

## JOODSE IDENTITEIT EN ONDERNEMERSCHAP IN HET NEDERLANDSE BIOSCOOPBEDRIJF TOT 1940

### **Jewish identity and entrepreneurship in the Dutch film exhibition business before 1940**

*Before the Holocaust, Jewish entrepreneurs played a prominent role in all segments of the international film industry. While their visibility generated wide public attention at the time, it has rarely been the subject of scholarly research. As a result, a rather simplistic popular image of highly assimilated entrepreneurs who cared little about their Jewishness still dominates the existing literature. This case study investigates how Jewish film exhibitors in the Netherlands integrated the Jewish religious calendar into their business practices during the Interwar period. Our analysis, which is based upon the Jewish weekly press as well as the leading Dutch film trade journal, reveals that the relationship which these entrepreneurs maintained with the Jewish community was far more complex. They kept their theatres open on the Sabbath, but privately honoured it with family, friends and colleagues. On Yom Kippur they stopped working but did not close their theatres, except when the clientele was overwhelmingly Jewish (Tip-Top Theater in Amsterdam). While they did not openly present themselves as Jews to the general public, they occasionally reached out to the Jewish community by organizing special screenings of Jewish theme films, either for profit or for charitable purposes (e.g. screenings for children around Purim and Chanukah).*

Op een zondagochtend in maart 1927 stroomden ruim 1500 joodse kinderen onder begeleiding van hun leerkrachten het bioscooppaleis van Abraham Tuschinski aan de Reguliersbreestraat binnen. Ook een aantal Amsterdamse rabbijnen was van de partij. Allen kwamen zij voor een bijzondere voorstelling die Tuschinski de Israëlitische godsdienstscholen aanbood ter gelegenheid van Poerim. Het programma opende met een korte uitleg over de betekenis van de feestdag waarop de redding van het joodse volk door koningin Esther tijdens de ballingschap in Perzië wordt gevierd. Vervolgens kregen de leerlingen een film te zien over het leven van Mozes en de uittocht uit Egypte. Dat dit onderwerp niet bepaald aansloot bij het verhaal van Poerim mocht de pret niet drukken. De kinderen neurieden vrolijk mee op de traditionele

joodse muziek waarmee bioscooporkest van Max Tak het filmverhaal begeleidde. Aan het einde van het programma zorgde een clown alsnog voor de carnavaleske sfeer die hoort bij het traditionele Poerimfeest. De jeugd kreeg al met al een totaalpakket joodse cultuur ter lering en vermaak.<sup>1</sup>

Joodse ondernemers waren vanaf het midden van de jaren tien tot aan de Sjoa prominent aanwezig in alle takken van het film- en bioscoopbedrijf in Nederland, zoals ook in veel andere landen het geval was. In studies over joden in de filmindustrie wordt zelden aandacht besteed aan de relaties die zij onderhielden met de joodse gemeenschap. Het onderzoek richt zich doorgaans op het joodse aandeel in de economische ontwikkeling van de bedrijfstak en haar sociale acceptatie als massa amusement, waarbij vooral de interactie tussen joden en niet-joden centraal staat. Dit eenzijdige perspectief vloeit deels voort uit de opmerkelijke oververtegenwoordiging van joden in deze bedrijfstak, in het bijzonder aan de top van de internationale filmindustrie.<sup>2</sup> Het innovatieve ondernemerschap dat ten grondslag lag aan het economische succes van deze ondernemers wordt weliswaar expliciet in verband gebracht met het joodse milieu waaruit zij afkomstig waren, maar de vraag in hoeverre zij actief bleven binnen de joodse wereld blijft grotendeels onbeantwoord. Mede hierdoor bepaalt het standaard scenario van buitenstaanders die streefden naar totale assimilatie al bijna een eeuw het beeld van de Amerikaanse en Europese filmmagnaat.<sup>3</sup>

Feestdagen vormen een interessant aanknopingspunt om inzicht te krijgen in de manier waarop joodse bioscoopondernemers hun joods-zijn vormgaven in hun bedrijfsvoering. Personen uit minderheidsgroepen grijpen zowel individueel als collectief immers vaak de eigen religieuze kalender-

1. 'Poerimfeest in Tuschinski', *Nederlandsch Israëlietisch Weekblad* (verder *NIW*), 25-03-1927.

2. Een systematisch overzicht van de bijdrage die joodse ondernemers en firma's hebben geleverd aan de opkomst en ontwikkeling van film en bioscoop ontbreekt nog, zowel in Nederland als elders. De beeldvorming over de machtspositie van joodse filmmagnaten, die niet gespeend is van antisemitisme maar wel degelijk op feiten berust, maakt dit aspect van de Westerse filmgeschiedenis tot een heikel onderwerp. Hedendaagse filmhistorici branden er hun vingers liever niet aan en collega's van joodse studies evenmin. In Europa is nauwelijks wetenschappelijk onderzoek gedaan naar ondernemerschap van joden binnen de filmindustrie. Het onderwerp ligt nog steeds dermate gevoelig, dat vraagstukken van joodse identiteit in de Europese filmgeschiedschrijving bijna alleen geformuleerd kunnen worden in termen van representatie van joden op het witte doek.

3. Voor een gedegen overzicht van het publieke debat over de dominante positie van joden in de Amerikaanse filmindustrie, zie J. Hoberman en Jeffrey Shandler, 'Hollywood's Jewish question', in: idem, *Entertaining America: Jews, movies, and broadcasting* (Princeton 2003) 47-75 en Steven Alan Carr, *Hollywood and anti-Semitism. A cultural history up to World War II* (New York 2001). Het volgende artikel besteedt als één van de weinige uitzonderingen speciaal aandacht aan relaties tussen joodse organisaties en de filmwereld: Felicia Herman, 'Hollywood, Nazism and the Jews, 1933-1941', *American Jewish History* 89: 1 (2001) 61-89.

dagen aan om hun identiteit zowel binnen eigen kring als naar buiten toe te benadrukken. Met name door recente migranten wordt hierbij op creatieve manieren met tradities omgegaan. Oude gebruiken worden nieuw leven ingeblazen, bestaande praktijken worden orthodoxer gemaakt of juist gemoderniseerd om ze compatibel te maken met de nieuwe context.<sup>4</sup>

Het Poerim-uitje naar het Tuschinski Theater stond niet op zich zelf, zoals we in dit artikel laten zien. In de jaren twintig en dertig grepen meerdere joodse bioscoopexploitanten in Nederland bepaalde feestdagen aan om zich binnen eigen kring te profileren met speciale voorstellingen.<sup>5</sup> Dat deden ze veelal in nauwe samenwerking met lokale joodse autoriteiten. Met name rondom Poerim en Chanoeka (lichtfeest) was de bioscoop een geliefde locatie voor collectieve vieringen, maar ook tijdens het Joodse Nieuwjaar en het Wekenfeest werd de programmering soms aangepast met het oog op de joodse clientèle. Deze traditie roept vragen op over de motivatie van de betrokken ondernemers en hun relatie tot het jodendom. Was het vooral een kwestie van liefdadigheid in eigen kring of van klantenbinding of een combinatie van beide? In hoeverre was deze invulling van de joodse feestdagen een typisch Nederlands fenomeen? Kregen andere feestdagen en de Sabbatviering ook een plaats in de bedrijfsvoering?

Antwoorden op deze vragen geven ons niet alleen inzicht in de wijze waarop joodse bioscoopexploitanten religieuze praktijk en ondernemerschap verenigden, maar we kunnen er ook uit afleiden hoe er vanuit de Nederlandse joodse gemeenschap werd aangekeken tegen het filmbedrijf. Bovendien geven dit soort activiteiten een indruk van de beleving van joodse tradities in de bredere context van joods Nederland. De joodse minderheid was als aparte subcultuur binnen de verzuilde Nederlandse samenleving van de jaren twintig en dertig namelijk sterk aan verandering onderhevig. Grenzen tussen het toch al zeer heterogene en qua godsdienstige opvattingen versnipperde 'joodse volksdeel' en de rest van Nederland vervaagden in toenemende mate onder invloed van voortschrijdende processen van secularisatie, acculturatie en emancipatie.<sup>6</sup> Joodse identiteit en dan met name de religieuze aspecten

4. Zie bijvoorbeeld Leon A. Jick, *The Americanization of the Synagogue, 1820-1870* (Hanover NH 1976); Jenna Weissman Joselit, *New York's Jewish Jews: The Orthodox community in the Interwar years* (Bloomington en Indianapolis 1990); idem, *The wonders of America. Reinventing Jewish culture, 1880-1950* (New York 1994).

5. We concentreren ons op joodse ondernemers die werkzaam waren in de bioscoopbranche omdat er in Nederland nauwelijks sprake was van een eigen filmproductie, met uitzondering van een korte periode in de jaren dertig. Bovendien communiceren filmproducenten meestal via de exploitanten met hun potentiële publiek.

