano, vous en priver n’est qu’une question d’honnêteté [...]”.¹¹⁵ Klanten hadden er door de aard van het kredietprogramma echter alle reden toe om niet toe te geven: bij het terugbrengen van het instrument verloren ze zoals gezegd immers niet alleen het goed, maar ook alle reeds betaalde sommen.

Zelfs als het toch tot een gedwongen ophaling kwam, beschuldigde Riesenburger zijn klanten nooit van geldgebrek of een gebrek aan financiële zelfcontrole om te voldoen aan de maandelijkse betalingen van het contract. Alvorens hij bijvoorbeeld in maart 1918 de piano van V. Biesman¹¹⁶ gaat ophalen, die al vier jaar niet meer betaald had, schrijft Riesenburger:

M[adame] Biesman me doit la location depuis Octob[re] 1913, n’étant pas rentrée à Bruxelles cette année, le tout est resté en suspens; je la savais riche et solvable et m’en suis guère inquiété. Mais je crains que l’instrument soit abimé par la rouille, les mites etc. et je juge absolument nécessaire qu’il rentre pour le vérifier [...]¹¹⁷

¹¹¹ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11, f. 14, brief van P. Riesenburger aan J. Du Jardin, 13.01.1914.

¹¹² E. SELIGMAN, *Instalment selling*, I, p. 16.

¹¹³ D. MARRON, *Consumer credit*, p. 39.

¹¹⁴ Riesenburger 657, 1/1914, 760 frank.

¹¹⁵ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 12, f. 368, brief van P. Riesenburger aan J. Schlosser, 23.10.1917.

¹¹⁶ Ibach 62050, 6/1911, 2600 frank.

¹¹⁷ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 12, f. 463, brief van P. Riesenburger aan P. Jamar, 16.03.1918.

Naar eigen zeggen kan het hem dus niet schelen dat Biesman, die hij nog steeds rijk en solvabel acht, al jaren niet meer betaald had, het zijn echter de vochtigheid en de motten waar hij zich zorgen over maakt en waarom hij zijn piano terug wil.

Wanneer Riesenburger een probleemklant aanschreef, eiste hij niet per se een onmiddellijke en volledige terugbetaling van de schulden. Eerder vroeg hij gewoon om een teken van goede wil door toch iets van het bedrag te vereffenen. Dat bewijst de casus van A. Ségal.¹¹⁸ Tot het uitbreken van de oorlog toonde de man zich een stipte betaler, maar daarna betaalde Ségal geen enkele keer meer. Na anderhalf jaar zonder betalingen verzocht Riesenburger hem in december 1915 om op z'n minst een deel te betalen, of anders de piano terug te brengen. Ségal antwoordde dat hij zou betalen, waarop de pianoverkoper hem nog enkele maanden respijt gunde. Wanneer in maart 1916 nog steeds geen geld Riesenburger bereikt heeft, schrijft hij Ségal: “Vous y mettez de la mauvaise volonté”. Een maand later laat hij de piano door zijn transporteurs ophalen.¹¹⁹ Hetzelfde verhaal troffen we aan bij G. Feignaert. De man had in november 1912 een piano gekocht bij Riesenburger, maar had na juni 1913 nagelaten nog langer huur te betalen. Negen maanden later had de pianohandelaar zijn instrument opgehaald. Niettemin stond Riesenburger in april 1914 toe dat Feignaert opnieuw een piano op krediet kocht. Dat liep even goed, tot de Eerste Wereldoorlog roet in het eten kwam strooien. Ondanks dat het de tweede keer was dat Feignaert in gebreke bleef, eiste Riesenburger net als bij Ségal slechts een gedeeltelijke terugbetaling:

J'ai l'honneur de vous rappeler que ce jour échoit le 4^{ième} mois de location; je dois insister afin que vous payiez sans retard au moins 2 mois, et par la suite au moins un mois sur deux, sinon je préférerais, pour ne pas augmenter à nouveau votre dette, reprendre mon piano à fin du mois courant.¹²⁰

Mogelijk zorgde het beroep van Feignaert, die dokter was, ervoor dat Riesenburger het risico wilde lopen hem een tweede keer krediet te verlenen.

De Amerikaanse getuigenissen over hoe winkeliers omgingen met schuldenaars deed Donncha Marron besluiten dat een afbetalingscontract in de negentiende eeuw eerder een ‘gentleman’s agreement’ was dan een afdwingbaar juridisch contract.¹²¹ Op basis van de hierboven aangehaalde voorbeelden durven wij dit beeld onderschrijven.

¹¹⁸ Ibach 70980, 5/1913, 1440 frank.

¹¹⁹ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 12, f. 41, brief van P. Riesenburger aan A. Ségal, 08.03.1916 (citaat) en f. 245, brief van P. Riesenburger aan A. Brimeyer, 20.03.1917.

¹²⁰ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 11, f. 342, brief van P. Riesenburger aan F. Feignaert, 31.10.1914, onderstreping Riesenburger.

¹²¹ D. MARRON, *Consumer credit*, p. 39.

2.1.2.3.3 Schulden: een vrouwelijke kwestie?

Ofschoon het bespelen van de piano een uitgesproken vrouwelijke aangelegenheid was tijdens de Belle Epoque (cf. infra), wordt dit gegeven niet weerspiegeld in het klantenbestel van Riesenburger. Slechts 33 van onze steekproef van 169 klanten of 19,5% die tussen 1911 en 1918 een piano aanschaffen waren vrouwen. Dit valt ongetwijfeld toe te schrijven aan de toen nog overheersende ideaal van de man als kostwinner en beheerder van de gezinsfinanciën. Toch wankelde deze gewoonte tijdens de Belle Epoque: steeds meer vrouwen gingen zelf winkelen, bijvoorbeeld in de opkomende warenhuizen, en kregen zo zeggenschap in de geldzaken van het gezin. Een negatieve evolutie volgens heel wat tijdgenoten, want vrouwen hadden de naam kwistig te zijn met geld en geregeld schulden te maken.¹²² Is dat ook te merken in de door ons onderzochte bronnen? Uit de gegevens blijkt dat van de 52 klanten die als problematische betaler kunnen geprofileerd worden, namelijk de late betalende, de schuldenaars en de klanten die hun piano terugbrachten na betalingsproblemen, er 8 van het vrouwelijke geslacht waren, oftewel 15,4%. Minder dan hun aandeel in de steekproef: de vermeende kwistigheid van vrouwen blijkt op basis van onze gegevens dus niet op waarheid gestoeld te zijn.

2.1.3 Tussenbesluit: afbetalingskrediet in de negentiende eeuw

“[Ici] le crédit est chose inconnue”, klaagde Charles Baudelaire in 1864 tijdens zijn verblijf in Brussel.¹²³ Baudelaires onvermogen om aan krediet te raken zal echter in de eerste plaats aan de berooide dichter zelf gelegen hebben. Onze casus toonde immers genoegzaam aan dat krediet door ondernemende zaakvoerders als Riesenburger in Brussel werd aangeboden en door veel klanten gebruikt werd. De ontwikkeling van het Belgische consumptiekrediet is dus geen verschijnsel uitsluitend uit de naoorlogse twintigste eeuw, maar vindt zijn oorsprong in de negentiende-eeuwse Belle Epoque. Daarmee onderschrijven we de bevindingen van Lendol Calder, Jan Logemann en Uwe Spiekermann, die eerder al voor de VS en Duitsland de mythe ontcrachten dat vroeger iedereen spaarde en binnen zijn of haar middelen leefde.

Uit onze analyse bleek dat 42% van Riesenburgers piano's op krediet werd gekocht. De analyse die Seligman tijdens het interbellum uitvoerde voor vier Amerikaanse pianobedrijven leverde een aandeel tussen de 60% en de 80% op, het laatste cijfer beschouwde hij als typerend voor de gehele sector. Het is echter voorbarig om het huidige verschil in kredietgedrag tussen continentaal Europa en de VS terug te voeren tot de negentiende eeuw. Ten eerste deed Seligman onderzoek tijdens een periode waarin afbetalingskrediet meer aanvaard raakte in de Amerikaanse maatschappij. Ten tweede bleek uit onze

¹²² L. CALDER, *American dream*, pp. 181-182, 217-220; L. TIERSTEN, “Marianne in the department store: gender and the politics of consumption in turn-of-the-century Paris”, in: G. CROSSICK en S. JAUMAIN, eds., *Cathedrals of consumption*, pp. 116-134.

¹²³ C. PICHOS en J. ZIEGLER, *Baudelaire*, Parijs, Julliard, 1987, p. 660.

analyse dat de kans dat een piano op krediet werd gekocht sterk afhankelijk was van de prijs: goedkope en dure merken bleken hoofdzakelijk contant betaald te zijn, de merken van gemiddelde prijsklasse bleken daarentegen overwegend op krediet gekocht te worden. Dat deed ons besluiten dat krediet vooral werd aangewend door de middenklasse, in mindere mate door de meest gegoede klanten. Ruim 60% van de piano's van gemiddelde prijs werden op die manier verkocht middels consumptiekrediet, een cijfer dat wél dicht aanleunt bij de cijfers van Seligman.

Het afbetalingskrediet was formeler van aard dan andere en vroegere vormen van krediet, met name het *open book credit*, door zijn structuur van vaste maandelijks afbetalingen. Niettemin bleef er heel wat vrijheid voor de klant: Riesenburger hanteerde geen *one size fits all*-contract, maar gebruikte contracten met heel diverse hoofdsommen, termijnsommen en afbetalingsduren. Daarbij liet hij wellicht deels de keuze aan de klant, deels aan zichzelf of hij langerlopende, meer risicovolle contracten afsloot dan wel meer risico-averse contracten met een kortere looptijd en een grotere hoofdsom. Hoewel een groot deel van de klanten hun contract afwerkten zonder een maand te missen, sloegen er ook veel enkele maanden over, wat kennelijk geen probleem was. Zelfs wanbetalers die soms jaren niet betaalden werden nog steeds met zachtheid behandeld: pas als geen enkel middel meer kon baten haalde Riesenburger zijn piano's weer op. Dat sproot voort uit enerzijds de beperkte juridische middelen waarover een ondernemer kon beschikken, maar ook uit het feit dat consumptiekrediet in de negentiende eeuw een commercieel instrument was om klanten te winnen en geen financieel instrument zoals later: de klant verliezen door een al te agressieve schulddinning was net het tegenovergestelde wat men door het aanbieden van krediet wou bereiken.

2.2 Consumptiekrediet tijdens het interbellum (1918-1939)

Het interbellum luidde een nieuwe fase in voor de ontwikkeling van het consumptiekrediet, als gevolg van het geslaagde huwelijk dat krediet aanging met de auto-industrie.

De autofabrikanten kampten elk jaar met een daling van de vraag tijdens de wintermaanden. Een eerste mogelijk antwoord daarop was een vermindering van de productie, maar dat zou een problematische onderbenutting van het vast kapitaal bewerkstelligen. Een tweede mogelijk antwoord was dat de autodealers meer auto's zouden kopen en opslaan tijdens de winter om een paar maanden later, wanneer de vraag weer aansloeg, te verkopen, maar dat konden weinigen zich veroorloven. Door toegang te krijgen tot krediet zouden dealers wél het hele jaar auto's kunnen aankopen van de producenten, en zo de productie gaande houden. Een tweede probleem van de fabrikanten was dat ze een massamarkt wilden creëren voor hun wagens, maar dat was onmogelijk door de hoge prijs van het product. Echter, zich baserend op de vroege experimenten van ondernemers als Riesenburger, wist men dat krediet dat euvel zou verhelpen.¹²⁴

¹²⁴ L. CALDER, *American dream*, pp. 187-190.

De vonk sloeg echter niet van bij het begin over: veel autobedrijven stonden weigerachtig ten opzichte van het verstrekken van krediet aan hun klanten. Uiteindelijk was General Motors (GM) de eerste die in 1919 overstap ging met de oprichting van de General Motors Acceptance Company (GMAC), een financieringsbedrijf dat moest optreden als tussenpersoon tussen producent, klant en bank. GM's verkoop op afbetaling nam vervolgens fors toe. Ford, in de jaren 20 de grootste speler op de automarkt, hield echter het been stijf, en bleef zogenaamde Amerikaanse idealen als vlijt en spaarzaamheid promoten. Pas in 1928 werd het bedrijf door een slabakkende verkoop gedwongen betaling op krediet toe te staan aan zijn klanten. Op dat moment waren er al honderden financieringsbedrijven als de GMAC op het toneel verschenen.¹²⁵

De introductie van consumptiekrediet in de autosector zorgde er niet alleen voor dat het steeds meer gebruikt werd, het raakte ook steeds meer aanvaard. Commentatoren tijdens de jaren 30 als Frederick Lewis Allen, Charles Hardy en Rolf Nugent zagen allen in de jaren 20 de algemene terughoudendheid of het taboe-aspect ten opzichte van kopen op afbetaling wegvallen.¹²⁶ Althans in de Verenigde Staten: in West-Europa bleef de afkeur en het wantrouwen ten opzichte van consumptiekrediet nog veel langer aanwezig (cf. infra). Tijdens het interbellum werd in België bijvoorbeeld de kredietverlening door joodse immigranten in de mijnstreek aan ingeweken mijnwerkers nog door lokale middenstanders bekritiseerd als oneerlijke concurrentie. De overheid besloot uiteindelijk zelfs de kredietverkoop daar te bestrijden, om de mijnarbeiders te beschermen tegen al te onoplettend afgesloten contracten en loonbeslag, vaak uiteindelijk door een deurwaarder.¹²⁷

De verspreiding van het afbetalingsplan beperkte zich niet tot de autoverkoop, en tegen 1930 had quasi elke Amerikaanse handelaar in duurzame producten een eigen afbetalingsprogramma.¹²⁸ Het aantal financieringsbedrijven breidde uit aan een hoog tempo, ook in Europa, en al snel raakten ze veel meer betrokken in de kredietsector dan individuele ondernemers als de Amerikaanse collega's van Riesenburger.¹²⁹ Martha Olney becijferde in haar studie hoe Amerikaanse gezinnen hun consumptie tijdens de jaren 20 verschoven naar duurzame producten, die duur waren en hoofdzakelijk via krediet gefinancierd werden.¹³⁰ Tegen 1929 was het jaarlijkse volume van afbetalingskrediet al 7 miljard dollar waard, ten opzichte van een half miljard in 1910. Tijdens de Grote Depressie halveerde die schuld, om erna aan een nog hoger tempo weer toe te nemen.¹³¹

Het was overigens niet alleen de auto-industrie die consumptiekrediet aanvaardbaar maakte, ook de Grote Depressie zorgde daarvoor. Hoewel loonsverlagingen en ontslagen in die periode voor een drastisch gereduceerd inkomen zorgden, betaalden mensen hun kredietcontract gewoon af en gingen ze

¹²⁵ L. CALDER, *American dream*, pp. 184-199; M. OLNEY, *Buy now, pay later*, pp. 86, 126-128.