6. Getalsmatig vormden de joden in Nederland maar een kleine minderheid, zelden meer dan 2 procent van de bevolking, en er was sprake van een onevenwichtige spreiding over Nederland. Circa 80 procent van de joden woonde in Noord- en Zuid-Holland. In de periode tussen 1870 en 1940 werd de joodse minderheid gekenmerkt door een grote

ervan speelden in het dagelijks leven van grote groepen joden in Nederland een steeds minder grote rol. Dit bracht in traditioneler ingestelde kringen onder meer angst voor een teloorgang van de ‘joodse eigenheid’ teweeg. Initiatieven gericht op een gezamenlijke beleving van joodse tradities zoals feestdagen, waarbij ondernemers samenwerkten met vertegenwoordigers van joodse instellingen, werpen ook licht op deze bredere tendensen.

## Bronnen

In dit artikel hebben wij nadrukkelijk gekozen voor een intern perspectief. We bieden een geschiedenis aan die ‘van binnen uit’ geschreven is door de belangrijkste joodse weekbladen als voornaamste bron te gebruiken. Op basis van systematisch doorgenomen bioscoopadvertenties rondom joodse feestdagen en de algemene berichtgeving over het filmbedrijf en filmondernemers zijn de concrete praktijken in kaart gebracht, waarmee ondernemers zich profileerden binnen joodse gemeenten en organisaties. Het in Amsterdam verschijnende *Nieuw Israëlietisch Weekblad* is van week tot week doorgenomen voor de volledige periode van 1918 tot 1940 omdat dit het meest gelezen blad in alle geledingen van joods Nederland was. De orthodoxe kranten het *Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen* dat in Rotterdam verscheen, evenals het in Amsterdam uitgegeven *Centraal Blad voor Israëlieten*, zijn steekproefsgewijs geraadpleegd aan de hand van de joodse feestdagenkalender. Beide bladen hadden een relatief grote oplage in vergelijking met andere joodse persorganen, maar een geringere verspreiding dan het *NW*.<sup>7</sup> Voor elk van de drie bladen gold dat zij het joodse publiek op de hoogte hielden van joodse activiteiten in het land, verenigingsnieuws, familieberichten en allerhande discussies die in de joodse gemeenschap plaatsvonden. In aanvulling hierop zijn tot slot alle jaargangen van het culturele en populair-wetenschappelijke

---

versplintering. Wat betreft de intensiteit waarin joden hun jodendom beleefden waren er vele gradaties. Er was zowel sprake van interne bloei van typisch joods leven als van sterke tendensen tot assimilatie, acculturatie en integratie. Joden gingen op allerlei niveaus met hun joodse en niet-joodse burens om. Algemeen was net als in andere gemeenschappen in Nederland sprake van een groeiende onkerkelijkheid. J.C.H. Blom en J.J. Cahen, ‘Joodse Nederlanders, Nederlandse joden en joden in Nederland (1870-1940)’, in: J.C.H. Blom, R.G. Fuchs-Mansfeld en I. Schöffner (eds.), *Geschiedenis van de joden in Nederland* (Amsterdam 1995) 247-310.

7. Het orthodoxe *Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen* verscheen van 1870 tot 1940 in Rotterdam. Het orthodoxe *Centraal Blad voor Israëlieten in Nederland* verscheen van 1885 tot 1940 in Amsterdam en onderscheidde zich onder meer van het *NW* door haar prozionistische oriëntatie. Zie voor de positionering van de drie bladen ook: L. Fuks, ‘Joodse pers in de Nederlanden’, in: H. van Praag (ed.), *Joodse pers in de Nederlanden en in Duitsland 1674-1940* (Amsterdam 1969) 7-14 en I. Lipschits, *Honderd jaar NW* (Amsterdam: Polak en Van Genneep 1966).

familieweekblad *De Vrijdagavond* (1924-1932) bestudeerd vanwege de bijzondere oriëntatie van dit tijdschrift. De doelstelling van *De Vrijdagavond* was namelijk de grotendeels gesecculariseerde stedelijke joodse middenklasse voor het Nederlandse jodendom te behouden door interesse op te wekken voor de joodse tradities en cultuur. Het blad wilde voor de afgedwaalde gezinnen een 'positieve joodse identiteit' creëren.<sup>8</sup>

We zijn ons terdege bewust van de beperkingen van deze bronnenbasis. Hoewel de bestudeerde weekbladen regelmatig aandacht besteedden aan nieuws uit de provincie en in mindere mate ook aan joods nieuws uit het buitenland, waren ze hoofdzakelijk op de Randstad georiënteerd en dan nog met name op Amsterdam en Rotterdam. Ook werden zeker niet alle activiteiten op het terrein van cultuur en amusement aangekondigd of nabesproken. Ondanks deze beperkingen, die vooral het zicht ontnemen op de precieze draagwijdte van de ondernemerspraktijken, levert de bestudeerde joodse pers voldoende informatie om de belangrijkste activiteiten te identificeren die joodse bioscoopondernemers ontplooiden ten behoeve van de joodse gemeenschap. Voor alle duidelijkheid: we hebben ook nauwelijks andere interne bronnen tot onze beschikking.<sup>9</sup> Niet-joodse media, inclusief het belangrijkste vakblad voor het Nederlandse film- en bioscoopbedrijf, het *Nieuw Weekblad voor de Cinematografie*, geven slechts heel sporadisch inzicht in deze problematiek.<sup>10</sup> Dit komt doordat joodse bioscoopondernemers net als veel joden in andere bedrijfstakken in de communicatie met het brede Nederlandse publiek gewoonlijk geen blijk gaven van hun joodse signatuur, laat staan dat ze voor specifieke joodse activiteiten adverteerden in niet-joodse kranten.<sup>11</sup> De keuze voor de joodse pers vloeit bovendien voort uit de overweging dat deze tot dusverre onderbelicht is gebleven binnen filmwetenschappelijk onderzoek. Filmhistorici hebben veel onderzoek gedaan in de algemene verzuilde pers maar de joodse pers is daarbij altijd buiten beeld gebleven.<sup>12</sup>

8. Judith Frishman, 'De Vrijdagavond as a mirror of Dutch Jewry in the Interbellum, 1924-1932', in: Judith Frishman en Hetty Berg (eds.), *Dutch Jewry in a cultural maelstrom 1880-1940* (Amsterdam 2007) 85-96.

9. Eventueel zou aanvullend onderzoek in joodse verenigingsbladen interessant zijn. Hier zijn dit soort bladen buiten beschouwing gelaten in verband met het feit dat het merendeel ervan slechts over een korte periode verscheen en sporadisch overgeleverd is en daarom minder geschikt om een algemeen beeld te schetsen.

10. Het *Nieuw Weekblad voor de Cinematografie* (verder nwc) onder redactie van Pier Westerbaan verscheen vanaf oktober 1922 tot december 1976 (met een onderbreking tijdens de Tweede Wereldoorlog).

11. Zie hiervoor de bevindingen van verschillende auteurs in de bundel Hetty Berg, Thera Wijsenbeek en Eric Fischer (eds.), *Venter, fabriqueur, fabrikant. Joodse ondernemers en ondernemingen in Nederland 1796-1940* (Amsterdam 1994).

12. Voor een uitvoerig onderzoek naar de journalistieke berichtgeving over film en bioscoop in de periode tot de Tweede Wereldoorlog, zie Ansjie van Beusekom, *Kunst en amusement. Reacties op de film als een nieuw medium in Nederland 1895-1940* (Haarlem 2001).

Om ons perspectief te verbreden hebben we de ondernemerspraktijken waar mogelijk geplaatst in een internationaal vergelijkend perspectief, waarmee we enigszins vat kunnen krijgen op de specificiteit van de Nederlandse situatie. Daarbij hebben we onze blik vooral gericht op de Verenigde Staten. Net als in Nederland speelden joden in Amerika vanaf het begin van de jaren tien een sleutelrol in de ontwikkeling van het filmbedrijf, zowel op lokaal als op nationaal niveau. De reden om op de Amerikaanse situatie in te zoomen hangt tevens samen met de beschikbaarheid van secundaire literatuur.<sup>13</sup> Wetenschappelijke studies naar joden in het Europese filmbedrijf zijn nauwelijks voorhanden en het beperkte materiaal concentreert zich met name op regisseurs en acteurs.<sup>14</sup>

### Oververtegenwoordiging van joden in de filmwereld

Dat joden een prominente positie innamen aan de top van Hollywood is algemeen bekend. Van de acht grote Hollywoodstudio's werden er zeven geleid door joodse ondernemers. De enige uitzondering was Zanuck. De overige Hollywoodmoguls – Carl Laemmle, Adolph Zukor, William Fox, Samuel Goldwyn, Jesse Lasky, Marcus Loew, Louis B. Mayer, en de broers Warner – waren allen joden afkomstig uit Centraal- of Oost-Europa of tweede generatie migranten. Zij hadden vanuit de bioscoopbranche via een gecombineerde strategie van horizontale en verticale integratie machtige filmstudio's opgebouwd, die een monopoliepositie hadden op de thuismarkt en ook internationaal dominante spelers waren, met name in Europa.<sup>15</sup> Niet alleen aan de top van Hollywood maar in alle gelederen van de Amerikaanse filmindustrie waren joodse ondernemers actief. In het bijzonder valt de hoge concentratie op van joodse bioscoopexploitanten in de grote en middelgrote steden. Daar controleerde Hollywood bijna alle bioscooppaleizen (tweeduizend zitplaatsen

13. Zie bijvoorbeeld Neal Gabler, *An empire of their own: How the Jews invented Hollywood* (New York 1989); Andrew R. Heinze, *Adapting to abundance: Jewish immigrants, mass consumption and the search for American identity* (New York 1990) in het bijzonder hoofdstuk 13; Hoberman en Shandler (eds.), *Entertaining America*; Judith Thissen, *Moyshe goes to the movies: Jewish immigrants, popular entertainment and ethnic identity in New York City, 1880-1914* (Proefschrift Universiteit Utrecht 2001).