¹²⁶ M. OLNEY, *Buy now, pay later*, p. 131; L. CALDER, *American dream*, pp. 183-184.

¹²⁷ F. CAESTECKER, *Ongewenste gasten: joodse vluchtelingen en migranten in de dertiger jaren in België*, Brussel, VUB Press, 1993, pp. 151-154.

¹²⁸ L. CALDER, *American dream*, pp. 199-200; D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 59-66.

¹²⁹ I. GAILLARD, "Selling Televisions on Credit", p. 24.

¹³⁰ M. OLNEY, *Buy now, pay later*, pp. 6-86.

¹³¹ L. CALDER, *American dream*, p. 201; M. OLNEY, *Buy now, pay later*, pp. 86-89.

niet in *default*.¹³² Daardoor leek consumptiekrediet veilig vanuit een macro-economisch perspectief en werd het vervolgens een instrument om de koopkracht te verhogen tijdens het keynesiaans beleid van president Roosevelt's New Deal. Zowel de overheid als commerciële banken traden tijdens de jaren 30 toe tot de kredietsector, met een immens succes: in 1940 waren niet langer financieringsbedrijven de grootste verstrekkers van consumptiekrediet in de VS, maar banken. Een dergelijke aanwending van consumptiekrediet om de economie te stuwen zou in Europa pas tijdens de jaren 50 in voege komen (cf. *infra*).¹³³

Ook in Europa deed de auto gestaag zijn ingang tijdens het interbellum, net als in Amerika mede het gevolg van de introductie van afbetalingskrediet in de verkoop en het verschijnen van financieringsbedrijven. In Frankrijk sprongen bijvoorbeeld Renault en Peugeot al tijdens de jaren 20 op de kar van het consumptiekrediet.¹³⁴ In Duitsland zetten de Duitse takken van de Amerikaanse autofabrikanten eveneens financieringsbedrijven op.¹³⁵ In ons land reden er in 1921 nog 33 000 auto's, motorfietsen, bestelwagens en vrachtwagens rond, aan de vooravond van WO II waren dat er al 300 000. Studies wat betreft de rol van krediet in de verspreiding van de auto in België ontbreken voor zover wij konden nagaan. Een snelle blik op de advertenties in de *Almanach* lijken er echter alvast op te wijzen dat ook in ons land afbetalingskrediet werd aangeboden aan de klant, net als in Duitsland door van oorsprong Amerikaanse bedrijven als Ford.¹³⁶

2.3 Na de Tweede Wereldoorlog

2.3.1 West-Europa na WO II: investeren, niet consumeren

Consumptiekrediet mocht in de Verenigde Staten onder invloed van de auto-industrie dan wel steeds meer aanvaard en gebruikt worden, de situatie in continentaal Europa was enigszins anders. Consumptiekrediet werd er nog steeds negatief geassocieerd met schulden en met boven iemands stand leven. Een waarnemer stelde in de jaren 60 vast dat, waar ongeveer de helft van de Amerikanen consumptiekrediet goedkeurde en gebruikte, slechts een vierde van de Duitsers het goedkeurde en maar een tiende er daadwerkelijk gebruik van maakte. Ook in Frankrijk bleef het wantrouwen ten opzichte

¹³² M. OLNEY, "Avoiding default: the role of credit in the consumption collapse of 1930", in: *The Quarterly Journal of Economics*, 114 (1999), pp. 319-335.

¹³³ J. LOGEMANN, "From Cradle to Bankruptcy?", pp. 204-205; L. CALDER, *American dream*, pp. 262-290; D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 69-71.

¹³⁴ S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France*, pp. 27-29.

¹³⁵ J. LOGEMANN en U. SPIEKERMANN, "The myth of a bygone cash economy", p. 21.

¹³⁶ Cijfers uit D. WEBER, *De blijde intrede van de automobiel in België, 1895-1940*, Gent, Academia Press, 2010, pp. 160-161. Ofschoon Weber een uitgebreid verslag doet van het verschijnen van de auto in België, besteedt hij in zijn studie geen aandacht aan de aanwezigheid van afbetalingskrediet in de distributie. Voor anekdotisch bewijs, zie onder meer SAB, *Almanach Général du Commerce et de l'Industrie*, 1925, p. 1234: "Automobiles Ford & Lincoln. Paiement en douze mensualités".

van consumptiekrediet tot het eind van de jaren 60 hoog.¹³⁷ Consumptiekrediet werd er de facto enkel getolereerd in de autoverkoop. Het resultaat was evenwel niet dat mensen stopten met op krediet kopen, maar wel dat er een zwarte markt in consumptiekrediet ontstond waar woeker welig tierde.¹³⁸ Het beeld ten opzichte van consumptiekrediet verschilde niet echt in Nederland en België. De Belgische regering toonde zich in 1955 nog bezorgd over het ‘sociale gevaar’ van kredietverlening, mensen met een laag inkomen die verleid werden goederen te kopen die ze zich eigenlijk niet konden veroorloven.¹³⁹

Een andere reden waarom de Europese overheden een verspreiding van consumptiekrediet niet wenselijk achtten, was economisch van aard. Na de Tweede Wereldoorlog lag de industrie van continentaal Europa in puin. Met het oog op de heropbouw ervan lag de voornaamste zorg bij overheden dan ook in de eerste plaats bij investeringskrediet, niet bij consumptiekrediet. Bovendien was de inflatie net na WO II erg hoog, en men vreesde dat een stimulans van de vraagzijde door middel van een uitbreiding van consumptiekrediet die trend alleen maar zou versterken. Krediet deed immers verkopen, zoals individuele ondernemers als Riesenburger al in de negentiende eeuw hadden kunnen vaststellen. De Belgische overheid vreesde tevens dat een expansie van krediet onder consumenten zou leiden tot grotere fluctuaties van de economie.¹⁴⁰

2.3.2 Consumptiekrediet in West-Europa tijdens de jaren 50 en 60: regulering en maatschappelijke aanvaarding

2.3.2.1 Regulering vanaf de jaren 50: consumptiekrediet aan de leiband

Vanaf de jaren 50 begon de houding van Europese overheden stilaan te veranderen. Frankrijk bijvoorbeeld doorliep toen een periode van onderconsumptie: de economie draaide opnieuw op volle toeren, maar de vraag kon het aanbod niet volgen. Net zoals de autofabrikanten eerder consumptiekrediet aanwendden als *production smoother* en om de vraag naar auto's in stand te houden, werd krediet nu door overheden in West-Europa langzaamaan aanzien als een handig middel om de vraag ook op macroschaal gaande te houden. Sabine Effosse toonde aan dat de Franse overheid consumptiekrediet ging gebruiken om de economie aan te zwengelen: consumptiekrediet zorgde er immers voor dat de koopkracht op korte termijn zou stijgen. Loonsverhogingen zouden het zelfde effect sorteren, maar zouden door de onvermijdelijke loon-prijsspiraal voor inflatie zorgen, wat ten allen koste vermeden moest worden. Aldus werd gekozen voor consumptiekrediet. De ontstane zwarte markt werd aan banden gelegd en maximale intrestvoeten, looperiodes van de lening en goederen waar consumptiekrediet op

¹³⁷ J. LOGEMANN, “From Cradle to Bankruptcy?”, p. 200; I. GAILLARD, “Selling Televisions on Credit”, pp. 34-36.; S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France*, pp. 85, 263-264.

¹³⁸ S. EFFOSSE, “French Consumer Credit Policy”, pp. 184-185; S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France*, pp. 41-59.

¹³⁹ J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, “From Hapless Victims of Desire to Responsibly choosing Citizens”, p. 125.

¹⁴⁰ J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, “From Hapless Victims of Desire to Responsibly choosing Citizens”, pp. 125-128.

van toepassing was werden vastgelegd in decreten.¹⁴¹ Ook België trof in deze periode de nodige regelingen om het consumptiekrediet te reguleren. De eerste wet dateert van 9 juli 1957 en behandelde de verkoop op afbetaling: net als in Frankrijk betrof het verordeningen omtrent het voorschot (minimum 15% van de totale prijs) en de maximale betalingstermijn (bijvoorbeeld 9 maand voor reizen, 30 maanden voor meubels en 42 maanden voor nieuwe auto's), maar ook eisen aan het adverteren van consumptiekrediet.¹⁴² Deze regulering had zowel een sociaal motief, de bescherming van de consument tegen de praktijken van sommige financieringsmaatschappijen, als een economisch motief, het greep krijgen op consumptiekrediet om er een economisch beleid mee te voeren. Daarmee gebruikte ze in navolging van de Amerikaanse *Regulation W* uit 1941 de grootte van het voorschot en de lengte van de kredietlening: hoe groter het voorschot en hoe korter de looptijd, hoe minder krediet opgenomen zou worden door de consument en hoe minder de vraag zou gestimuleerd worden. Op die manier kon de inflatie en de conjunctuur gestuurd worden.¹⁴³ De Belgische overheid zou voortdurend gebruik maken van dit instrument (cf. Figuur 7, 2.3.2.2). In 1967 en 1968 bijvoorbeeld werden twee koninklijke besluiten afgekondigd met 'maatregelen met het oog op de stimulatie van de economische expansie in het algemeen en de verkoop op afbetaling in het bijzonder'. Deze KB's verminderden onder meer het voorschot dat op nieuwe auto's moest betaald worden van 30% naar 20% en verlengden de afbetalingstermijn van allerlei goederen.¹⁴⁴ In 1964 gebeurde net het omgekeerde: toen werden voorschotten verhoogd en contractduren verkort om de opkomende economische *boom* af te remmen.¹⁴⁵ Ook in 1974 gebeurde dat: toen werd het voorschot op auto's verhoogd tot 40% en de maximale looptijd van het afbetalingscontract verkort, in een poging de inflatie in dat jaar een halt toe te roepen.¹⁴⁶

Later werd het wettelijk kader van 1957 verder uitgebreid en bijgeschaafd. Met de wet van 5 maart 1965 werd de persoonlijke lening op afbetaling eveneens gereguleerd. De wet van 8 juli 1970 had dan weer een uitgesproken beschermend karakter: om hem of haar te beschermen tegen agressieve verkoopmethoden had de koper voortaan recht op een week bedenktijd na het sluiten van de overeenkomst en het betalen van het voorschot.¹⁴⁷

¹⁴¹ S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France*, pp. 85-87, 263-264.

¹⁴² G. VAN DE VYVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet*, pp. 48-49; B. VAEYENS, *Verbruikskrediet*, Gent, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Gent, 1984, p. I.1 (promotor: H. Verwilt).

¹⁴³ G. VAN DE VIJVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling*, pp. 34-60; K. MAGON, *Juridische aspecten van het consumptiekrediet*, Hasselt, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Hasselt, 1989, p. 5 (promotor: P. Waumans).

¹⁴⁴ NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen", in: *Statistisch Tijdschrift*, februari 1969, pp. 4-6.

¹⁴⁵ NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen in 1966". In: *Statistisch Tijdschrift*, juni 1967, p. 50.

¹⁴⁶ K. MAGON, *Juridische aspecten van het consumptiekrediet*, p. 32.

¹⁴⁷ K. MAGON, *Juridische aspecten van het consumptiekrediet*, pp. 1-15.