14. Enkele publicaties over het joodse aandeel in met name de Duitse en Oostenrijkse filmwereld staan ons ter beschikking, maar het betreft vooral populariserende publicaties naar aanleiding van tentoonstellingen, onder andere Irene Stratenwerth en Hermann Simon (eds.), *Pioniere in Celluloid. Juden in der frühen Filmwelt* (Berlijn 2004) en Siegbert Salomon Praver, *Between two worlds. The Jewish presence in German and Austrian film, 1910-1933* (New York en Oxford 2005).

15. Het begrip filmstudio's is in dit verband overigens misleidend omdat het ging om volledig verticaal geïntegreerde bedrijven die naast een uitgebreid distributienetwerk ook bioscoopketens bezaten.

of meer). In Chicago, bijvoorbeeld, werd de markt van luxebioscopen volledig gedomineerd door de firma Balaban & Katz, die nauw samenwerkte met Paramount.<sup>16</sup> In de stad New York was meer dan de helft van de bioscopen in joodse handen. Hier was duidelijk sprake van overrepresentatie want slechts een kwart van de bevolking was joods. Veel van deze ondernemers waren zelfstandige exploitanten van kleine buurtbioscopen, die vanaf de jaren twintig steeds meer te lijden hadden onder de monopoliepraktijken van Hollywood en daarom vaak slechts met moeite het hoofd boven water wisten te houden.<sup>17</sup> In de rurale gebieden waren joodse bioscoopexploitanten minder dominant aanwezig. Wel waren ook buiten de urbane centra de meeste luxe bioscopen eigendom van de grote filmstudio's of van lokale ketens die via kartelafspraken aan Hollywood gelieerd waren.<sup>18</sup>

In Nederland was vanaf de Eerste Wereldoorlog eveneens sprake van een kwantitatieve en kwalitatieve oververtegenwoordiging van joden in de filmwereld, al was hun machtspositie onvergelijkbaar met die van hun Amerikaanse collega's.<sup>19</sup> Daarvoor was de Nederlandse filmwereld te kleinschalig en onderontwikkeld. In scherp contrast met de vs kwam de filmproductietak nauwelijks van de grond en waren zowel de bioscoopsector als de filmdistributie sterk versnipperd. Pogingen tot verticale of horizontale integratie liepen steevast uit op een mislukking met als gevolg dat de bioscoopbranche niet door een klein aantal grote spelers gedomineerd werd zoals dat in Amerika het geval was. Bioscoopbezoek bleef bovendien sterk achter in vergelijking met de ons omringende landen en de vs.<sup>20</sup> Het Nederlandse filmbedrijf was in vele opzichten een marginale sector.

16. Douglas Gomery, *Shared pleasures: A history of movie presentation in the United States* (Londen 1992) 40-56.

17. Ben Singer, 'Manhattan nickelodeons: New data on audiences and exhibitors', *Cinema Journal* 34: 3 (1995) 5-35, aldaar 26-27; Judith Thissen, 'National and local movie moguls: two patterns of Jewish showmanship in film exhibition', in: Paul Buhle (ed.), *Jews and American popular culture*, Vol. 1 (Westport 2006) 13-23.

18. Het filmhistorisch onderzoek naar bioscopen en bioscoopbezoek buiten de grote steden in Amerika staat nog in de kinderschoenen, zie: Robert C. Allen, 'Decentering historical audience studies: A modest proposal', in Kathryn Fuller-Seeley (ed.), *Hollywood in the neighborhood: Historical case studies of local moviegoing* (Berkeley 2008) 20-36.

19. Aan de opmerkelijke overrepresentatie van joden in de Nederlandse filmwereld is tot 2004 nooit aandacht besteed door filmhistorici of bedrijfshistorici. Alle informatie over de Nederlandse situatie is daarom gebaseerd op het lopende promotie-onderzoek over joodse ondernemers in het Nederlands film- en bioscoopbedrijf tot 1940 van één van de auteurs van dit artikel (Fransje de Jong).

20. Waarom het bioscoopbezoek in Nederland in vergelijking met andere Europese landen achterbleef is onderwerp van discussie. Zie K. Dibbets, 'Het taboe van de Nederlandse filmcultuur. Neutraal in een verzuild land', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 9: 2 (2006) 46-64; J. Thissen en A. van der Velden, 'Klasse als factor in de Nederlandse filmgeschiedenis. Een eerste verkenning', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 12: 1 (2009) 50-72; J. Thissen, A. van

De belangrijkste joodse ondernemers in Nederland waren Abraham Tuschinski en de filmdistributeur, bioscoopexploitant en filmproducent Loet Cohen Barnstijn, maar er waren nog veel meer joodse ondernemers actief, met name in leidinggevende en bestuurlijke posities binnen de bedrijfstak. De meeste toonaangevende bioscopen en bioscoopketens in de grote steden hadden joodse directies. In het Nederlandse film distributiebedrijf leidden joden op enkele uitzonderingen na alle belangrijke onafhankelijke verhuurkantoren, evenals een groot deel van de kleinere kantoren. Daarnaast stonden joodse bedrijfsleiders aan het hoofd van vrijwel alle filialen van de grote Amerikaanse en Duitse maatschappijen, waaronder Universal, Fox, Famous Players Lasky, Paramount en het Duitse Ufa.<sup>21</sup> Tot slot werden ook de belangrijkste bestuurlijke functies binnen de brancheorganisatie – de Nederlandse Bioscoopbond – bekleed door joodse spelers, inclusief het voorzitterschap.<sup>22</sup> De beroepentelling die in 1930 gehouden werd als onderdeel van de nationale volkstelling geeft een indruk van hun kwantitatieve oververtegenwoordiging in het bioscoopbedrijf op landelijk niveau. Daarin staat tot welk kerkgenootschap elk van de 1808 bioscoopdirecteuren op dat moment volgens de officiële registers behoorde. Het aantal joden dat bioscoopdirecteur was lag ruim vijf keer hoger dan op basis van hun aandeel in de beroepsbevolking (1,7 procent) verwacht kon worden. De ‘Israëlieten’ hadden een marktaandeel van bijna tien procent.<sup>23</sup>

---

der Velden en T. van Oort, ‘Over de eigenheid van de Nederlandse filmcultuur’, *Leidschrift* 24: 3 (2009) 111-130.

21. Meer nog dan in de bioscoopexploitatie was er in het film distributiebedrijf in alle opzichten sprake van een constante oververtegenwoordiging van joden, zowel aan werkgevers- als aan werknemerszijde. In 1922 werd ruim tweederde van de ondernemingen op dit gebied door joden geleid. Daaronder vallen alle grote verhuurkantoren, met uitzondering van Filmverhuurkantoor FAN en Meteor Film. Niet-joodse ondernemers leidden overwegend kleine en specialistische kantoren. Belangrijke joodse namen in de film distributie waren onder andere Van Biene en Van Embden (Nebima), Wolff en Levy (Well Film), Salomon (Nordisk), De Jong (Société des films artistiques), Paerl (Universal), Mühlrad en Sprecher (Oswald en Vicor Film), De Hoop en Hamburger (Cinema Palace), Barnstijn en Serphos (H.A.P. en L.C.B.’s Filmproductions).

22. De bekendste en meest zichtbare spelers binnen de Nederlandse Bioscoopbond waren David Hamburger (bondsvoorzitter) en Abraham de Hoop (bondsadministrateur), die hun functies vrijwel gedurende het hele interbellum bekleedden. Andere hoofdrolspelers waren de verschillende leden van de omvangrijke familie van filmondernemers Cohen Barnstijn en de onderling gerelateerde families Ehrlich, Gerschtanowitz en Tuschinski.

23. Verreweg de meeste bioscoopondernemingen werden geleid door rooms-katholieken (591), gevolgd door de ondernemers die bij geen enkel kerkgenootschap ingeschreven stonden (559). De derde groep was volgens de officiële telling Nederlands-hervormd (393). Het is overigens opvallend hoeveel vrouwelijke ondernemers het bioscoopbedrijf telde. Van de 1808 waren 543 bioscoopdirectrices. Zie: “Volkstelling 1930 Nederland Staat 111. Onderscheiding, voor het Rijk van de personen in de verschillende bedrijfsklassen en bedrijfs-groepen vermeld in Staat 1, naar de kerkelijke gezindten (met afzonderlijke vermelding van



Het merendeel van de joodse ondernemers in het Nederlandse bioscoopbedrijf was actief in de Randstad. Dit heeft te maken met de ongelijkmatige geografische spreiding van joden in Nederland. In 1930 woonde 81 procent van alle Nederlandse joden in Amsterdam, Den Haag en Rotterdam.<sup>24</sup> Het joodse aandeel valt dan ook het meest op in deze drie steden, die zich van alle andere plaatsen in Nederland onderscheidde op grond van het veel grotere aantal filmgerelateerde ondernemingen dat er gevestigd was. Tijdens het interbellum werd ongeveer de helft van de bioscopen in Amsterdam, Den Haag en Rotterdam door joodse ondernemers gerund. Hun marktaandeel was spectaculair toegenomen in de tweede helft van de jaren tien, zoals bijvoorbeeld de cijfers van Rotterdam laten zien. In december 1912 werd nog geen twintig procent van de bioscopen in de Maasstad geleid door joodse directies. Tien jaar later was dat 52 procent.<sup>25</sup> Hoewel er wel degelijk ook joodse ondernemers actief waren in provincieplaatsen zoals Utrecht, Enschede en Zwolle is hun aanwezigheid buiten de Randstad in vergelijking met andere gezindten nagenoeg te verwaarlozen.