2.3.2.2 *Het nieuwe sparen*

Tijdens de jaren 50 hadden economen Milton Friedman en Franco Modigliani met hun respectievelijke permanente-inkomenshypothese (1957) en levenscyclushypothese (1954) al aangetoond dat consumenten bij hun consumptiebeslissingen rekening houden met inkomensverwachtingen in de toekomst. Het was een correctie van de traditionele keynesiaanse consumptietheorie, die enkel rekening hield met het huidige inkomen. De theorie van Friedman en Modigliani impliceerde dat individuen hun micro-economisch ‘nut’ over hun hele leven willen maximaliseren en hun consumptie constant houden (*consumption smoothing*). Daartoe was het niet alleen perfect rationeel om tijdens het volwassen leven te sparen voor de oude dag, maar ook om op jonge leeftijd te lenen met het toekomstige inkomen in het vooruitzicht.¹⁴⁸

Tijdens de jaren 60 kende België en vrijwel heel West-Europa een economische hausse. Waar de gemiddelde Belg in 1960 nog gemiddeld 49 847 frank verdiende, was dat tien jaar later al 105 036 frank. De economische voorspoed maakte een verdere uitwerking van de welvaartstaat op vlak van onder andere sociale zekerheid en pensioenen mogelijk. Die ontwikkelingen schiepen een maatschappelijke sfeer van vertrouwen en een sterk geloof in de toekomst, die meer consumptie in de hand werkten. Bovendien kwam tijdens de jaren 60 de babyboomgeneratie stilaan op de leeftijd om te huwen en te beginnen werken, typisch een leeftijd waarop flink geïnvesteerd moet worden in bijvoorbeeld een auto of de inrichting van de gezinswoning. De stijgende beschikbaarheid van consumptiekrediet vanaf het eind van de jaren 50 en de positieve economische vooruitzichten maakten dat veel gezinnen, zoals Friedman en Modigliani voorspelden, anticipeerden op hun toekomstig inkomen door te consumeren op krediet. Het was bij de jeugd niet langer een negatief teken van tekort, zoals net na de Tweede Wereldoorlog, maar een positief symbool van overvloed. Consumptiekrediet, zo klonk het, was het nieuwe sparen: de aankoop werd ermee naar een vroeger tijdstip verschoven, het sparen naar een later.¹⁴⁹

Aldus steeg in België samen met het gemiddeld beschikbaar inkomen ook het gemiddeld bedrag aan schulden per hoofd tussen 1960 en 1970 van 1 112 frank naar 3 635 frank. Bij dat bedrag zaten ook niet-consumptieve schulden, maar de stijgende tendens was voor een groot deel te wijten aan de verdere verspreiding van het consumptiekrediet. Tussen 1964 en 1969 groeide het verstrekte consumptiekrediet jaar na jaar sneller dan het vorige jaar, wat voor een groot deel te toe te schrijven viel aan het hogervermelde consumptiekrediet-stimulerende beleid van de overheid in die periode (cf. Figuur 7).¹⁵⁰

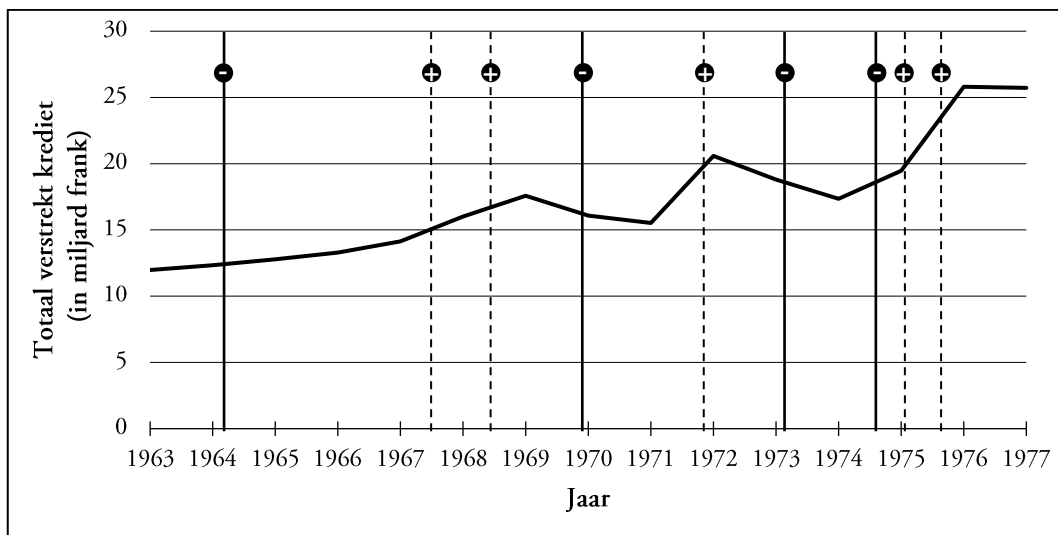
¹⁴⁸ F. HEYLEN, *Macro-economie*, pp. 164-172; G. BERTOLA, R. DISNEY en C. GRANT, “The Economics of Consumer Credit Demand and Supply”, in: G. BERTOLA, R. DISNEY en C. GRANT, eds., *The economics of consumer credit*, pp. 2-3.

¹⁴⁹ G. VAN DE VIJVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet*, pp. 1-2; BELGISCHE VERENIGING DER BANKEN, “Consument en krediet. De bescherming van de verbruiker in hedendaagse context”, in: *Aspecten en documenten*, 57 (1987), p. 13; J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, “From Hapless Victims of Desire”, p. 127. Voor Frankrijk, zie S. EFFOSSE, *Le crédit à la consommation en France*, pp. 219-222. Voor Duitsland, zie: S. MEYER, “Economic Agents and the Culture of Debt”, pp. 234-235.

¹⁵⁰ G. VAN DE VIJVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet*, pp. 122-123.

De belangrijkste goederen die op krediet gekocht werden waren zoals gezegd auto's (48,6% in 1968) en huishoudelijke artikelen (26,3%).¹⁵¹ Ook uit de Belgische wetgeving blijkt dat consumptiekrediet langzamerhand als een normaal aspect van de moderne samenleving werd beschouwd: de wetgever maakte zich niet langer zorgen om het effect van consumptiekrediet op de laagste sociale klassen, enkel nog om de consument in het algemeen.¹⁵²

Figuur 7 Totaal verstrekt krediet (in miljarden frank, prijzen van 1963), 1963-1977.



Bron: NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen – 1963-1978", in: *Statistisch Tijdschrift*, september 1979, p. 4. Stippellijnen met een '+' duiden kredietversoepelende KB's aan, volle lijnen met een '-' restrictieve KB's.¹⁵³

De stijgende trend in de verspreiding van het consumptiekrediet zou zich gedurende de jaren 70 verderzetten. Uitgezonderd van enkele periodes van stagnatie in 1970-1971 en 1973-1974 steeg het totale verstrekte krediet onafgebroken, zelfs na correctie voor inflatie door de prijzen van 1963 te gebruiken. Vooral in 1972 en 1976 was de groei bijzonder sterk. We beeldden op de grafiek tevens de data van koninklijke besluiten af, en hun versoepelende dan wel restrictieve impact op de regulering omtrent consumptiekrediet. Versoepelende, conjunctuurbevorderende maatregelen werden in de meeste gevallen gevolgd door een toename van het verstrekte krediet. We vermeldden hoger al de KB's van 1967 en 1968, maar ook bijvoorbeeld het KB van 28 augustus 1975 had een bijzonder stimulerend effect op de kredietverlening. De restrictieve KB's van 1970 en 1973 werkten dan weer remmend op de

¹⁵¹ NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen", in: *Statistisch Tijdschrift*, februari 1969, p. 10.

¹⁵² J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, "From Hapless Victims of Desire to Responsibly choosing Citizens", p. 128.

¹⁵³ De data van de vermelde KB's zijn respectievelijk 20.02.1964, 15.06.1967, 10.5.1968, 10.12.1969, 12.10.1971, 21.02.1973, 02.07.1974, 13.01.1975 en 29.08.1975. Zie NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen – 1963-1978", in: *Statistisch Tijdschrift*, september 1979, p. 5 en NIS, "Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen", in: *Statistisch Tijdschrift*, februari 1969, pp. 4-6.

kredietverlening. Met de regulering van consumptiekrediet had de overheid dus een krachtig beleidsinstrument in handen gekregen.

Vergeleken met het totale BBP bleef consumptiekrediet in de West-Europese landen eerder klein. In België bedroeg consumptiekrediet in 1969 3% van het BBP. In Frankrijk tekende consumptiekrediet voor een fractie van slechts 1,6% in 1965. Andere Europese landen lagen daarbij in de buurt: West-Duitslands consumptiekrediet maakte 1,7% van het BBP uit in datzelfde jaar, dat van Groot-Brittannië 2,4%. In de Verenigde Staten was consumptiekrediet tussen 1945 en 1960 met factor negen gegroeid, specifiek afbetalingskrediet met factor 19 als gevolg van de exploderende autoverkoop. Daar had consumptiekrediet in 1965 bijgevolg al de grootte van 6,1% van het BBP.¹⁵⁴

2.3.3 Consumptiekrediet vanaf de jaren 70

2.3.3.1 Deregulering, liberalisering en de opkomst van een nieuwe kredietvorm

Belangrijke ontwikkelingen in de evolutie van consumptiekrediet vanaf de jaren 70 waren de economische deregularisering in heel wat geïndustrialiseerde economieën, de liberalisering van kapitaalstromen en het streven naar een eengemaakte financiële markt binnen de Europese Unie. Nog een andere evolutie binnen het consumptiekrediet was de opkomst van de kredietkaart, die een nieuwe vorm van krediet inluide in Europa, het *revolving credit* of het doorlopend krediet.

Vanaf de jaren 20 waren tal van Amerikaanse supermarkten en oliebedrijven begonnen met zogenaamde ‘charge cards’ te verlenen aan hun klanten. Daarop konden ze betalingen op laten noteren, die vervolgens elke maand werden afbetaald. Het was een lossere vorm van consumptiekrediet dan afbetalingskrediet, die weliswaar spoedig concurrentie kreeg van een nog lossere kredietvorm. Op het eind van de jaren 50 begonnen immers ook banken kredietkaarten aan te bieden. Het voordeel van deze kaarten was dat ze een doorlopende kredietvorm aanboden: de schuldenbalans op de kaart werd, indien niet afbetaald op het eind van de maand, gewoon overgedragen naar de volgende maand, weliswaar met toevoeging van een intrest. Bovendien hingen ze niet meer vast aan een specifieke handelaar, maar kon je er tal van goederen en diensten mee kopen in elke winkel die de kaart in kwestie aanvaardde. De uitgevers van kredietkaarten gingen zo als het ware een bemiddelende rol spelen tussen koper en verkoper. Waar *charge cards* nog commerciële instrumenten waren, waren *credit cards* financiële instrumenten.¹⁵⁵

De opkomst van de kredietkaart had een aantal ingrijpende gevolgen voor het consumptiekrediet. In de eerste plaats raakte consumptiekrediet in toenemende mate gescheiden van specifieke handelaren en winkels, zoals bijvoorbeeld de pianohandel van Riesenburger. Niet langer werd het hoofdzakelijk

¹⁵⁴ S. EFFOSSE, “French Consumer Credit Policy”, pp. 183-199; G. VAN DE VIJVER, *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet*, p. 121; L. COHEN, *A consumers' republic: the politics of mass consumption in postwar America*, New York, Random House, 2003, p. 123.

¹⁵⁵ D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 78-85; E. WYMEERSCH, “De kredietkaarten in België. Juridische aspecten”, in: *Tijdschrift voor Privaatrecht*, 8 (1971), p. 648.

beheerd door particuliere verkopers, met het verschijnen van de kredietkaartbedrijven werd consumptiekrediet voortaan beheerd door grootschalige, in krediet gespecialiseerde organisaties. Consumptiekrediet, zo schrijft Marron, verliet zo de specifieke plekken en vormen van consumptie, en begaf zich op het domein van consumptie in het algemeen.¹⁵⁶

Deze bedrijven gingen ook steeds gegronder te werk om te bepalen wie toegang kreeg tot consumptiekrediet en wie niet. Dat had te maken met het feit dat consumptiekrediet voor deze bedrijven niet langer louter een commercieel instrument was om de eigenlijke goederen beter te doen verkopen, maar een doel op zich. De uitgevers van kredietkaarten hadden immers helemaal geen goederen meer om te verkopen, de enige winst die ze konden maken haalden ze uit de intrest die klanten hun betaalden op niet afgeloste schulden. De bedrijven trachtten twee types klanten te vermijden: zij die op het eind van de maand gewoon hun schulden afbetaalden, en zo geen rente betaalden, en de *defaulters*, zij die noch hun schulden, noch de daarop geldende intrest betaalden. De *revolvers*, de kaarthouders die hun schulden niet betaalden op het eind van de maand maar die op termijn wel vereffenden, inclusief de intrest, die hadden ze nodig.¹⁵⁷

Met de wijziging in de status van consumptiekrediet bij de verstrekkers ervan van middel naar doel, veranderde ook de aard van schuldenvereffening, zo schrijft Gunnar Trumbull. Voor ondernemers als Riesenburger was het verlenen van consumptiekrediet zoals gezegd zuiver een middel geweest om hun verkoop te stimuleren. Zoals we vaststelden trachtten zij met zachtheid achterstallige betalingen te innen, teneinde hun klanten niet weg te jagen. De nieuwe verstrekkers van consumptiekrediet daarentegen gingen veel agressiever te werk bij zowel het verkopen van krediet en het innen van schulden, aangezien zij hun winst enkel uit het verstrekken van consumptieleningen haalden.¹⁵⁸

De verspreiding van de kredietkaart zou gestaag toenemen vanaf de jaren 60, en in een stroomversnelling komen tijdens de deregulering van intrestvoeten vanaf het eind van de jaren 70 (cf. infra). Die verspreiding ging in Amerika gepaard met een verschuiving van schulden hoofdzakelijk bestaand uit afbetalingskrediet naar schulden bestaand uit doorlopend krediet op kredietkaarten. Waar *revolving credit* in 1980 16,5% van het uitstaande consumptiekrediet uitmaakte, was het in 1997 al 44%.¹⁵⁹ Een zelfde fenomeen vond plaats in Europa tijdens de jaren 80 en 90, zij het bescheidener: in 1997 waren kredietopeningen in België goed voor 20% van het uitstaande consumptiekrediet. In 2017 bedroeg hun aandeel 23%. Een sterkere stijging is te merken in het aantal contracten dat kredietopeningen betrof, van 51% van het totaal in 1994 tot 75% in 2017.¹⁶⁰ Tekenend voor het groeiende belang van *revolving credit* en de toenemende financialisering van het economische leven in het algemeen in deze periode was tevens het stijgend aantal kredietkaarten bij het publiek. Midden jaren 80

¹⁵⁶ D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 78-85.

¹⁵⁷ L. HYMAN, *Debtor Nation*, pp. 240-241.

¹⁵⁸ G. TRUMBULL, "Banking on Consumer Credit. Explaining Patterns of Household Borrowing in the United States and France", in: J. LOGEMANN, ed., *The Development of Consumer Credit*, pp. 167-168.

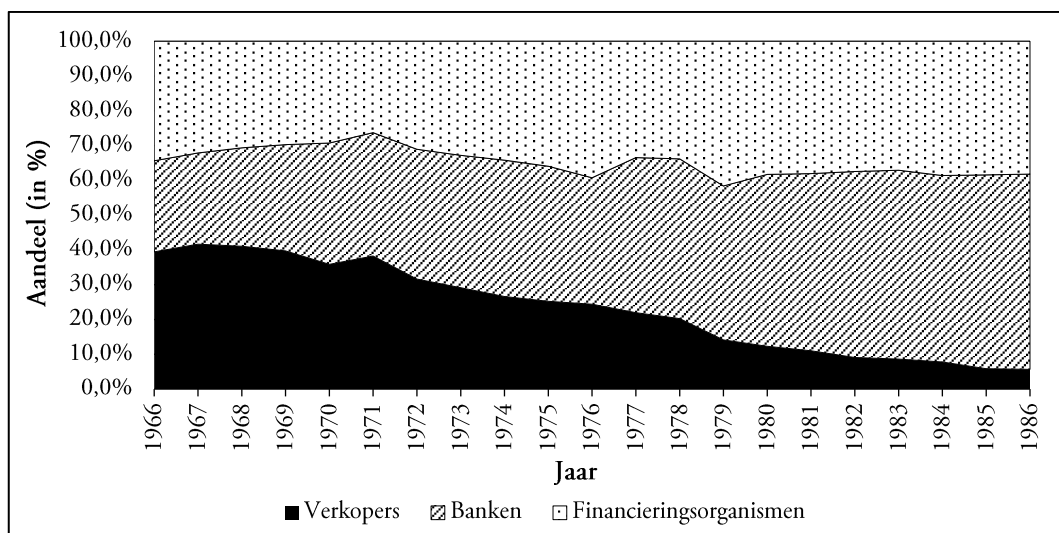
¹⁵⁹ D. MARRON, *Consumer credit*, pp. 80-85, 119; E. WYMEERSCH, "De kredietkaarten in België", p. 648.

¹⁶⁰ STATBEL, "Consumentenkrediet: Algemeen overzicht", online dataset, 2017.

waren er zo'n 326 000 Visa-, Mastercard-, American Express- en Diners Club-kaarten in omloop in ons land, tegen het eind van de eeuw waren dat er al 2,88 miljoen. In 2005 waren het er 3,26 miljoen.¹⁶¹

Analoog met het stijgende belang van kredietkaarten, daalde ook in België het belang van particuliere verstrekkers van krediet in de consumptiekredietsector ten voordele van financieringsorganismen en vooral banken (cf. Figuur 8). Tot 1967 steeg het aandeel van de verkopers geleidelijk tot 40%, waarna het langzaam begon te dalen. Na 1970 ging het aandeel van verkopers zelfs steil achteruit, dat van banken kende dan weer een sterke stijging. In 1986 waren verkopers nog slechts goed voor 5,7% van de nog verschuldigde saldi, banken 56,1%. In de figuur werden enkel verkopen op afbetaling in rekening gebracht – met persoonlijke leningen erbij is het beeld nog veel meer uitgesproken, daar deze niet verstrekt werden door verkopers.

Figuur 8 Aandeel van verkopers, banken en financieringsorganismen in de nog verschuldigde saldi (verkopen op afbetaling) (in %), 1966-1986.



Bron: NIS, *Statistieken van binnenlandse handel en vervoer, 1967-1987*.

Een tweede belangrijke trend was die van de liberalisering en deregulering van de kredietmarkt. Tijdens de jaren 80 raakte de Amerikaanse kredietmarkt in toenemende mate gedereguleerd, met onder meer een verhoging of de totale afschaffing van ‘usury caps’, maximale toegestane rentevoeten. Het maakte het verlenen van krediet voor consumptie erg winstgevend. Steeds meer banken verschoven daarop hun aandacht van het financieren van het productieproces middels investeringsleningen naar het financieren van consumptie. Spoedig werd consumptiekrediet de meest lucratieve sector in de bankenwereld. Omstreeks dezelfde periode begonnen banken en financieringsbedrijven ook met het effectiseren van schulden, zodat deze van hun balansen verdwenen. Het resultaat was een verhoogde liquiditeit en een nog grotere mogelijkheid om nieuwe leningen uit te geven. Deze tweede trend was

¹⁶¹ ECB, *Blue Book August 2007: Payment and Securities Settlement Systems in the European Union Volume I: Euro Area Countries*, p. 82.

nauw verbonden met de eerste: hoe winstgevender consumptiekrediet voor de banken, hoe meer *credit cards* verspreid werden en vice versa.¹⁶²

Ook Europa kende een golf van economische deregulering tijdens deze periode. Tussen 1984 en 1987 werden de Franse financiële markten dramatisch gedereguleerd. Hoeveelheidsrestricties op het verlenen van krediet werden afgedankt, waarna Franse verleners van kredieten in sneltempo hun consumptiekredieten uitbreidden. Het zou er op termijn toe leiden dat het financieringsbedrijf Cetelem het grootste van Europa zou worden.¹⁶³ Net als in Amerika sneuvelde in Europa de regulering omtrent maximale intrestvoeten. In het Verenigd Koninkrijk (1979), Duitsland en Nederland (beide 1981) al vroeg, de rest van continentaal Europa volgde tussen 1988 en 1993. België dereguleerde de intrestvoeten in maart 1990. In de meeste landen ging deze regulering gepaard met een forse groei van het uitstaande consumptiekrediet en een daling van het gemiddelde spaarquote.¹⁶⁴ De Belgische spaarquote nam niettemin toe tussen 1988 en 1993, van 16% tot 21,2%. Daarna daalde ze tot 14,9% in 2000, maar de Belgische Nationale Bank weet die daling niet aan een toegenomen verstrekking van consumptiekrediet.¹⁶⁵

2.3.3.2 Toenemende schulden en nieuwe consumentenbescherming in België

Met de uitbreiding van het consumptiekrediet veranderde de samenstelling van de financiële verplichtingen van particulieren. In 1970 waren schulden op korte termijn, hoofdzakelijk bestaand uit consumptiekrediet, nog goed voor 7,8% van de totale particuliere schuldenlast. Na de forse uitbreiding tijdens de jaren 70 (cf. supra) groeide dat aandeel tegen 1980 aan tot 15,4%. Tijdens de crisis van de eerste helft van de jaren 80 daalde het cijfer, om tijdens de tweede helft weer toe te nemen tot een aandeel van 20,3% in 1989.¹⁶⁶ De vermelde recessie zorgde ervoor dat heel wat mensen die consumptiekrediet waren aangegaan hun schulden niet langer konden afbetalen. Het zorgde er ook voor dat mensen die inkomensverlies leden noodgedwongen aankopen op krediet moesten doen, die in de toekomst voor problemen zouden zorgen indien het inkomen niet hersteld werd. Vaak leidden dergelijke problemen ertoe dat een gerechtsdeurwaarder hun gekochte goederen in beslag kwam nemen. Deze overkreditering en groeiende schuldenlast leidden zo tot wat door sommige sociologen ‘nieuwe armoede’ genoemd wordt, armoede die geschapen wordt in economisch minder rooskleurige tijden. In 1980 waren er 62 000 Belgen die als schuldenaar te boek stonden, in 1983 77 000. Daarna daalde het aantal afbetalingsproblemen weer, om tijdens de recessie tijdens het begin van de jaren 90 weer toe te nemen

¹⁶² G. TRUMBULL, “Banking on Consumer Credit”, pp. 165-166.

¹⁶³ G. TRUMBULL, “Banking on Consumer Credit”, p. 158.

¹⁶⁴ N. DIEZ GUARDIA, *Consumer Credit in the European Union. ECRI Research Report No. 1*, Brussel, European Credit Research Institute, 2000, pp. 7-8.

¹⁶⁵ NBB, “Het verloop van de spaarquote in België”, in: *Economisch Tijdschrift*, september 2002, pp. 7-22.

¹⁶⁶ J. VRANKEN en D. GELDOLF, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1991*, Leuven, Acco, 1991, p. 175.

van 46 045 (1992) tot 60 147 (1993). Ook na dit jaar kende hun aantal een stijgend verloop.¹⁶⁷ Schuldenaars zijn volgens deze statistieken zoals hoger vermeld personen die in gebreke bleven bij het betalen van drie of meer opeenvolgende vervallen termijnen – een wereld van verschil met de vaak jaren dat Riesenburger wachtte vooraleer hij schulden begon te recupereren.¹⁶⁸ Een belangrijke factor in deze stijging was de verdere verspreiding van kredietkaarten en de mogelijkheid om ermee in het rood te gaan, wat het risico op het begin van schulden vergrootte.¹⁶⁹

Het stijgende aantal afbetalingsproblemen tijdens de jaren 80 en 90 noopte de overheid ertoe enkele beleidsmaatregelen te nemen omtrent consumptiekrediet en schuldafhandeling. In 1987 werd een door de Nationale Bank beheerde zogenaamde ‘negatieve schuldencentrale’ opgericht (later Centrale voor Kredieten aan Particulieren), die een soort van zwarte lijst bijhield van alle wanbetalers in ons land.¹⁷⁰ De wet van 12 juni 1991 zorgde voor nieuwe beperkingen op al te eenvoudige kredietverschaffing en trachtte bedrieglijke reclame omtrent consumptiekrediet te beperken. De wet van 14 januari 1993 breidde de lijst van goederen die niet in beslag genomen mochten worden door deurwaarders uit en beschermde een aantal bijstandsuitkeringen tegen beslag.¹⁷¹

¹⁶⁷ Door een wijziging van de wet op het consumentenkrediet van 6 juli 1992 zijn de cijfergegevens vanaf 1994 niet meer te vergelijken met voorgaande jaren, J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1996*. Leuven, Acco, 1996, p. 320; J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1998*, Leuven, Acco, 1998, p. 342.

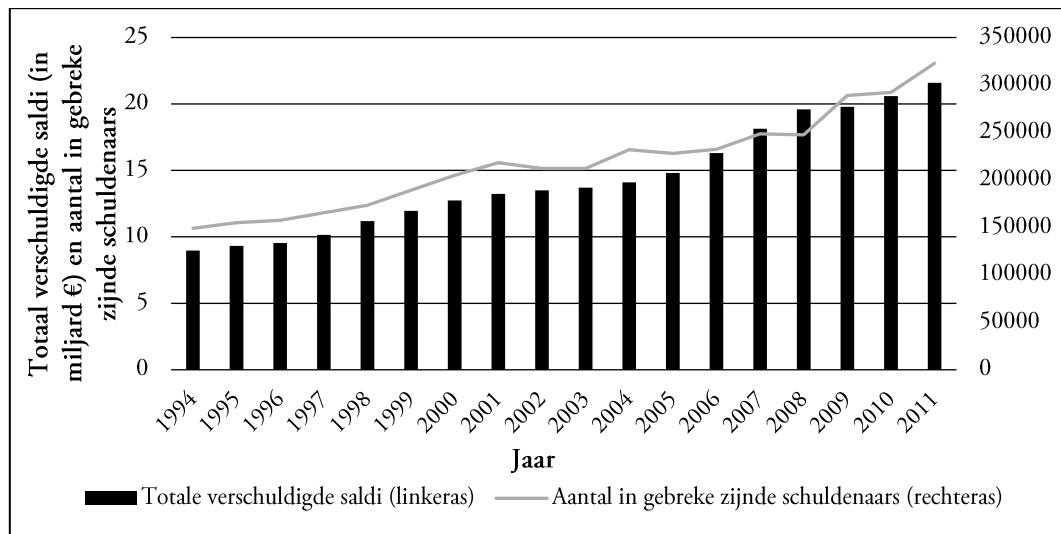
¹⁶⁸ J. VRANKEN en D. GELDOLF, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1991*, pp. 32-32, 60, 176; J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1994*, Leuven, Acco, 1994, p. 51.

¹⁶⁹ J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1994*, p. 51.

¹⁷⁰ BELGISCHE VERENIGING DER BANKEN, “Het verbruikskrediet vandaag”, in: *Aspecten en documenten*, 96 (1989), p. 15.

¹⁷¹ J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1994*, p. 51.

Figuur 9 Totale verschuldigde saldi consumptiekrediet (in miljard €) en aantal in gebreke zijnde schuldenaars, 1994-2011.



Bron: STATBEL, J. VRANKEN, K. DE BOYSER, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2003*, Leuven, Acco, 2003, p. 435, D. DIERCKX, S. OOSTERLYNCK, J. COENE en A. VAN HAARLEM, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2012*, Leuven, Acco, 2012, p. 453.

Deze wetten ten spijt bleef het aantal schuldenaren toenemen (cf. Figuur 9). Het gevolg was de wet op de collectieve schuldenregeling van 5 juli 1998, waarmee minister van Economische Zaken Elio Di Rupo wilde bewerkstelligen dat mensen met een volstrekt uitzichtloze schuldsituatie zouden kunnen opteren voor een kwijtschelding.¹⁷² In 2003 werd de Centrale voor Kredieten aan Particulieren naast een negatieve ook een positieve kredietcentrale. Voortaan zou de Centrale niet alleen gegevens bevatten over wanbetalingen, maar over alle door de burger opgenomen kredieten. Bij het verlenen van een krediet moesten en moeten kredietgevers verplicht eerst deze Centrale raadplegen. Doen ze dat niet, dreigen gerechtelijke sancties.¹⁷³ Het aantal schuldenaren bleef evenwel stijgen. De financiële crisis van 2008 en 2009 werd voorafgegaan door twee jaar van sterke uitbreiding van het consumptiekrediet, een toename van 10% per jaar. De crisis brak die evolutie abrupt af. Het aantal schuldenaren steeg in 2009 ten opzichte van 2008 met liefst 17%, mensen die door de crisis problemen kregen met de aflossing van hun schulden en dus voorbeelden van de hogergenoemde ‘nieuwe armoede’. Pas in 2018 stelde de Centrale voor Kredieten aan Particulieren voor het eerst sinds de crisis een vermindering van het aantal wanbetalers vast.¹⁷⁴

¹⁷² J. VRANKEN, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1998*, p. 95.