### Sabbatviering: een privé aangelegenheid

Om te onderzoeken hoe joodse bioscoopexploitanten in hun ondernemerschap concreet vormgaven aan hun relatie tot het jodendom en de (lokale) joodse gemeenschap waarvan ze deel uitmaakten kijken we allereerst naar het moment waarop de joodse identiteit het meest merkbaar is in de publieke ruimte: de wekelijkse viering van sabbat. De wekelijkse rustdag valt in het jodendom niet op zondag maar op zaterdag, waarbij de sabbat op vrijdagavond aanvangt bij zonsondergang. In traditionele joodse buurten ligt dan ook het publieke leven stil op zaterdag, en niet op zondag zoals in de christelijke context. Joden met een orthodoxe geloofsopvatting werken niet op sabbat. Ondernemers die buiten de eigen gemeenschap actief zijn, sluiten hun bedrijven of laten zich vervangen door niet-joods personeel.

Voor zover bekend, sloten nergens in Nederland joodse ondernemers hun bioscooptheaters op vrijdagavond of zaterdag. Elders in Europa en de Verenigde Staten was dit evenmin het geval. Vanuit een bedrijfsmatig oogpunt

---

de personen in de posities A en B) en naar den burgerlijken staat: nr. 8223, xxiv. Overige bedrijven en vrije beroepen, nr. 26: Bioscopen", zoals weergegeven op de website [www.volkstellingen.nl/nl/volkstelling/jaarview/1930](http://www.volkstellingen.nl/nl/volkstelling/jaarview/1930). De beperkingen van deze bron zijn reeds in 1933 aangekaart in de dissertatie van J. Kruijt, *De onkerkelijkheid in Nederland. Haar verbreiding en oorzaken* (1933) 8-9 en 28-38.

24. Berg, *Venter, fabriqueur, fabrikant*, 21.

25. André van der Velden, 'Vijftien jaar van het leven van Abraham Tuschinski (1886-1942). Tekst en context van een zogenaamde autobiografie', *TSEG* 1: 3 (2004) 82-102, aldaar 99.

zou sluiting op vrijdagavond en zaterdag ook zeer ongunstig uitpakken hebben want de omzet lag in het amusementsbedrijf in het weekend veel hoger dan gedurende de rest van de week. Uit advertenties blijkt dat zelfs de Tip-Top Bioscoop in het hartje van de Amsterdamse jodenbuurt op vrijdagavond en zaterdag open bleef, anders dan veel buurtwinkels.<sup>26</sup> Het waren met name kosjere slagers, bakkers en kruideniers die met sjabbes en de joodse feestdagen de deuren sloten omdat zij anders hun kasroet certificaat zouden verliezen. Een groot deel van hun klantenkring, waaronder veel Amsterdamse diamantwerkers, werkte echter al sinds het begin van de twintigste eeuw op zaterdag in plaats van op zondag.<sup>27</sup>

We vinden een vergelijkbaar patroon terug in joodse wijken in Londen, Berlijn, en New York waar kosjere winkels gesloten waren op zaterdag maar het amusementsbedrijf op volle toeren draaide, net als in de rest van de stad. Orthodoxe rabbijnen klaagden soms over het feit dat een avond naar de bioscoop of het Jiddische theater een alternatief geworden was voor een bezoek aan de synagoge en de sabbatviering in huiselijke kring. De meerderheid van de joodse bevolking, inclusief de meer traditionele joden, trok zich echter weinig aan van deze protesten. Dat het ook anders uit kon pakken blijkt uit berichtgeving in het *Nederlandsch-Israëlitisch Weekblad* waarin aandacht geschonken werd aan bioscooprellen in Palestina. In Jeruzalem protesteerden vrome joden onder aanvoering van de lokale opperrabbin in de jaren twintig tegen filmvoorstellingen tijdens de sabbat. Zo wist een ‘fanatieke menigte’ in 1923 met succes de bezoekers van een bioscoop te belemmeren het pand op vrijdagavond te betreden, onder toezienend oog van de politie.<sup>28</sup>

Een dergelijke sociale druk vanuit de joodse gemeenschap om de sabbat te respecteren zien we noch in Nederland noch in de Verenigde Staten. Op basis van ons bronnenmateriaal lijkt sabbatsluiting van amusementsgelegenheden geen thema van discussie te zijn geweest. Initiatieven uit de joodse wereld om de inachtneming van de sabbat door werkgevers en werknemers te stimuleren, zoals van de vereniging Sjemiras Sjabbos, kregen niet de gewenste respons. De meerderheid van de Nederlandse joden hechtte weinig aan de plicht die dag het werk volledig neer te leggen. Het al dan niet vieren van

26. Het kan zijn dat er alleen niet-joods personeel werd ingezet maar daar zijn geen concrete aanwijzingen voor. Een anekdote van Meyer Sluysers over het Tip-Top Theater suggereert dat op vrijdagavond de zaal vooral vol zat met ‘Kattenburgers’ omdat de joodse clientèle dan gezellig thuis zat ‘bij de thee en de andere nasj’. *Er groeit gras in de Weesperstraat* (Amsterdam 1960) 124.

27. De diamantbeurs was wel gesloten op sabbat. Voor meer informatie over de omgang met de sabbat in de diamantindustrie zie Karin Hofmeester, *Jewish workers and the Labour Movement* (Hants en Burlington 2004) 82. Zie ook Blom, *Geschiedenis van de joden in Nederland*, 64.

28. ‘Zonder titel [artikel ‘Persoonlijke vrijheid’ zonder titel geciteerd uit het NRC]’, *NiW*, 09-11-1923. Zie ook ‘Filmvoorstelling op Sabbath in Palestina’, *NiW*, 12-08-1927.

sjabbes werd gezien als een privé aangelegenheid, zowel voor de ondernemers als voor hun klanten. De neutrale houding ten opzichte van het amusementsbedrijf stond in scherp contrast met de felle debatten over de handhaving van de zondagsrust die in protestantse en katholieke kringen gevoerd werden. In Nederland bonden conservatieve katholieke en gereformeerde gemeentebestuurders regelmatig de strijd aan met het bioscoopbedrijf over de zondagsrust, waarbij men zich beriep op de negentiende-eeuwse Zondagswet.<sup>29</sup> Bioscoop personeel en werknemers van andere filmbedrijven kregen in Nederland overigens wel de mogelijkheid om vanwege de geloofsovertuiging op de gewenste rustdag vrij te krijgen. De Nederlandse Bioscoopbond legde dit vast in haar reglement: 'Voor personen, die tot een kerkgenootschap behoren, dat een wekelijkschen rustdag op den Sabbath of den Zevenden dag viert, wordt op de rustdagkaart door het hoofd of den bestuurder der onderneming aangegeven tot welk kerkgenootschap de betrokken persoon behoort'.<sup>30</sup> Met dit besluit maakte de bond vooral duidelijk dat joden en christenen in de bedrijfstak een gelijke behandeling konden verwachten. Het is niet bekend hoeveel joodse werknemers daadwerkelijk gebruik maakten van de regeling.

Dat er soepel werd omgegaan met de sabbatrust betekende niet dat men de vrijdagavond niet vierde. De meeste joden in Nederland hielden ondanks de secularisering wel degelijk vast aan bepaalde religieuze tradities en gewoonten. Op sabbat en de belangrijkste feestdagen kwam de emotionele binding met de eigen familie en de joodse gemeenschap tot uitdrukking, ook al waren ze voor velen grotendeels ontdaan van hun religieuze betekenis.<sup>31</sup> Aangenomen mag worden dat ook het merendeel van de filmondernemers op een niet-orthodoxe, maar wel bewuste manier omging met het joods-zijn. Dit wordt bevestigd door de herinneringen van de katholieke Dinie van Royen die

29. Ook in de Verenigde Staten riepen dominees en conservatieve bestuurders regelmatig op tot 'kruistochten' tegen theaters, bioscopen en kroegen die de zondagsrust niet respecteerden. Strikte handhaving van de zogenaamde *Blue Laws* was in de grote steden meestal van korte duur, maar in kleinere steden en op het Amerikaanse platteland was het eerder regel dan uitzondering dat toneel op zondag verboden was en filmvoorstellingen alleen getolereerd werden in sterk aangepaste vorm. Zelfs als kerk en bioscoop niet op gespannen voet stonden, pasten lokale bioscoopexploitanten hun programmering aan om conflicten met de autoriteiten te voorkomen en vertoonden ze alleen stichtelijke films. Gregg Waller, *Main street amusements: movies and commercial entertainment in a southern city, 1896-1930* (Washington DC 1995); Terry Lindvall, *Silents of God: selected issues and documents in silent American film and religion, 1908-1925* (Londen 2001); David R. Williams, 'Never on Sunday: The early operation of the Cinematograph Act of 1909 in regard to Sunday opening', *Film History* 14 (2002) 186-194. Zie voor Nederland bijvoorbeeld 'De Zondagswet te Leiden', *NWC*, 12-10-1928.