¹⁷³ J. VRANKEN, K. DE BOYSER, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2002*, Leuven, Acco, 2002, pp. 112-113; J. VRANKEN, K. DE BOYSER, D. GELDOLF en G. VAN MENXEL, *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2003*, Leuven, Acco, 2003, p. 100.

¹⁷⁴ NBB, “Nationale Nationale Bank stelt voor het eerst in jaren daling aantal wanbetalers vast”, 18.01.2018, <www.nbb.be/nl/artikels/nationale-bank-stelt-voor-het-eerst-jaren-daling-aantal-wanbetalers-vast>, geraadpleegd op 09.08.2018.

2.3.3.3 *Het Single Market Programme: consumptiekrediet in het vizier van de EU*

In het kader van het Europese Single Market Programme (SMP) werden kapitaalstromen in de EU vanaf 1990 verder geliberaliseerd. Het SMP, opgesteld in 1985 en geïmplementeerd vanaf 1993, had niet alleen als doel een eengemaakte markt in goederen te vormen, maar ook een eengemaakte financiële markt. Daarbij hoorde ook consumptiekrediet: grensoverschrijdende kredietverlening moest gepromoot worden teneinde de keuzevrijheid van de klant en de competitie op de markt te verhogen. Dat zou op termijn moeten leiden tot een eengemaakte markt in consumptiekrediet. In dat kader en in het streven naar een grotere bescherming van de consument begon de EU werk te maken van een eigen regulering. De kern daarbij vormde het ‘informatieparadigma’: verkopers van krediet moesten hun klanten alle relevante informatie verschaffen over het kredietcontract, op basis waarvan de klant geacht werd een rationele beslissing te maken. Daar bleek het schoentje echter al snel te knellen: klanten handelden niet altijd perfect rationeel, ze bleken niet altijd financieel ‘geletterd’ genoeg om het contract te begrijpen, zeker met de groeiende complexiteit in financiële producten de laatste decennia, of ze waren eenvoudigweg niet geïnteresseerd in de informatie die hen voorgeschoteld werd. Sommige groepen klanten bleken meer bescherming te verdienen dan andere, en zo sneuvelde volgens Jonker, Milo en Vannerom de na de jaren 60 verworven gelijkheid voor de wet van elke consument. De verschillende Consumer Credit Directives van 1986, 1990 en 1998 ten spijt bleef het verlenen van krediet over de landsgrenzen heen eerder beperkt, en bleef een volledige integratie van de nationale markten in consumptiekrediet uit.¹⁷⁵

¹⁷⁵ D. DINAN, *Europe Recast: A History of European Union*, New York, Palgrave-MacMillan, pp. 216-225; J. JONKER, M. MILO en J. VANNEROM, “From Hapless Victims of Desire”, pp. 129-138; N. DIEZ GUARDIA, *Consumer Credit in the European Union*, pp. 1-30.

DEEL III. DE PIANO ALS CULTUREEL EN SOCIAAL BAKEN TIJDENS DE BELLE EPOQUE

3.1 Inleiding

De piano beleefde tussen 1850 en 1910 een waar succesverhaal – pianohistoricus Arthur Loesser doopte de periode het ‘high plateau’ van het instrument. De globale productie steeg tussen vermelde jaren van 43 000 naar 600 000. De vraag naar piano’s was het grootst in geïndustrialiseerde landen als Engeland, Frankrijk, Oostenrijk, Duitsland en de Verenigde Staten. Loesser berekende dat tussen 1850 en 1910 het aantal in Frankrijk geproduceerde piano’s steeg van 10 000 naar 25 000, een groei van 150%, ten opzichte van een bevolkingsgroei van slechts 25%. Eenzelfde verschijnsel vond plaats in Groot-Brittannië, waar de pianoproduktie toenam met 200% ten opzichte van 66% bevolkingsgroei.¹⁷⁶

Andere nabijgelegen jonge industrieën zoals België omarmden echter ook al snel de piano. Daartoe voerden ze instrumenten in van de grote pianohuizen elders in Europa, maar tevens ontsproten er al gauw pianofabrieken op eigen bodem.¹⁷⁷ De halweg de negentiende eeuw opgerichte conservatoria van Brussel, Gent, Luik en Antwerpen waren intussen tot volle wasdom gekomen en in hun zog werden tal van andere muziekscholen opgericht. Ook op reguliere kostscholen of stads- en gemeentecolleges werd trouwens pianoles gegeven.¹⁷⁸

Loesser weet de plotselinge toename in de verspreiding van de piano tijdens de Belle Epoque in de eerste plaats aan het rijker worden van de bevolking en het rationeler organiseren van het productieproces, wat de prijzen drukte. In Deel II stelden we bovendien vast dat een groot deel van Riesenburgers piano’s op krediet verkocht werden. De intrede van het afbetalingskrediet in de retailsector heeft dus ongetwijfeld ook een belangrijke rol gespeeld in de verspreiding van de piano over bredere lagen van de bevolking. Dergelijke verklaringen gaan echter voorbij aan de absolute basis van het succesverhaal van de piano, namelijk wat het instrument nu juist voor zoveel mensen een begerenswaardig product maakte. In dit onderdeel zullen we de pianogekte tijdens de Belle Epoque aan de hand van theorieën uit de sociologie kort proberen toelichten. Verder zullen we onderzoeken wat het effect was van technologische vooruitgang op de status van de piano, en hoe pianohandelaars als Riesenburger met deze vooruitgang omgingen.

3.1.1 Een sociologische basis: Elias, Bourdieu en Veblen

Waar kwam de pianorage tijdens de lange negentiende eeuw en de Belle Epoque in het bijzonder vandaan? Er was in de eerste plaats natuurlijk de functionele verklaring: de piano was, bij voorlopig

¹⁷⁶ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, pp. 428-429; F. CARNEVALI en L. NEWTON, “Pianos for the People”, p. 45.

¹⁷⁷ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, p. 591.

¹⁷⁸ P. BOUCKAERT, “De Belgische piano-industrie, 1850-1980”, in: *Uitgave MIATFACTory*, september 2015, p. 3.

gebrek aan een radio of grammofoon, een van de weinige manieren om muziek te laten weerklinken in de huiskamer.

Andere verklaringen worden aangereikt door de sociologie. Door Norbert Elias bijvoorbeeld, die in 1939 in zijn *Über den Prozess der Zivilisation* beschreef hoe er zich doorheen de menselijke geschiedenis een evolutie voltrekt naar een steeds grotere zelfcontrole door het individu. Elias besteedde daarbij ook aandacht aan de dynamiek tussen de verschillende sociale klassen, meer bepaald hoe opklimmende individuen de levensstandaard en het gedrag van hogere strata binnen de bevolking trachten over te nemen.¹⁷⁹

Pierre Bourdieu werkte verder op het thema van de verhouding tussen verschillende sociale klassen. In zijn *La distinction* poneerde hij dat sociale klassen zich van elkaar onderscheiden door hun culturele smaak. Zo kunnen hogere sociale klassen zich bewust of onbewust distingueren van lagere klassen met hun cultureel kapitaal, in Bourdieus woorden hun *habitus* waarin hoge cultuur centraal staat. De heersende klasse kan volgens Bourdieu bovendien beslissen wat goeie smaak uitmaakt in de maatschappij, die vervolgens als standaard geldt voor de rest van de samenleving.¹⁸⁰

Tijdens de achttiende eeuw was de piano vooral het instrument van de adel geweest. Toen tijdens de negentiende eeuw veel mensen als gevolg van de industrialisering hun inkomen zagen stijgen, keken ze naar deze adellijke levensstandaard en smaak en probeerden ze die zichzelf toe te eigenen.¹⁸¹ Dat deed deze aspirerende middenklasse bijvoorbeeld door een piano te kopen. Op die manier wilde ze blijik geven van haar verworven sociale status en financiële superioriteit: enerzijds reikte de middenklasse zo naar een klasse hoger dan zichzelf, anderzijds stootte ze zich af van klassen die ze als lager beschouwde.

Maar hoe ging dat proces precies in zijn werk? Op welke manier droeg een piano bij aan de status van een individu of gezin? Om dat fenomeen te beschrijven, kunnen we handig gebruikmaken van het begrippenapparaat dat econoom Thorstein Veblen al in 1899 te boek stelde. “In order to gain and to hold the esteem of men it is not sufficient merely to possess wealth or power”, schreef Veblen, “The wealth or power must be put in evidence, for esteem is awarded only on evidence.”¹⁸² Veblen onderscheidde twee manieren om blijik te geven van rijkdom: *conspicuous leisure* en *conspicuous consumption*.

Wie genoeg geld had om niet meer te moeten werken, beschikte over heel wat vrije tijd. Het op een opvallende manier besteden van die vrije tijd was aldus een onrechtstreekse manier om te pronken met iemands vergaarde vermogen. Het hoefde daarbij niet per se om de kostwinnaar zelf te gaan, ook gezinsleden konden in diens plaats de taak van *conspicuous leisure* overnemen. In de gegoede kringen van negentiende-eeuws Europa kwam het het prestige van de man in het huishouden ten goede als bijvoorbeeld zijn vrouw en dochters niets hoefden te doen. Letterlijk niets doen was echter uit den boze: Veblen definieerde *leisure* niet als rusten of luieren, maar eerder als de onproductieve consumptie van

¹⁷⁹ N. ELIAS, *Het civilisatieproces*, 848 p., in het bijzonder pp. 670-676.

¹⁸⁰ P. BOURDIEU, *Distinction: a social critique of the judgement of taste*, Cambridge, Harvard University Press, 1984, 613 p. (vertaling: R. Nice).

¹⁸¹ T. VEBLLEN, *The theory of the leisure class*, p. 65.

¹⁸² T. VEBLLEN, *The theory of the leisure class*, p. 28.

tijd: enerzijds vanuit de opvatting dat productief werk hun stand onwaardig was, anderzijds als blijk van de financiële status van het gezin.¹⁸³

Conspicuous leisure kon door te flaneren langs de boulevards, die onder burgemeester Jules Anspach in Brussel verschenen na de overkapping van de Zenne.¹⁸⁴ Andere modieuze plaatsen om te gaan wandelen waren bijvoorbeeld de Beurs, het Koningsplein en vooral de Hofberg: “[...] quand on ne s’était pas promené Montagne-de-la-Cour, on n’était pas sorti”, aldus een tijdgenoot.¹⁸⁵ Heel wat vrije tijd werd echter binnenshuis gependeed, waar geen getuigen bij waren. Ook van deze vrije tijd moest bij voorkeur een bewijs geleverd worden, dat, door het vermelde onproductief karakter ervan, eerder immaterieel van aard was.¹⁸⁶ Aldus werd de vrije tijd van vrouw en dochter volgestouwd met allerlei triviale, volgens de tijdsgeest vrouwelijke bezigheden. In Engeland stonden ze bekend als *accomplishments* en bestonden ze onder andere uit snit en naad, tekenen en schilderen of het van buiten leren van een basiswoordenschat Frans. Een van de meest voorname *accomplishments* was echter muziek, omwille van het feit dat het bespelen van de piano, al dan niet opgeluisterd met zang, de activiteit bij uitstek was om op publieke aangelegenheden mee uit te pakken.

Voor de dochters van de burgerij en de adel waren deze activiteiten meer dan louter een modieus tijdverdrijf. Het kunnen pianospelen en het onder de knie hebben van een rist andere respectabele bezigheden deed niet alleen het eigen aanzien het stijgen, maar in het kader van *conspicuous leisure* ook dat van het hele gezin. Een meisje dat bedreven was in het pianospelen werd zo bovendien een meer waardevolle huwelijkspartner, zo meende men, want een jongeman die om de hand van zo’n dochter kwam vragen zou erg verheugd zijn zich te kunnen verbinden met een familie die van een dergelijke verfijndheid getuigde. Met slechts lichte zin voor overdrijving verwerd pianospelen op die manier van een triviale bezigheid tot een levensbepalende vaardigheid.¹⁸⁷

Waar het kunnen bespelen van de piano een vorm van *conspicuous leisure* was, was het instrument zelf een vorm van *conspicuous consumption*. Veblen beschreef het verschijnsel als het consumeren van betere voedingswaren en dranken of het dragen van mooiere en duurdere kleren of sieraden, niet zozeer omwille van de betere kwaliteit of omwille van het hogere comfort, maar om blijk te geven van het feit dat iemand dergelijke producten kan veroorloven.¹⁸⁸ De piano was zoals hoger uitgelegd een duur product, en dus een geschikt voorwerp voor *conspicuous consumption*.

Een piano was een handige manier om blijk te geven van iemands vermogen, aangezien het sociale leven tijdens de Belle Epoque zich nog voor een belangrijk deel binnenshuis afspeelde. Wie bijvoorbeeld Marcel Prousts *A la recherche du temps perdu*, het tijdsdocument bij uitstek wat betreft de opperklasse

¹⁸³ T. VEBLER, *The theory of the leisure class*, p. 33.

¹⁸⁴ J. ROELEN, *Een geschiedenis van Brussel*, pp. 238-239.

¹⁸⁵ Geciteerd in E. MIN, *De eeuw van Brussel*, p. 228.

¹⁸⁶ T. VEBLER, *The theory of the leisure class*, pp. 34-35.

¹⁸⁷ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, pp. 138, 267-268; F. CARNEVALI en L. NEWTON, “Pianos for the People”, pp. 44-45; M. BURGAN, “Heroines at the Piano: Women and Music in Nineteenth-Century Fiction”, in: *Victorian Studies*, 30 (1986), 1, pp. 51-76.

¹⁸⁸ T. VEBLER, *The theory of the leisure class*, p. 57.

tijdens de Belle Epoque, openslaat op een willekeurige pagina zal heel waarschijnlijk terechtkomen op één of ander diner, salon of soirée.¹⁸⁹ Ook in Brussel krioelde het van de privésalons.¹⁹⁰ In een dergelijke context waarin het sociale leven zich voor een belangrijk deel binnen de muren van het woonhuis afspeelde, was het hebben van een muziekinstrument in de huiskamer erg handig: er kon in de eerste plaats op gespeeld worden ter vertier van de gasten, maar tegelijk was het door zijn luxueuze aard ook een manier om iemands rijkdom ten toon te spreiden, én diens verfijnde smaak.

3.1.2 Protest tegen de piano

Ofschoon zijn succes gebeurde de sociale opmars van de piano niet onbetwist. Dissidente stemmen als Maria Edgeworth en Hannah More namen respectievelijk al in 1798 en 1800 de gewoonte om jonge meisjes op te leiden tot muzikanten op de korrel in enkele literaire werken. Het was vooral het vernederende aspect en de in hun ogen volstreekte tijdverspilling van de pianolessen die de middenklassedochters autoritair werd opgedrongen die hen stoorde. Zo berekende More dat aan een oefenregime van vier uur per dag met uitzondering van zondag, een meisje tussen haar zes en achttien jaar maar liefst 14 400 uur achter het klavier doorbracht. Een zelfde soort kritiek werd geuit zo'n tachtig jaar later door Louis Pagnerre in zijn boek *On the Evil Influence of the Piano upon the Art of Music*. Ook in de medische wereld waren kritische stemmen te horen: psychiaters en gynaecologen beschouwden overdreven veel piano spelen als een aanslag op het zenuwgestel van jonge meisjes en de oorzaak van tal van lichamelijke kwalen. De tirades van Edgeworth, More en Pagnerre en de critici binnen de medische wereld ten spijt bleef pianospelen een voorname *accomplishment* tot ver in de twintigste eeuw.¹⁹¹

¹⁸⁹ Het eerste deel, *Du côté de chez Swann*, handelt zo bijvoorbeeld hoofdzakelijk over het salon van Madame Verdurin. In deel twee, *A l'ombre des jeunes filles en fleurs*, wordt uitgebreid het relaas gedaan van alle kennissen die bij Madame Swann (*née* Madame de Crécý) thuis op bezoek komen. In het salon van Madame Verdurin stond overigens inderdaad een piano, waar 's avonds tijdens de bijeenkomsten vaak op gespeeld werd. M. PROUST, *De kant van Swann*, Antwerpen, De Bezige Bij, 2015 [1913], pp. 259-260.

¹⁹⁰ E. MIN, *De eeuw van Brussel*, p. 151.

¹⁹¹ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, pp. 281-283, 413-414; J. KENNAWAY, "The Piano Plague: The Nineteenth-Century Medical Critique of Female Musical Education", in: *Gesnerus*, 68 (2011), 1, pp. 26-38; M. BURGAN, "Heroines at the Piano", pp. 60-61.

¹⁹¹ T. VEBLER, *The theory of the leisure class*, p. 57.

3.2 De piano tijdens de twintigste eeuw

3.2.1 “Tout le monde pianiste sans étude”: de automatische piano en de impact op de sociale status van de piano

ANGELUS

permet à chacun de jouer du piano et de l'harmonium
avec virtuosité, charme et expression.
Illusion complète du jeu et du sentiment humains¹⁹²

Aldus luidde de advertentie waar Riesenburger heel 1907 mee reclame maakte in *L'Eventail*, een Brussels weekblad dat berichtte over het laatste nieuws in de theater- en muziekwereld. Riesenburger begon met de verkoop van de Angelus in 1901. De introductie van dit nieuwe merk was een eerste teken van een wijzigende trend in het muziklandschap van de Belle Epoque: de Angelus was immers geen klassiek pianotype, het was een zogenaamde pianola. De pianola, oorspronkelijk een merknaam maar snel een soortnaam¹⁹³, was uitgevonden in de Verenigde Staten in 1897 door de Aeolian Company en bereikte rond de eeuwwende Europa. Wat pianola's onderscheidde van klassieke piano's was het feit dat ze niet bespeeld dienden te worden: middels een pneumatisch of later elektrisch systeem kon de piano zelf de noten lezen die op een rol via gaatjes waren aangebracht. De pianola zette niet alleen de pianowereld op zijn kop, hij hertekende ook grondig de sociale rol die de piano voor meer dan een eeuw gespeeld had. Het voornaamste doel van de klassieke piano, namelijk het muzikaal opvoeden van dochters in het gezin door hun piano te leren spelen en zo hun respectabiliteit te verhogen, kwam door het verschijnen van een automatisch instrument op de helling. “Tout le monde pianiste sans étude”, echode pianohandelaar J. Oor Riesenburgers advertentie een paar jaar later, en inderdaad: vaardigheid en jarenlange training waren niet langer nodig om muziek in de huiskamer te toveren, een druk op de knop was voortaan voldoende. De piano werd met de pianola gereduceerd tot louter muziekmachine, die gauw vervangen zou worden door andere, handigere en goedkopere muziekmachines: de platenspeler en de radio. De status van de piano als *accomplishment*, als manier van *conspicuous leisure* werd dus drastisch gereduceerd.¹⁹⁴

De opkomst van de pianola op zich zou waarschijnlijk niet genoeg geweest zijn om de status van de piano ten gronde te richten, was ze niet geschraagd geweest door andere belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen die zich na de Eerste Wereldoorlog voltrokken. Een prille vrouwenemancipatie zorgde ervoor dat vrouwen niet langer het letterlijke en figuurlijke korset aanvaardden waar hun moeders en grootmoeders in geleefd hadden. Steeds moeilijker waren ze te overtuigen om zich over te geven aan

¹⁹² *L'Eventail*, wekelijks in 1907.

¹⁹³ De Aeolian Company verzette zich in hun reclamecampagnes tegen deze trend. “Il n'y a qu'un 'PIANOLA'. Inventé, construit et vendu par The 'AEOLIAN COMPANY', New York [...]”, luidde bijvoorbeeld een advertentie. Zie bvb. *L'Eventail*, 14.02.1909.

¹⁹⁴ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, pp. 582, 602. Advertentie J. Oor: *L'Eventail*, 24.10.1909.

pijnlijke en ellenlange pianolessen: liever gingen ze de stad in naar hun favoriete eet- en drinkgelegenheden om er hun vrijheid te vieren. Daarnaast daalden de huiskamer en het salon in belang als zenit van het sociale leven. Feesten thuis werden voortaan als saai aanzien in vergelijking met een avond uit naar een hippe nachtclub. Hoewel een piano een erg duur meubel en instrument bleef, werden haar mogelijkheden tot *conspicuous consumption* ingeperkt ten voordele van uiterlijk vertoon buiten de familiewoonst.¹⁹⁵

3.2.2 “The only business for the future!”: Riesenburger en de technologische vooruitgang

Hoe ging een pianohandelaar als Riesenburger om met de impact van de technologische vooruitgang? De pianohandelaar sprong vrij snel op de kar van de automatische piano: zoals gezegd startte hij met de verkoop van Angeluspiano's aan het eind van 1901. Uit Figuur 3 bleek dat de introductie van het merk een immens succes was, en al snel nam de Angelus de helft van Riesenburgers omzet voor zijn rekening. Dat aandeel kalfde later weliswaar af tot een derde. Riesenburger besepte tevens snel het belang van elektrische auto-piano's: “Please to remark that there is but little interest here for 88 note players or pianos – but more for electric blowing – the only business for the future!”, zo schrijft hij aan zijn leverancier.¹⁹⁶ Dat was een zekere heer Herbert Marshall te Londen, waarmee Riesenburger er een geanimeerde correspondentie op na hield.

Marshall voorzag de pianohandelaar ook van muziekrollen, die zoals hierboven uitgelegd in de auto-piano moesten gestoken worden. Riesenburger verkocht die rollen niet alleen, hij organiseerde er ook een soort van innovatieve abonnementsdienst mee. Daarbij konden klanten voor een vaste som naar believen muziekrollen ontlenen uit zijn bibliotheek – een soort Spotify avant la lettre. In 1902 telde die 1100 rollen, in 1905 2150 stuks en aan de vooravond van de Eerste Wereldoorlog 4388.¹⁹⁷ De abonnementsformule sloeg aan: in 1914 waren er al 200 klanten ingeschreven.¹⁹⁸

We merkten hoger al de afnemende verkoop van Angeluspiano's op naarmate de jaren vorderden. In een brief aan zijn Londense leverancier licht Riesenburger een tipje van de sluier over het waarom. Ofschoon Riesenburgers bibliotheek alleen maar groter werd, kon de inhoud ervan niet tegemoet komen aan de wensen van de klant.

Concerning Angelus music I am sorry to establish that you can no more have any good music – but only bad pieces, and what we call music for fools – which I can't use for my customers. I have for this reason a lot of trouble with the library subscribers (who want good music, generally)

¹⁹⁵ A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, p. 606.

¹⁹⁶ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 47, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 07.02.1914.

¹⁹⁷ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 5.

¹⁹⁸ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 20, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 16.01.1914.

because I can't furnish what is wanted. That's one of the reasons too why the Angelus player, and the Angelus player piano business is so low [...] ¹⁹⁹

Bovendien had Riesenburger zwaar te lijden onder de concurrentie van de Amerikaanse Aeolian Company, zoals vermeld de uitvinders van de Pianola met hoofdletter P. Zij spendeerden sinds hun stichting in 1903 om en bij de 8 000 frank per jaar aan reclame om zich in de Brusselse markt te zetten. ²⁰⁰ In tegenstelling tot Riesenburger kon Aeolian wel de gevraagde muziekrollen aanbieden, en beetje bij beetje zag hij zijn klanten vertrekken. ²⁰¹ Ook de piano's geleverd door Marshall vielen niet in de smaak bij het Brusselse publiek, dat hun donkere behuizing maar niets vond. Tegen eind maart 1914 zit Riesenburger met de handen in het haar. Hij schrijft Marshall:

We are now behindhand in every way – and when I see the bad workmanship, and bad polishing, and bad colours of the wood, and the neglected work of the Angelus cases in general – and the work we have to do here to make them acceptable for our customers, I have no more pleasure for selling them. [...] ²⁰²

Hoewel de Angelus voor de nodige problemen zorgde, wist Riesenburger zich dus vrij goed aan te passen aan de technologische vooruitgang in de muziekwereld. De introductie van het merk en de muziekbibliotheek in zijn zaak leverden heel wat nieuwe inkomsten op. De automatische piano betekende op lange termijn echter het begin van een evolutie naar muziek zonder moeite. Waar klassieke pianobedrijven nog wel pianola's konden maken, was dat niet meer het geval met de logische opvolger ervan: de platenspeler en de radio. Hun opkomst en de crisis van 1929 betekende de doodsteek voor veel Belgische pianobedrijven, zeker na WO II toen er ook nog eens concurrentie bijkwam van Aziatische piano's. ²⁰³ Hoe het Riesenburger zou vergaan zijn weten we echter niet: in 1918 verkocht hij zoals gezegd zijn zaak.

3.3 Besluit

De piano droeg drie essentiële kenmerken in zich. Het was in de eerste plaats een luxueus en duur meubel, dat louter door er te zijn blijk gaf van financiële welstand. Tegelijk was het een muziekinstrument, wat blijk gaf van de verfijndheid en kunstzinnigheid van de bezitter ervan. Ten slotte was het als middel om muziek te leren (een *accomplishment*) een manier om de vrije tijd van vrouw of dochter op een eerbare, niet-productieve manier te vullen. Het aangeleerde spel zelf gold als een bewijs van vrije tijd. De eerste twee kenmerken van de piano vatten we in Veblens definitie van *conspicuous*

¹⁹⁹ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 20, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 16.01.1914, onderstreping Riesenburger.

²⁰⁰ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 164, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 17.04.1914; A. LOESSER, *Men, Women and Pianos*, p. 571.

²⁰¹ ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 78, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 25.02.1914.

²⁰² ARA2, Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. II, f. 139, brief van P. Riesenburger aan H. Marshall, 31.03.1914, onderstreping Rieseburger.

²⁰³ P. BOUCKAERT, "De Belgische piano-industrie, 1850-1980", p. 17.

consumption, het derde kenmerk onder die van *conspicuous leisure*. De piano was tijdens de negentiende eeuw hét symbool van de burgerlijke en adellijke cultuur en levenswijze, een levenswijze die voor heel wat gezinnen via consumptiekrediet een stapje dichterbij kwam.

DEEL IV. ALGEMEEN BESLUIT

Deze thesis heeft betracht, Jan Logemanns oproep uit 2012 indachtig, een regionale bijdrage te leveren tot de geschiedenis van het consumptiekrediet. We onderzochten intensief de negentiende-eeuwse casus Riesenburger, die in zijn pianobedrijf experimenteerde met consumptiekrediet. Daarbij stelden we vast dat de hedendaagse alomtegenwoordigheid van krediet en schuld zijn wortels heeft in de Belle Epoque: de negentiende eeuw bleek geen baken van spaarzaamheid waar elke aankoop contant werd betaald, maar een periode waar kopen op krediet reeds schering en inslag was. Daarna deden we kort de verdere evolutie van het consumptiekrediet uit de doeken, en namen we met een meer culturele bril de status van de piano tijdens de negentiende eeuw onder de loep. Verder onderzoek naar de geschiedenis van het consumptiekrediet is mogelijk én hoognodig. Vooral het interbellum en het decennium vlak na de Tweede Wereldoorlog, periodes zonder officiële overheidsstatistieken, blijven voorlopig donkere vlekken in de Belgische en Europese genealogie van het verbruikskrediet.