30. *NWC*, 03-01-1930. Mogelijk was deze regel ingesteld op verzoek van joodse autoriteiten, maar er zijn geen bronnen die dit vermoeden kunnen bevestigen.

31. Blom, *Geschiedenis van de joden in Nederland*, 266-267.

in de jaren twintig en dertig werkzaam was in het Amsterdamse filmbedrijf. Hoewel haar joodse vakgenoten niet strikt volgens de religieuze richtlijnen leefden, gingen hun kinderen wel allemaal naar een joodse school. De binding met het jodendom kwam bij haar joodse bevriende vakgenoten ook voor de buitenwereld tot uitdrukking in het vieren van joodse feestdagen. Warme herinneringen had mevrouw Van Royen aan de zogenaamde *nasj*-avonden op vrijdagavond, waar vrienden en kennissen uit het filmbedrijf, joden en christenen, 'vreselijk veel gingen snoepen'.<sup>32</sup>

Eén specifieke groep joodse ondernemers binnen het Nederlandse filmbedrijf week op het punt van de geloofsbeleving behoorlijk af van het dominante patroon: het omvangrijke lokale netwerk van joden uit Oost- en Centraal-Europa in Rotterdam, waarbinnen Abraham Tuschinski en zijn plaatselijke concurrent Karl Weisbard sleutelposities bekleedden. Deze recente migranten maakten deel uit van een weinig geïntegreerde minderheid binnen het Nederlandse jodendom. De Oost-Europese joden hadden eigen synagogen en verenigingen op het gebied van wederzijdse hulp, onderwijs en ontspanning. Alhoewel hun geloofsopvatting zelden strikt orthodox was, waren ze over het algemeen traditioneler ingesteld dan de meeste van hun geloofsgenoten die al langer in Nederland woonden. De kloof tussen beide groepen werd verder versterkt door een taalbarrière. De joden uit Oost-Europa spraken onderling jiddisch, een taal die in Nederland al lang niet meer gesproken werd (op een aantal overgebleven woorden en uitdrukkingen na). Ook binnen het lokale bioscoopbedrijf van Rotterdam vormden ze als gevolg van de voorkeur voor onderlinge samenwerking en familiebanden een relatief gesloten cluster. De meesten van hen waren aangesloten bij de traditioneel-joodse vereniging Agoedas Achim (bond van Broeders). Deze bestond voornamelijk uit Poolse en Russische joden. Een aantal van hen speelde in de vereniging een zeer actieve rol, zoals Hersch Gerschtanowitz, de zwager en compagnon van Tuschinski, die jarenlang voorzitter was van deze gemeente. Ook familieberichten in het *Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen*, zoals aankondigingen van de 'kerkelijke meerderjarigheid' (bar-mitswo) van zonen van de ondernemers, en activiteiten in het lokale joodse liefdadigheidswezen, wijzen op een inbedding in een joods milieu, waarin de joodse traditie nog sterk aanwezig was. Toch had ook dit zijn grenzen. Abraham Tuschinski was zelden te vinden in de sjoel van Agoedat Achiem, want hij werkte gewoon door op vrijdagavond en zaterdag. Het was vooral zijn echtgenote die de joodse traditie in ere hield met een strikt kosjere huishouding en liefdadigheid.<sup>33</sup>

32. Interview van Fransje de Jong met Dinie van Royen (geboren 1904) (Amstelveen 19-04-2007).

33. 'Agoedas Achiem', *Centraal Blad voor Israëlieten* (verder *CBVI*), 05-05-1922; 'Agoedas Achiem', *Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen* (verder *WIH*), 04-04-1928 en 03-08-1928; Advertentie Purimfeest Broedervereeniging Rotterdam, *WIH*, 01-03-1918. Zie ook:

## Grote Verzoendag

De belangrijkste dag van het joodse jaar werd tijdens het interbellum door de meeste joden, inclusief geseculariseerde joden, in acht genomen. Grote Verzoendag (Jom Kippoer) werd breed gerespecteerd binnen het joodse bedrijfsleven zowel in Europa als de Verenigde Staten. Winkels en bedrijven waren gesloten. Joodse dagbladen verschenen niet. Op deze dag van bezinning over de eigen verkeerde daden in het voorgaande jaar mag namelijk niet gewerkt worden. Men bidt, vast en brengt een groot deel van de dag door in de synagoge. In een christelijke werkomgeving kon het lastige situaties opleveren. Dat blijkt wel uit de erkentelijkheid die het traditionele joodse weekblad *Centraal Blad voor Israëlieten* in 1923 uitsprak over de bereidheid van de Nederlandse Bioscoopbond om de wekelijkse filmbeurs te verzetten in verband met Grote Verzoendag. De Amsterdamse opperrabbijn had hier nadrukkelijk om verzocht, omdat in het film- en bioscoopbedrijf een 'groot aantal Israëlieten' werkzaam was. Het besluit van het bondsbestuur werd door de joodse pers opgemerkt als een bijzonderheid, omdat het allerminst vanzelfsprekend was dat brancheorganisaties naast de christelijke ook rekening hielden met joodse feestdagen.<sup>34</sup> In 1928 werd de beurs om dezelfde reden verschoven, ditmaal zonder dat een verzoek van de opperrabbijn of van eigen leden nodig was.<sup>35</sup>

Als het ging om de sluiting van bioscopen met Grote Verzoendag gaf de ligging en de samenstelling van de vaste clientèle de doorslag. Bioscopen van joodse ondernemers die gesitueerd waren in wijken waar weinig joden woonden bleven gewoon open en draaiden door op niet-joods personeel. In overwegend joodse buurten bleven de bioscopen waarschijnlijk gesloten net als andere bedrijven en winkels. Het Tip-Top Theater in de Amsterdamse jodenbuurt was daar een voorbeeld van. In 1927 kondigde de directie van dit populaire familietheater in het *Nieuw Israëlitisch Weekblad* aan dat er 'woensdagavond en donderdagmiddag wegens Grooten Verzoendag' geen voorstelling zou zijn.<sup>36</sup> Dat het Tip-Top hierop de aandacht vestigde in de joodse pers was overigens een zeldzaamheid. Het was voor deze bioscoop niet meer dan

---

Nelleke Manneke en Arie van der Schoor, *Het grootste van het grootste. Leven en werk van Abraham Tuschinski* (Capelle a/d IJssel 1997) 19 en 21-22.

34. 'Kol Nidrei het trilbeeld', *CBVI*, 12-01-1923 en 'Waardeering van een bondsbesluit', *NWC*, 19-01-1923). Alleen in branches waar joden relatief oververtegenwoordigd waren, zoals de diamantindustrie, werd op diverse manieren rekening gehouden met joodse feestdagen. Ook grote handelsevenementen in de jaarbeurs in Utrecht waar veel joden bij betrokken waren vonden in de jaren twintig niet plaats op belangrijke dagen van de joodse kalender. Hofmeester, *Jewish workers and the Labour Movement*, 86; 'Negende Nederlandsche Jaarbeurs', *NRC*, 09-05-1923.

35. 'Filmbeurs op maandag 24 september gesloten', *NWC*, 14-09-1928.

36. Advertentie van Tip-Top en het korte redactionele artikel 'Tip-Top Theater', *NW*, 30-09-1927.



*Het interieur van het in de oorlog verwoeste Tip-Top Theater in de Jodenbreestraat, Amsterdam. Uit: Salvador Bloemgarten en Jaap van Velzen, Joods Amsterdam in een bevoegen tijd 1890-1940: beeldverhaal (Zwolle, [1997?]) p. 185.*

vanzelfsprekend en bovendien bereikten Tip-Top, maar ook de kleinere Rembrandt Bioscope in de Jodenbreestraat, hun joodse publiek hoofdzakelijk via andere kanalen dan de joodse bladen. Hetzelfde gold vermoedelijk voor bioscopen van joodse exploitanten in Den Haag en Rotterdam in buurten met een hoge concentratie joden. Veel aanwijzingen zoals hierboven zijn dan ook niet in de joodse pers te vinden.

Ook in Amerika waren bioscoopexploitanten die opereerden in de joodse nichemarkt de enigen die tot sluiting overgingen. Hierbij deed zich trouwens in steden met veel joodse migranten een bijzonder fenomeen voor. Een aantal joodse buurtbioscopen en grote Jiddische schouwburgen bleef wel open. De gebouwen werden namelijk tijdens Joods Nieuwjaar en Grote Verzoendag verhuurd als gebedsruimte omdat de lokale synagogen onvoldoende capaciteit hadden om de hele gemeenschap te bedienen. Duizenden joodse migranten die niet verbonden waren aan een synagoge konden op deze manier toch met hun gezinnen de Hoge Feestdagen vieren. Het was een uiterst lucratieve business want men moest net als op andere avonden gewoon entree betalen en de prijzen van de kaarten waren fors. In de grote Jiddische schouwburgen van New York groeiden deze speciale diensten uit tot feestelijke avonden

met optredens van beroemde voorzangers en koren.<sup>37</sup> Dergelijk gebruik van theaters als tijdelijke synagoge is voor Nederland niet bekend; evenmin was er sprake van grootschalige religieuze shows. Toch werden ook in ons land bioscooptheaters en films ingezet voor de viering van bepaalde feestdagen.