Zoals alle geschiedenissen is de geschiedenis van consumptiekrediet er één van continuïteiten en discontinuïteiten. Een van de belangrijkste vormen van continuïteit is het consumptiekrediet als opstapje tot een hogere levensstandaard. Zoals uit Deel III mocht blijken, werd het in de negentiende eeuw aangewend door de opkomende middenklasse om dure goederen als piano's en meubels te kopen die bij hun nieuwverworven sociale status paste. Tijdens de jaren 60 werd consumptiekrediet in toenemende mate aangewend door de babyboomgeneratie om zich zonder eerst lang te sparen de goederen te verschaffen die bij een middenklassebestaan pasten, met name een goed uitgeruste gezinswoning en een auto. Ook nu nog, zoals Silke Meyer aantoonde, blijft krediet in gebruik om statussymbolen te kopen, als een manier om zich te distingueren en om deel uit te maken van de hedendaagse consumptiemaatschappij. Haar interviews met Duitse kredietgebruikers toonden aan hoe belangrijk het gevoel voor hen was om deel uit te maken van iets, om erbij te horen.²⁰⁴

Consumptiekrediet werd tijdens de negentiende en de eerste helft van de twintigste eeuw echter ook gebruikt door lagere inkomensklassen van de bevolking, die het vooral gebruikten om hun materiële noden te lenigen en niet zozeer, zoals de middenklasse, om hun sociale en psychische wensen te verwezenlijken. Bijgevolg werd consumptiekrediet in Europa tot lang na de Tweede Wereldoorlog geassocieerd met een ontoereikend inkomen en met schulden. Tekenend daarvoor was de bezorgdheid van de Belgische wetgever om het 'sociale gevaar' van een al te grote verspreiding van kredietverlening. Tijdens de jaren 50 begon deze houding langzaam te veranderen. Waar in de naoorlogse context de nadruk had gelegen op het heropbouwen van de industrie en bijgevolg op investeringskrediet, kwam het economische probleem tijdens de jaren 50 te liggen bij een te beperkte vraag, in tegenstelling tot het eertijdse gebrek aan consumptie. Consumptiekrediet werd als brug tussen de financiële en de reële economie opeens een handig middel om die vraag aan te zwingelen en in stand te houden. De overheid

²⁰⁴ S. MEYER, "Economic Agents and the Culture of Debt", p. 231.

begon consumptiekrediet te reguleren, deels om de consument te beschermen tegen woekerpraktijken, maar dus ook deels om er een economisch beleid mee te voeren. In de economische wetenschap, met de theorieën van Friedman en Modigliani, werd het tijdens deze periode in toenemende mate als rationeel beschouwd om in bepaalde fases van het leven te lenen tegen een toekomstig inkomen. Vanaf de jaren 60 kende kredietverlening in België een forse uitbreiding en werd het voortaan gezien als een deel van de moderne samenleving. Dat werd weerspiegeld in het verdwijnen van het vroegere klassenonderscheid in nieuwe wetgeving en parlementaire discussies, al zou de gelijkheid van elke consument in de Europese wetgeving later weer verdwijnen, zoals Jonker, Milo en Vannerom aantoonde.

De opkomst van de kredietkaart zorgde voor een aantal belangrijke discontinuïteiten in de geschiedenis van het consumptiekrediet. In de eerste plaats zorgde het ervoor dat afbetalingskrediet in belang afnam, ten voordele van het lossere *revolving credit*. Ten tweede zorgde het ervoor dat krediet niet langer het domein was van de individuele verkoper, zoals Riesenburger, maar van abstracte, bureaucratische organisaties die als tussenpersoon optraden tussen koper en verkoper. Consumptiekrediet was zo niet langer het domein van de verkoper van specifieke goederen, maar van consumptie in het algemeen. Van louter een commercieel instrument verwerd het tot een financieel instrument. De deregulering van consumptiekrediet, in de vorm van het opheffen van restricties op de aangeboden hoeveelheid en het niet langer beperken van rentevoeten, zorgde ervoor dat consumptiekrediet een uitermate winstgevende bezigheid werd, wat zijn verspreiding nog meer in de hand werkte. Consumptiekrediet aanbieden was zo niet langer, zoals in de negentiende eeuw, een middel tot een bepaald doel, namelijk meer verkopen, maar werd een doel op zich.

De gestage uitbreiding van het consumptiekrediet vanaf de jaren 50 bracht tevens een stijging van het aantal schuldenaren met zich mee. Dat stimuleerde een andere continuïteit in de geschiedenis van het consumptiekrediet, namelijk de groeiende bescherming van de consument. De eerste wet van 1865, die nog steeds erg ongelijke contracten als bij Riesenburger toeliet, werd in 1957 vervangen door een nieuwe en betere wet, die de decennia erna steeds beter afgesteld werd op de werkelijkheid. De consument werd in toenemende mate beschermd tegen woekerpraktijken, misleidende reclame en deurwaarders. Met de inrichting van de (positieve) Centrale voor Krediet aan Particulieren werd hij voortaan ook beschermd tegen zichzelf: had de koper al teveel schulden opgestapeld, zou de kredietverlener hem geen nieuwe kredieten meer mogen verschaffen. Diezelfde Centrale beschermde tezelfdertijd ook de verlener van kredieten tegen insolvabele klanten. Waar Riesenburger in de negentiende eeuw nog moest vertrouwen op zijn buikgevoel en de informatie die hij wist te vergaren over de klant in zijn winkel, kan en moet de verkoper vandaag de dag de Centrale raadplegen om zich een idee te vormen over de kredietwaardigheid van de klant.

Tijdens de hier geschetste geschiedenis zagen we consumptiekrediet uitgroeien van een experiment van enkele ambitieuze ondernemers tot de *conditio sine qua non* van de moderne consumptiemaatschappij. Consumptiekrediet slaagt er vandaag de dag in veel mensen een hogere levensstandaard te bezorgen, maar bleek tevens in staat de stabiliteit van het globale financiële systeem

in het gedrang te brengen. Nooit meer dan nu gelden dus nog steeds Olneys woorden: “Institutions matter. Institutions can alter our economic behavior in fundamental and consequential ways”.

Bronnen & Bibliografie

I. Historische bronnen

BELGIË

Brussel

Algemeen Rijksarchief (ARA)

Dienst van het Sekwester van de Administratie der Domeinen te Brussel, 1919-1996, nr. 1854, "Dossier Pierre Riesenburger, Brussel, 1919-1932"
Ministerie van Justitie. Bestuur Openbare Veiligheid. Dienst Vreemdelingenpolitie. Individuele dossiers geopend tussen 1835 en 1912, nr. 228 997

Algemeen Rijksarchief 2 – Depot Joseph Cuvelier (ARA2)

Sekwester, P. Riesenburger, pianohandel, nr. 5 (inventarissen, 1897-1918)
Sekwester, P. Riesenburger, pianohandel, nr. 6 (verkoopboek met gedetailleerde individuele klanteninformatie, 1911-1917)
Sekwester, P. Riesenburger, pianohandel, nr. 9 (algemeen verkoopboek, 1887-1916)
Sekwester, P. Riesenburger, pianohandel, nr. 11-12-13 (brievenboeken, 1913-1918)

Stadsarchief (SAB)

Almanach Général du Commerce et de l'Industrie, 1887-1914

Kamer van Volksvertegenwoordigers

Chambre des Représentants. Séance du 4 juillet 1911. Naturalisation ordinaire

Gent

Universiteit Gent

L'Eventail, 1907-1909

2. Statistische bronnen

NIS. *Statistieken van binnenlandse handel en vervoer, 1967-1990.*

STATBEL. "Consumentenkrediet: Algemeen overzicht". Online dataset, 2017.

3. Bibliografie

ALBERT (A.). “Le crédit à la consommation des classes populaires à la Belle Époque. Invention, innovation ou reconfiguration?”. In: *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 67 (2012), pp. 1049-1082.

BELGISCHE VERENIGING DER BANKEN. “Consument en krediet. De bescherming van de verbruiker in hedendaagse context”. In: *Aspecten en documenten*, 57 (1987), pp. 1-27.

BELGISCHE VERENIGING DER BANKEN. “Het verbruikskrediet vandaag”. In: *Aspecten en documenten*, 96 (1989), pp. 1-30.

BERTOLA (G.), DISNEY (R.) en GRANT (C.). “The Economics of Consumer Credit Demand and Supply”. In: BERTOLA (G.), DISNEY (R.) en GRANT (C.), eds. *The economics of consumer credit*. New York, MIT Press, 2006, pp. 1-26.

BOUCKAERT (P.). “De Belgische piano-industrie, 1850-1980”. Uitgave MIATFACTORY, september 2015, pp. 1-17.

BOURDIEU (P.). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Harvard University Press, 1984, 613 p. (vertaling: R. Nice)

BURGAN (M.). “Heroines at the Piano: Women and Music in Nineteenth-Century Fiction”. In: *Victorian Studies*, 30 (1986), 1, pp. 51-76.

CAESTECKER (F.). *Ongewenste gasten: joodse vluchtelingen en migranten in de dertiger jaren in België*. Brussel, VUB Press, 1993, 303 p.

CAESTECKER (F.) en T. ROOBROUCK. “De jacht op de Duitsers in het bevrijde België, 1918-1925. De beschuldiging van collectief verraad door de Belgische Duitsers en Duitse Belgen getoetst”. In: *Quand les canons se taisent - En toen zwegen de kanonnen - When the guns fall silent. Actes du colloque international organisé par les Archives de l'État et le Musée royal de l'Armée et d'Histoire militaire*. Brussel, Rijksarchief Brussel, 2010, pp. 225-254.

CAESTECKER (F.). “Stateless of german origin at the mercy of the state? The Belgian Case, 1870-1952”. Ter perse, pp. 1-34.

CALDER (L.). *Financing the American Dream. A cultural history of consumer credit*. Princeton, Princeton University Press, 1999, 400 p.

CALDER (L.). ““Ahead a Good Deal”: Taking the Long View of Household Debt and Credit in American Life”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 257-273.

CARNEVALI (F.) en NEWTON (L.). “Pianos for the People: From Producer to Consumer in Britain, 1851-1914”. In: *Enterprise & Society*, 14 (2013), pp. 37-70.

COFFIN (J.). “Credit, Consumption, and Images of Women's Desires: Selling the Sewing Machine in Late Nineteenth-Century France”. In: *French Historical Studies*, 18 (1994), pp. 749-783.

COHEN (L.). *A consumers' republic: the politics of mass consumption in postwar America*. New York, Random House, 2003, 567 p.

CROSSICK (G.) en HAUPT (H.-G.). *The petite bourgeoisie in Europe 1780-1914: enterprise, family and independence*. Londen, Routledge, 1995, 296 p.

CROSSICK (G.) en JAUMAIN (S.). “The world of the department store: distribution, culture and social change”. In: CROSSICK (G.) en JAUMAIN (S.), eds. *Cathedrals of consumption. The European Department Store, 1850-1939*. Aldershot, Ashgate, 1999, pp. 1-45.

DAELEMANS (F.). “De bevolking (19^{de}-20^{ste} eeuw)”. In: SMOLAR-MEYNART (A.) et al. *Het Gewest Brussel. Van de oude dorpen tot de stad van nu*. Brussel, Gemeentekrediet van België, 1989, pp. 212-217.

DE MAESSCHALK (E.) en BAUWENS (J.). *Karl Marx in Brussel (1845-1848)*. Brussel, Dienst pers en publikaties van de BRT, 1983, 240 p.

DENECKERE (G.). “Nieuwe geschiedenis van België, 1878-1905”. In: WITTE (E.) e.a. *Nieuwe geschiedenis van België. Deel I: 1830-1905*. Tielt, Lannoo, 2005, pp. 447-657.

DENECKERE (G.). *1900. België op het breukvlak van twee eeuwen*. Tielt, Lannoo, 2006, 237 p.

DE SCHAEPDRIJVER (S.). “Vreemdelingen in *Villette*: De buitenlandse aanwezigheid in het negentiende-eeuwse Brussel”. In: SOLY (H.) en THIJS (A.). *Minderheden in Westeuropese steden (16^{de}-20^{ste} eeuw)*. Brussel, Belgisch Historisch Instituut te Rome, 1995, pp. 115-134.

DIERCKX (D.), OOSTERLYNCK (S.), COENE (J.) en VAN HAARLEM (A.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2012*. Leuven, Acco, 2012, 526 p.

DINAN (D.). *Europe Recast: A History of European Union*. New York, Palgrave-MacMillan, 373 p.

ECB, *Blue Book August 2007: Payment and Securities Settlement Systems in the European Union Volume I: Euro Area Countries*, 459 p.

EFFOSSE (S.) en GAILLARD (I.). “L’Europe et le crédit à la consommation”. In: *Entreprises et Histoire*, 59 (2010), pp. 5-11.

EFFOSSE (S.). *Le crédit à la consommation en France, 1947-1965*. Parijs, Institut de la gestion publique et du développement économique, 2014, 328 p.

EFFOSSE (S.). “French Consumer Credit Policy in the 1950s and 1960s: From Opposition to Control”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 183-199.

ELIAS (N.). *Het civilisatieproces: sociogenetische en psychogenetische onderzoeken*. Amsterdam, Boom, 2001 [1939], 848 p.

FINN (M.). *The Character of Credit: Personal Debt in English Culture, 1740-1914*. New York, Cambridge University Press, 2003, 362 p.