### Poerim en Chanoeke in de bioscoop: joodse filantropie

De bioscoop groeide in de loop van de jaren twintig uit tot een populaire locatie voor de viering van Poerim en Chanoeke, twee feesten waar kinderen actief aan deelnemen. Joodse bioscoopexploitanten werden benaderd door het rabbinaat, verenigingen en schoolbesturen met het verzoek of ze hun theater kosteloos beschikbaar wilden stellen voor een Poerim- of Chanoekefeest. Meestal werd hen ook gevraagd een geschikt filmprogramma te verzorgen. Hiermee werd impliciet aangegeven dat men aannam dat de joodse achtergrond van de exploitant voldoende garantie bood voor de juiste samenstelling van zo'n programma. Poerim- en Chanoekevieringen in de bioscoop stonden in het teken van de opvoeding van de jeugd tot goede joden. Onderricht over de joodse traditie werd verpakt in een jasje van vermaak. Het was een van de manieren waarop joodse autoriteiten een verdere afkalving van het joodse geloof in Nederland probeerden tegen te houden. Met name in de decembermaand, wanneer Chanoeke de competitie moest aangaan met Sinterklaas, was dit geen overbodige luxe. Zelfs in de joodse pers werden beide 'pakjesdagen' in een adem genoemd in advertenties van joodse winkeliers.

Uit de berichtgeving in de joodse pers blijkt dat er in de jaren twintig en dertig Poerim- en Chanoeke-bijeenkomsten plaatsvonden in verschillende bioscopen in Amsterdam en Rotterdam. Het *Centraal Blad voor Israëlieten* verzocht haar lezers expliciet om verslagen van de vieringen in te sturen.<sup>38</sup> In Amsterdam was het Tuschinski Theater de meest geliefde bioscooplocatie, hoewel ook het Rialto Theater aan de Ceintuurbaan, het Bio-Theater in de Watergraafmeer en de Plantage Schouwburg hun medewerking verleenden. Deze bioscoopuitjes werden veelal georganiseerd in samenwerking met de afdeling Noord-Holland van de joodse lerarenvereniging Achawah en met financiële steun van de Hoofdsynagoge en de Armenscholen.<sup>39</sup> In Rotterdam was het

37. Voor een gedetailleerd overzicht zie *Jewish Communal Register of New York City 1917-1918* (New York 1918) 199-122. In de weken voor de Hoge Feestdagen werd er veelvuldig voor deze bijzondere diensten geadverteerd in de Jiddische pers.

38. 'Mededeling', *CBVI*, 16-12-1927.

39. 'Feest bij Tuschinski', *NIW*, 03-01-1930. Zie voor feesten in andere jaren: 'Poeriem in Tuschinski', *NIW*, 13-03-1925; 'Poeriemfeest in Tuschinski', *NIW*, 25-03-1927; 'Chanoekefeest bij Tuschinski', *NIW*, 3-01-1930; 'Chanoekefeest voor de Joodsch-Poolsche kinderen', *NIW*, 03-01-1930; 'Chanoekefeest bij Tuschinski', *NIW*, 02-01-1931; 'Herman Elteschool', *NIW*, 07-12-1928 en 14-12-1928; 'Poeriemdienst met ontbijt', *NIW*, 05-03-1937.

W.B. Theater van Karl Weisbard locatie nummer één. Weisbard organiseerde in 1925 bijvoorbeeld een Chanoeka-voorstelling voor de kinderen van de Israëlietische Kosteloze School, de emigranten van de Holland Amerika-lijn, de verpleegden van het Israëlietische Oudeliengesticht, de leden van de joodse vereniging Mikweih Jisroëil en andere joodse verenigingen. Bij de viering in zijn theater van de plaatselijke religieus-zionistische jeugdvereniging en de armenschool gaf Weisbard de kinderen zelfs geschenkjes mee.<sup>40</sup>

De meeste informatie die we hebben gevonden betreft de grote steden. Wat er elders in het land gebeurde wordt nauwelijks in de pers beschreven. Er is slechts een handjevol verwijzingen naar vergelijkbare voorstellingen in bioscopen in Den Bosch, Den Haag en Eindhoven. Zo vierden de lokale verenigingen Sjoloum Weringous en Zeierel Zion in Den Bosch hun Chanoeka-avond in 1925 in de Chicago Bioscoop onder directie van Simons en Monasch.<sup>41</sup>

De festiviteiten ter gelegenheid van Poerim en Chanoeka in de bioscopen hadden doorgaans een hoog liefdadigheidsgehalte. Ze moeten gezien worden in de bredere context van de *tsedaka*, ofwel de joodse filantropie. De joodse gemeenschap in Nederland kende in de jaren twintig en dertig een bloeiende liefdadigheidscultuur, voortgekomen uit de geïnstitutionaliseerde joodse armenzorg.<sup>42</sup> Er waren honderden kleine en grote initiatieven op dit gebied, deels georganiseerd door armbesturen, verenigingen en stichtingen, maar ook op *ad hoc* basis, bijvoorbeeld als particulieren een hulpactie op touw zetten voor een gezin dat door rampspoed overvallen was.<sup>43</sup> Vanuit de joodse gemeenschap werd regelmatig op basis van een gedeelde etniciteit een beroep gedaan op joodse ondernemers voor de ondersteuning van activiteiten met specifieke joodse doeleinden. Joodse bioscoophouders droegen net als veel andere ondernemers hun steentje bij aan dit soort initiatieven, als ondernemer of op persoonlijke titel. Het wekt geen verbazing dat juist de relatief traditioneel ingestelde Oost-Europese joden Tuschinski en Weisbard hun bioscoop vaak beschikbaar stelden voor deze joodse feestvoorstellingen. Voor hen maakten ze een integraal onderdeel uit van hun bredere activiteiten

40. 'Chanoeko-viering', *WIH*, 18-12-1925; 'Zichroun Jangakouw afdeling Rotterdam', *WIH*, 29-12-1922. 'Chanoeko in de Kosteloze Isr. Godsdienstschool alhier', *WIH*, 12-1923.

41. 'Den Haag', *NIW*, 20-03-1936; 'Den Bosch', *NIW*, 2-01-1925; 'Eindhoven 29 december', *NIW*, 12-1914.

42. Zie Blom en Cahen, 'Joodse Nederlanders, Nederlandse joden en joden in Nederland', 231 en 275.

43. Tijdens en na de Eerste Wereldoorlog groeide bovendien de bereidheid om mee te doen aan liefdadige acties onder de joodse Nederlanders als gevolg van het leed dat grote groepen geloofsgenoten in het buitenland werd aangedaan. De toegenomen solidariteit gaf een bijzondere impuls aan het algehele groepsbesef binnen de joodse minderheid. Liefdadigheid was één van de weinige terreinen waarop in bepaalde mate joodse zuilvorming plaatsvond. Jan Lucassen, 'Joodse Nederlanders 1796-1940: een proces van omgekeerde minderheidsvorming', in: Berg e.a. (eds.), *Venter, fabriqueur, fabrikant*, 32-47, aldaar 41.



in het joodse verenigingsleven en op het gebied van liefdadigheid. Bovendien waren de Poerim- en Chanoeka-bijeenkomsten in de bioscoop voor deze migranten een creatieve manier om de eigen identiteit in de moderne context te bewaren.

Zij waren echter niet de enige joodse filmondernemers die zich profileerden met joodse filantropie. Zowel in Amsterdam als in de provincie brachten autochtone joodse bioscoopexploitanten op deze manier hun band met de joodse gemeenschap tot uitdrukking. Zo organiseerde Josef Kroonenberg, de eigenaar van de Tip-Top bioscoop in de Jodenbreestraat, regelmatig feestelijke film- en variétévoorstellingen voor een goed doel, variërend van een joods gezin in nood tot de tuberculosebestrijding onder diamantwerkers. Een geliefd onderdeel van deze avonden was een optreden van het koor van de Grote Synagoge van Amsterdam onder leiding van Sam Englander.<sup>44</sup> Ook de compagnons Veerman en Bierman van het Royal-Concern en Jacob Wessel van de Union Bioscoop gaven gratis voorstellingen voor armen, wezen, ouden van dagen en invaliden, vaak compleet met drank, sigaren en bonbons en soms zelfs inclusief vervoer naar de bioscoop per touringcar.<sup>45</sup> In Den Haag was Elias Viskoper, de eigenaar van de Apollo Bioscoop, zeer actief binnen het lokale joodse liefdadigheidswezen.<sup>46</sup>

Naast liefdadigheidsvoorstellingen voor joodse organisaties steunden de joodse bioscoopexploitanten ook niet-joodse goede doelen door het gratis ter beschikking stellen van zalen en films of door middel van directe financiële ondersteuning. Dit gebeurde vooral op lokaal niveau. Bij de lezers van de *Nieuwe Rotterdamse Courant* stond Weisbard en zijn vrouw bijvoorbeeld bekend om haar 'Rotterdamse' filantropie. Zij deden in de jaren twintig met name veel voor de psychiatrische inrichting Maasoord.<sup>47</sup> Door tegelijkertijd niet-joodse liefdadigheidsdoelen te omarmen benadrukten deze onderne-

44. Zie onder meer 'Blind en krankzinnig', *NIW*, 02-02-1924; 'Sander Kroonenberg', *NWC*, 4-12-1925; 'Zonnestraal', *De Telegraaf*, 14-12-1919; 'De film Zonnestraal', *De Film-Wereld*, 2: 46 (1919); 'Zonnestraal', *De Bioscoopcourant*, 19-12-1919; Ned. Israëlitisch Ziekenhuis', *NIW*, 25-02-1921; 'B.A.Z.E.S.', *NIW*, 30-03-1928; 'Ouden van dagen naar het Tip-Top Theater', *NIW*, 05-04-1935.

45. 'Een mooie daad', *NIW*, 8-12-1922; 'De oudjes', *CBVI*, 8-12-1922; 'De Oude Wet', *NIW*, 23-05-1923; 'De feestavond der invaliden', *NIW*, 25-12-1925; 'Een gezellige middag voor de verpleegden', *NIW*, 20-11-1935.

46. 'Voor de Haagsche Joodsche Weezen', *Het Vaderland*, 29-10-1924; 'Vacature Kerkeraad Nederlands-Israëlitische Gemeente Den Haag', *NIW*, 8-02-1928; 'De a.s. Kerkeraadsvierkiezing te Den Haag', *NIW*, 15-02-1929. 'Joodsch Gemeentebelang', *NIW*, 15-02-1929; 'Het Joodsche Gemeentebelang', *NIW*, 7-01-1927 en *NIW*, 7-12-1927; 'Kerkeraad Ned. Isr. Gemeente', *Het Vaderland*, 29-03-1929; 'Het Centraal Israëlitisch Wees- en Doorgangshuis te Leiden. Tien jubilarissen', *NIW*, 3-06-1932.

47. *NRC*, 01-05-1925. In de *NRC* werd veelvuldig verwezen naar deze zogenaamde 'Rotterdamse' liefdadigheidszin. Wat betreft de activiteiten voor Maasoord zie *NRC*, 17-10-1926; 19-10-1926; 26-10-1926; 7-02-1929, 26-11-1929.

mers dat ze geen buitenstaanders waren en zichzelf beschouwden als een integraal onderdeel van de Nederlandse samenleving. Op landelijk niveau waren ze echter lange tijd nauwelijks zichtbaar. Pas eind jaren twintig gaven joodse bioscoopondernemers een nationale dimensie aan hun filantropische activiteiten door in samenwerking met een enkele niet-joodse collega de Stichting Bio-Vacantieoord tot stand te brengen. De stichting die gekoppeld werd aan de brancheorganisatie van het Nederlandse filmbedrijf moest zwakke en arme stadskinderen van alle gezindten de kans geven op krachten te komen in een gezonde vakantiekolonie aan zee. Bio-Vacantieoord groeide in korte tijd uit tot de trots van het Nederlandse bioscoopbedrijf.<sup>48</sup>

Wat deden hun collega's in de Verenigde Staten? Anders dan in Nederland was in de grootstedelijke joods-Amerikaanse context de filantropische rol van het amusementsbedrijf al ingevuld door het Jiddische theater.<sup>49</sup> Aan de onderkant van de bioscoopmarkt in de joodse wijken – waar exploitanten van stuiver- en dubbeltjesbioscopen genadeloos met elkaar concurreerden – werd weinig aan liefdadigheid gedaan, laat staan dat bioscopen kosteloos beschikbaar werden gesteld voor Poerim- of Chanoekavieringen. Daarvoor was de winst te laag en de relatie met het publiek en de joodse gemeenschap te anoniem. Pas wanneer bioscoopketens ontstaan zien we dat een aantal grote joodse bioscoopfirma's zich gaat profileren op het gebied van liefdadigheid. Het overheersende beeld is dat zij hun geld vooral in niet-joodse filantropie staken, geheel in lijn met het publiek waarvoor ze hun bioscoop-paleizen bouwden.<sup>50</sup> In Los Angeles behoorden de studiobazen, sterren en

48. Zie onder meer 'De acte van oprichting der Stichting Biovakantieoord', *NWC*, 10-06-1927; 'Het landgoed Russenduin door het Bio-Vacantieoord aangekocht', *NWC*, 26-12-1930; 'Onze trots', *NWC*, 9-01-1931.

49. De bedrijfsvoering van de grote joodse schouwburgen was nauw verweven met het verenigingsleven omdat de toneelgezelschappen van maandag tot en met donderdag niet voor het kassapubliek speelden maar voor joodse organisaties en verenigingen. Deze kochten de kaarten voor deze voorstellingen vooraf tegen een sterk gereduceerd tarief in om ze vervolgens met winst door te verkopen aan hun leden. Op deze manier spekten ze de verenigingskas terwijl de schouwburgen in ieder geval geen verlies leden op de stille dagen voor het amusementsbedrijf. Zie Judith Thissen, 'Reconsidering the Decline of the New York Yiddish Theater in the Early 1900s', *Theatre Survey* 44: 2 (2003) 173-197, aldaar 174-175.

50. Uit nader archiefonderzoek zal moeten blijken of deze ondernemers achter de schermen wellicht actief bleven binnen hun lokale joodse gemeenschap. De aanwijzingen voor New York zijn wat dit onderwerp betreft zeer beperkt en sterk gekleurd. Volgens een artikel in het orthodox-joodse *Yiddishes tageblatt* naar aanleiding van de dood van Marcus Loew in 1927, had deze Hollywood *mogul* ondanks zijn bewonderenswaardige zakelijke successen maar weinig gedaan voor de arme joodse migrantenwijk in Manhattan waar hij was opgegroeid. Zie: 'An ist seyder wonder-boy', *Yiddishes tageblatt*, 7-09-1927, 3. Het Nederlandse joodse familieweekblad *De Vrijdagavond* wees in een artikel over Adolph Zukor nadrukkelijk op zijn liefdadigheidsactiviteiten voor joods New York. Zie: x.z.y., 'Adolphe Zukor', *De Vrijdagavond* 2: 11 (1925) 167-168.

hun familieleden tot de prominente gezichten van joodse liefdadigheidsorganisaties. Voor de top van Hollywood was liefdadigheid een statussymbool waarmee ze op gelijke voet probeerden te komen met de Duits-joodse elite die op hen neerkeek vanwege hun Oost-Europese achtergrond en lage sociale afkomst. Met andere woorden: met liefdadigheid kochten deze *nouveaux riches* een stukje respectabiliteit.<sup>51</sup>

### De nichemarkt: 'Speciaal voor onze Joodsche Clientèle'

Filmvoorstellingen voor het joodse publiek werden in Nederland niet alleen georganiseerd in het kader van liefdadigheidsacties, maar ook met het oog op klantenbinding. Er bestond in de grote steden op lokaal niveau wel degelijk ook zoiets als een joodse nichemarkt, al viel deze qua omvang in het niet bij die van de Amerikaanse joodse migrantenwijken. In Amsterdam, Den Haag en Rotterdam profileerden joodse bioscoopexploitanten zich met name rondom Pesach, het Wekenfeest en de Hoge Feestdagen in het najaar met speciale familievoorstellingen die een joodse thematiek hadden (ook niet-joodse exploitanten deden dit sporadisch).<sup>52</sup> Het waren voorstellingen die voor iedereen die een kaartje kocht toegankelijk waren maar er werd extra groot voor geadverteerd in de joodse pers. De commerciële joodse feestvoorstellingen groeiden niet uit tot een vaste traditie. Het was meer een 'extraatje' dat men zo nu en dan organiseerde voor de eigen gemeenschap. Dit is te begrijpen want de joodse exploitanten richtten zich in Nederland in de eerste plaats op een breed publiek. De joodse nichemarkt was immers te klein om van te leven. Alleen voor het Tip-Top Theater in het hartje van de Amsterdamse jodenbuurt lag dat anders.<sup>53</sup>

51. Gabler, *An empire of their own*, 288-289.

52. Zie onder andere Advertentie Rialto, *NIW*, 07-12-1923; Advertentie Rembrandt Bioscope, *NIW*, 06-06-1924; Advertentie Scala Rotterdam, *WIH*, 19-12-1924. Voor vertoningen van films met een joodse thematiek in verband met *Chanoeka* zie onder andere Advertentie Rialto Den Haag, *NIW*, 07-12-1923; Advertenties Tip-Top en Tuschinski, *NIW*, 27-12-1929; Advertentie Tuschinski, *NIW*, 07-12-1934; Advertentie Studio '32, *NIW*, 09-12-1939. In verband met *Soekot*: Advertentie Cinema de Munt, *NIW*, 21-10-1921; Advertentie Tip-Top, *NIW*, 07-10-1927; Advertentie Rembrandt Theater, *NIW*, 10-10-1930. In verband met *Pesach*: Advertenties Tuschinski, *NIW*, 30-03-1923 en 06-04-1923; Advertentie Rembrandt Theater, *NIW*, 02-04-1926; Advertentie *NIW*, 11-04-1930; Advertenties Grand en Ooster Theater Rotterdam, *WIH*, 18-04-1924; Advertenties W.B. Theater en Corso Rotterdam, *WIH*, 04-04-1928. In verband met *Sjawoet*: Advertentie Scala Utrecht, *NIW*, 06-06-1924; Advertentie Rembrandt Bioscope, *NIW*, 06-06-1924; Advertentie Tuschinski, *NIW*, 14-05-1926; Advertentie Luxor en w.b. Theater Rotterdam, *WIH*, 08-06-1924; Advertenties Corso en w.b. Theater Rotterdam, *WIH*, 24-05-1928.