GAILLARD (I.). “Selling Televisions on Credit: The Rise of Consumer Loans in Postwar France”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 23-40.

GODLEY (A.). *Selling the sewing machine around the world: Singer’s international marketing strategies, 1850-1914*. Reading, University of Reading, 2000, 42 p.

HEYLEN (F.). *Macro-economie*. Antwerpen, Garant, 2014, 808 p.

HORSTEN (M.). “Consumptiekrediet in Aalsterse herbergen op het eind van het Ancien Régime (1747-1794)”. In: *Het Land van Aalst*, 63 (2011), 2, pp. 153-172.

HYMAN (L.). *Debtor Nation: The History of America in Red Ink*. New Jersey, Princeton University Press, 2011, 379 p.

JACOBS (R.). *Een geschiedenis van Brussel*. Tielt, Lannoo, 2004, 301 p.

JAUMAIN (S.). “Le petit commerce bruxellois face au Bonheur des Dames. Naissance de la grande distribution et nouvelles stratégies des petits détaillants (1870-1914)”. In: *Cahiers de la Fonderie*, 3 (1987), pp. 3-17.

JAUMAIN (S.). “Les petits commerçants et la frontière entre petite bourgeoisie et classe ouvrière (1880-1914)”. In: KURGAN-HENTENRYK (G.) en JAUMAIN (S.), eds. *Aux frontières des classes moyennes. La petite bourgeoisie belge avant 1914*. Brussel, Editions de l’Université de Bruxelles, 1992, pp. 101-113.

JAUMAIN (S.). *Les petits commerçants belges face à la modernité 1880-1914*. Brussel, Editions de l’Université de Bruxelles, 1995, 321 p.

JAUMAIN (S.). “Vitrines, architecture et distribution. Quelques aspects de la modernisation des grands magasins bruxellois pendant l’entre-deux guerre”. In: JAUMAIN (S.) en LINTEAU (P.-A.), eds. *Vivre en ville. Bruxelles et Montréal (XIXe-XXe siècles)*. Brussel, Lang, 2006, pp. 287-303.

JENTZSCH (N.) en SAN JOSÉ RIESTRAS (A.). “Consumer Credit Markets in the United States and Europe”. In: BERTOLA (G.), DISNEY (R.) en GRANT (C.), eds. *The economics of consumer credit*. New York, MIT Press, 2006, pp. 27-62.

JONKER (J.), MILO (M.) en VANNEROM (J.). “From Hapless Victims of Desire to Responsibly Choosing Citizens. The Emancipation of Consumers in Low Countries’ Consumer Credit Regulation”. In: *Low Countries Historical Review*, 132-133 (2017), pp. 115-138.

KENNAWAY (J.). “The Piano Plague: The Nineteenth-Century Medical Critique of Female Musical Education”. In: *Gesnerus*, 68 (2011), 1, pp. 26-38.

KURGAN-VAN HENTENRYK (G.). “Une classe oubliée: la petite bourgeoisie de 1850 à 1914”. In: KURGAN-VAN HENTENRYK (G.) en JAUMAIN (S.), eds. *Aux frontières des classes moyennes. La petite bourgeoisie belge avant 1914*. Brussel, Editions de l’Université de Bruxelles, 1992, pp. 15-28.

KURGAN-VAN HENTENRYK (G.) en VIRÉ (G.). “Les registres des patentables, source de l’histoire de Bruxelles à a fin du XIXe siècle”. In: *Acta Historica Bruxellensia. Travaux de l’institu d’histoire de l’université libre de Bruxelles*, 4 (1981), pp. 367-416.

LOESSER (A.). *Men, Women and Pianos. A Social History*. New York, Dover Publications, 1954, 654 p.

LOGEMANN (J.) en SPIEKERMANN (U.). “The myth of a bygone cash economy: consumer lending in germany from the nineteenth century to the midtwentieth century”. In: *Entreprises et histoire*, 59 (2010), pp. 12-27.

LOGEMANN (J.). “Americanization through Credit? Consumer Credit in Germany, 1860s-1960s”. In: *The Business History Review*, 85 (2011), pp. 529-550.

LOGEMANN (J.). “Introduction: Toward a Global History of Credit in Modern Consumer Societies”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 1-20.

LOGEMANN (J.). “From Cradle to Bankruptcy? Credit Access and the American Welfare State”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 201-219.

LYNN (R.). “Installment credit before 1870”. In: *The Business History Review*, 31 (1957), pp. 414-424.

MAGON (K.). *Juridische aspecten van het consumptiekrediet*. Hasselt, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Hasselt, 1989, 109 p. (promotor: P. Waumans)

MAK (G.). *In Europa*. Amsterdam, Atlas, 2004, 1223 p.

MAK (G.). *Reizen zonder John. Op zoek naar Amerika*. Amsterdam, Atlas, 2012, 573 p.

MARRON (D.). *Consumer credit in the United States. A sociological perspective from the 19th century to the present*. New York, Palgrave MacMillan, 2009, 260 p.

MEYER (S.). “Economic Agents and the Culture of Debt”. In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 223-242.

MIAN (A.) en SUFI (A.). *House of debt: how they (and you) caused the Great Recession, and how we can prevent it from happening again*. Chicago, University of Chicago Press, 2014, 219 p.

MIN (E.). *De eeuw van Brussel. Biografie van een wereldstad, 1850-1914*. Antwerpen, De Bezige Bij, 2013, 418 p.

NBB. “Het verloop van de spaarquote in België”. In: *Economisch Tijdschrift*, september 2002, pp. 1-22.

NBB. *Statistisch Tijdschrift*. 2018, II, 265 p.

NBB. “Nationale Nationale Bank stelt voor het eerst in jaren daling aantal wanbetalers vast”. 18.01.2018, <www.nbb.be/nl/artikels/nationale-bank-stelt-voor-het-eerst-jaren-daling-aantal-wanbetalers-vast>, geraadpleegd op 09.08.2018.

NIS. “Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen in 1966”. In: *Statistisch Tijdschrift*, juni 1967, pp. 48-56.

NIS. “Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen”. In: *Statistisch Tijdschrift*, februari 1969, pp. 3-14.

NIS. “Verkopen en leningen op afbetaling en persoonlijke leningen – 1963-1978”. In: *Statistisch Tijdschrift*, september 1979, pp. 3-27.

NORTH (D.). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 152 p.

DIEZ GUARDIA (N.). *Consumer Credit in the European Union. ECRI Research Report No. 1*. Brussel, European Credit Research Institute, 2000, pp. 1-41.

OLNEY (M.). *Buy now, pay later. Advertising, credit, and consumer durables in the 1920s*. Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1991, 424 p.

O'CONNELL (S.). *Credit and Community. Working-Class Debt in the UK Since 1880*. New York, Oxford University Press, 2009, 305 p.

OLNEY (M.). "Avoiding default: the role of credit in the consumption collapse of 1930". In: *The Quarterly Journal of Economics*, 114 (1999), pp. 319-335.

PEERSMAN (G.) en SCHOORS (K.). *De perfecte storm: hoe de economische crisis de wereld overviel en vooral hoe we eruit geraken*. Gent, Borgerhoff & Lamberigts, 2012, 256 p.

PEETERS (R.). *Beter een rijke winkelier dan een arme buur? Welvaart en kredietgebruik bij winkeliers in negentiende-eeuws Antwerpen*. Antwerpen, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Antwerpen, 2016, 49 p. (promotor: I. Van Damme)

PICHOIS (C.) en ZIEGLER (J.). *Baudelaire*. Parijs, Julliard, 1987, 827 p.

PROUST (M.). *De kant van Swann*. Antwerpen, De Bezige Bij, 2015 [1913], 604 p.

RAJAN (R.). *Fault Lines. How Hidden Fractures Still Threaten the World Economy*. Princeton, Princeton University Press, 2010, 260 p.

REYNEBEAU (M.). *Een geschiedenis van België*. Tielt, Lannoo, 2004, 448 p.

SCHEPENS (L.). "Les livres de dettes d'un boulanger campagnard, 1880-1891". In: *Belgisch Tijdschrift voor Nieuwste Geschiedenis*, 3-4 (1973), pp. 331-342.

SCHOLLIERS (P.). "Consumeren, levensstandaard en sociale ongelijkheid". In: A. GRAUWELS, D. LUYTEN, F. CAESTECKER, P. SCHOLLIERS en E. VANHAUTE. *Hedendaagse economische geschiedenis van België, een inleiding*. Gent, Academia Press, 2011, pp. 115-139.

SCHOLLIERS (P.). "Le pouvoir d'achat des salariés". In: VANTHEMSCHE (G.), ed. *Les classes sociales en Belgique: deux siècles d'histoire*. Brussel, CRISP, 2016, pp. 127-150, 446-450.

SELIGMAN (E.). *The economics of instalment selling*. New York, Harper and Brothers, 1927, 2 v., 357 p. + 623 p.

TIERSTEN (L.). "Marianne in the department store: gender and the politics of consumption in turn-of-the-century Paris". In: CROSSICK (G.) en JAUMAIN (S.), eds. *Cathedrals of consumption. The European Department Store, 1850-1939*. Aldershot, Ashgate, 1999, pp. 116-134.

TRUMBULL (G.). "Banking on Consumer Credit: Explaining Patterns of Household Borrowing in the United States and France". In: LOGEMANN (J.), ed. *The Development of Consumer Credit in Global Perspective. Business, Regulation, and Culture*. Palgrave-McMillan, New York, 2012, pp. 157-182.

VAEYENS (B.). *Verbruikskrediet*. Gent, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Gent, 1984, 162 p. (promotor: H. Verwilt)

VAN DEN EECKHOUT (P.). *Lonen van Brusselse arbeiders in openbare instellingen (1809-1934): bouwvakarbeiders, ziekenhuis- en stadspersoneel*. Brussel, VUB, 1979, 50 p.

VAN DEN EECKHOUT (P.) en SCHOLLIERS (P.). *De Brusselse huishuren: 1800-1940*. Brussel, VUB, 1979, 141 p.

VAN DE VYVER (G.). *Omvang, structuur en recente ontwikkeling van het consumptiekrediet in de E.E.G.-landen en in de U.S.A. (vergelijkende studie)*. Gent, ongepubliceerde licentiaatsverhandeling Universiteit Gent, 1972, 175 p. (promotor: V. De Ridder).

VAN ISTENDAEL (G.). *Arm Brussel*. Amsterdam, Atlas, 1992, 251 p.

VEBLEN (T.). *The theory of the leisure class*. New York, Funk and Wagnalls, 1965 [1899], 312 p.

VRANKEN (J.) en GELDOF (D.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1991*. Leuven, Acco, 1991, 211 p.

VRANKEN (J.), GELDOF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1994*. Leuven, Acco, 1994, 252 p.

VRANKEN (J.), GELDOF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1996*. Leuven, Acco, 1996, 360 p.

VRANKEN (J.), GELDOF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1998*. Leuven, Acco, 1998, 392 p.

VRANKEN (J.), GELDOF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 1999*. Leuven, Acco, 1999, 431 p.

VRANKEN (J.), DE BOYSER (K.), GELDOLF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2002*. Leuven, Acco, 2002, 399 p.

VRANKEN (J.), DE BOYSER (K.), GELDOLF (D.) en VAN MENXEL (G.). *Armoede en sociale uitsluiting. Jaarboek 2003*. Leuven, Acco, 2003, 517 p.

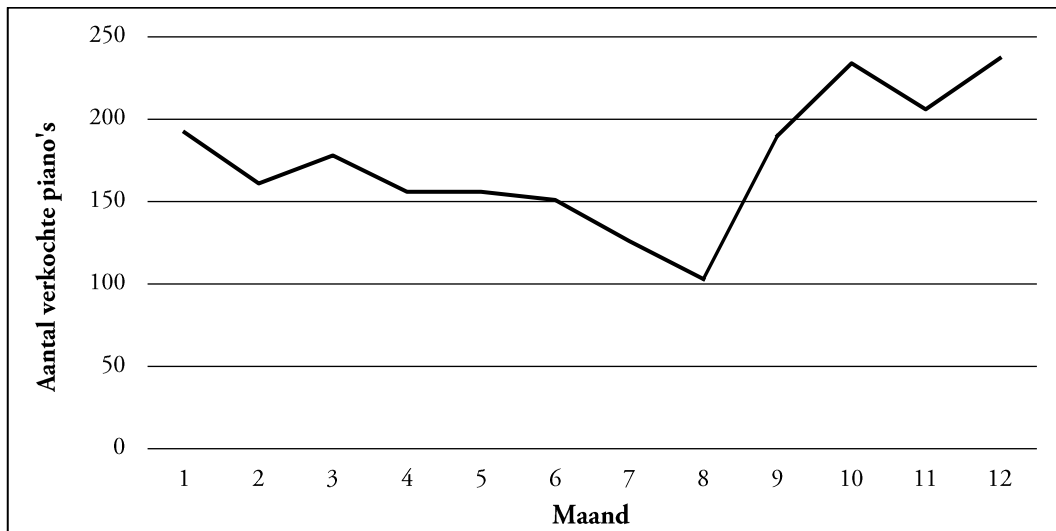
WEBER (D.). *De blijde intrede van de automobiel in België, 1895-1940*. Gent, Academia Press, 2010, 294 p.

WILLEMS (B.). *Leven op de pof. Krediet bij de Antwerpse middenstand in de achttiende eeuw*. Amsterdam, Aksant, 2009, 352 p.

WYMEERSCH (E.). "De kredietkaarten in België. Juridische aspecten". In: *Tijdschrift voor Privaatrecht*, 8 (1971), pp. 645-704.

Bijlagen

Bijlage I Aantal verkochte piano's per maand, 1887-1916.



Bron: ARA2, WO I Sekwester, Riesenburger P., pianohandel, nr. 9.