53. Het Tip-Top Theater van Joseph Kroonenberg (Jodenbreestraat 25) had een status aparte in het Nederlandse bioscoopbedrijf. Hoewel Tip-Top zich niet enkel en alleen op de

Meestal stond voor zo'n bijzondere voorstelling een joods familiedrama als hoofdfilm op het programma, tenminste als er op dat moment een film van dat genre verkrijgbaar was. In de eerste helft van de jaren twintig was dat geen probleem omdat er toen een aanzienlijk aantal Amerikaanse en Duitse producties met een joodse thematiek op de markt kwam in Nederland. De meeste van deze films speelden zich af in joodse *shtetls* in Oost Europa of in de joodse wijken in de grote Amerikaanse steden en waren echte tranentrekkers. De twee grootste kaskrakers waren onmiskenbaar *DE OUDE WET* (Duitsland 1923) en *HUMORESQUE* (vs 1920), maar ook minder bekende films als *DE VLOEK* (DE KELOLO, Hongarije 1915) en *LEVEND BEGRAVEN* (KADISCH, Oostenrijk 1924) werden door het joodse publiek goed ontvangen.<sup>54</sup> Wanneer er geen recent joods familiedrama in roulatie was viel de keus meestal op een speelfilm die op een andere manier gerelateerd kon worden aan de joodse geschiedenis of cultuur, bijvoorbeeld een bijbelfilm over het Oude Testament. Was er helemaal geen joodse themafilm te huur bij de distributeurs, dan maakte men de voorstelling op andere manieren extra feestelijk met behulp van een versterkt orkest of speciale joodse artiesten of musici. Zo adverteerde het Tip-Top Theater in 1925 met een 'buitengewoon Joodsch filmprogramma opgeluisterd door een Joodsch mannenkoor' ter gelegenheid van het Loofhuttenfeest. Op het toneel stond zelfs het 'interieur van de Loofhut' uitgestald.<sup>55</sup> Ook op andere manieren werd rekening gehouden met de feestdagen. Soms werd in verband met Pesach of Rosj Hashana het bioscoopprogramma pas op zaterdag (in plaats van op vrijdag) gewisseld of werden er doorlopende voorstellingen geprogrammeerd tijdens Joods Nieuwjaar.<sup>56</sup>

De hoogtijdagen voor het amusementsbedrijf in de joodse buurten in Amerika waren Pesach en Loofhuttenfeest. Deze feesten, die beide acht dagen duren, markeerden dankzij hun positie op de kalender het begin en het einde van het hoogseizoen in het Jiddische theater. Nieuwe stukken gingen in première en er werden extra middag- en avondvoorstellingen ingelast. De speciale programma's werden meestal met veel bombarie aangekondigd in de Jiddische pers. Zowel in de socialistische als de orthodox-religieuze kranten

---

joodse nichemarkt richtte, waren het joodse gehalte van dit speciale theater en haar publiek in Amsterdam en daarbuiten welbekend. Het theater was meteen vanaf de opening in 1914 een populaire ontmoetingsplek voor joodse arbeiders. Waar mogelijk gaf Kroonenberg zijn programma's een joods tintje, en niet alleen rondom de feestdagen.

54. Zie onder andere de advertenties voor *DE VLOEK* in *NIW*, 01-12-1922 en *WIH*, 12-01-1923 en 26-01-1923; voor *LEVEND BEGRAVEN* in *NIW*, 06-03-1922; voor *DE OUDE WET* in *NIW*, 16-05-1924, 23-05-1924 en 27-06-1924; voor *HUMORESQUE* in *WIH* 05-05-1922 en 17-03-1922.

55. Advertentie Tip-Top Bioscoop, *NIW*, 2-10-1925.

56. Advertentie Cinema Royal, *NIW*, 30-3-1923; Advertentie Cinema de Munt, *NIW*, 18-04-1924; Advertentie Corso Cinema Rotterdam, *WIH*, 14-09-1928.

**WB THEATER**  
N. Binnenweg 326 - Telefoon 30844.

---

**Israëlieten van Rotterdam!**

Vanaf 4 April brengen wij aan U, EEN ECHT JOODSCH  
FAMILIE PROGRAMMA, als 1e hoofdnummer:

**צרות ושמחה (Vreugde en Leed)**  
een greep uit het Joodsche familieleven, dat iedereen zal ontroeren!

Als 2e Hoofdfilm:

**נאסאן דאר באיטא**  
**(Nathan der Weise)**

naar het bekende toneelstuk van Lessing.

Het verhaal van NATHAN DER WEISE wordt ten deele op het toneel opgevoerd in entreactes door het ensemble van HENRI BRONDGEEST. Dus Tooneel en Film gecombineerd! Ons prachtig CONCERTORGEL zal deze Films met Joodsche muziek illustreren. Deze week mag geen enkel Rotterdamsch Israëliet in ons Theater ontbreken. U weet, wij geven één voorstelling per avond. Aanvang 8 uur. Zondag 3 voorstellingen. Aanvang 2 uur, 5 uur en 8 uur.

**DIT PROGRAMMA IS OOK TOEGANKELIJK VOOR KINDEREN**  
**U weet het dus, allen naar het W. B. THEATER**

U kunt reeds vanaf heden plaatsen bespreken voor de volgende week. Wij raden dit in Uw eigen belang aan, want de drukte zal enorm zijn.

Aanbevelend,  
**K. WEISBARD**

Bron: Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen, 28-03-1924.

verschenen dagelijks grote advertenties, waarin de directeurs van de Jiddische schouwburgen het publiek prettige feestdagen toewensten en de nieuwe toneelstukken onder de aandacht brachten. Ook de bioscopen in de joodse buurten profiteerden van de sterk toegenomen vraag naar amusement tijdens de feestdagen maar de meeste exploitanten pasten hun programmering niet wezenlijk aan. Als etnische ondernemers, probeerden ze immers elke week hun programma te voorzien van een joodse thematiek; een situatie die in dat opzicht niet vergelijkbaar is met die van hun joodse collega's in Nederland. De mogelijkheden om films specifiek voor de joodse doelgroep te programmeren waren trouwens beperkt omdat er relatief weinig joodse themafilms geproduceerd werden. Zij voegden daarom vaak een paar sketches of muzieknummers toe. Honderden artiesten verdienden tijdens het interbellum hun brood met Jiddisch variëteit en de grote sterren gingen maandenlang op tournee door Europa of de Verenigde Staten. Ook het Tip-Top Theater in Amsterdam huurde vaak joodse artiesten en musici in. Door het toevoegen van joods

variété kreeg het programma niet alleen een nadrukkelijk joodse signatuur, maar werd ook het gevoel van joodse saamhorigheid verstevigd.

In scherp contrast met deze etnische programmeringspraktijken staat overigens de houding van de Hollywood *moguls*. Zij profileerden zich juist nadrukkelijk met een *mainstream* amusementsproduct dat voor iedereen geschikt was, ongeacht sociale of etnische achtergrond.<sup>57</sup> ‘Universal. That’s what we’re supplying – universal entertainment for the universe,’ verklaarde Carl Laemmle, de oprichter van Universal Pictures, een van de eerste grote Hollywood studio’s.<sup>58</sup> Het ideale publiek van deze joodse ondernemers was de Amerikaanse middenklasse. Dit wil overigens niet zeggen dat er geen specifieke reclamecampagnes werden opgezet voor de joodse doelgroep. Wanneer een Hollywood film een joodse thematiek had werd er ook door de bioscoop-paleizen van de grote studio’s geadverteerd in de lokale joodse pers. Toen Warner Brothers *THE JAZZ SINGER* – de eerste lange geluidsfilm – uitbracht op Broadway stonden de Jiddische kranten wekenlang vol met rijk geïllustreerde advertenties waarin de joodse thematiek van de film benadrukt werd. De première was zelfs afgestemd op de joodse kalender. *THE JAZZ SINGER* opende op 6 oktober 1927, de dag voor Jom Kippoer, de feestdag die een cruciale rol speelt in het verhaal van de film.

De joodse feestdagen boden kortom een mooie gelegenheid om de banden met de joodse bioscoopbezoekers aan te halen. In Nederland deden exploitanten dat niet alleen door joodse themavoorstellingen te organiseren. Veel bioscopen plaatsen rondom Rosj Hasjana nieuwjaarsadvertenties in de joodse pers waarin zij hun klanten een goed nieuw jaar toewensten en tevens reclame maakten voor hun bedrijf.<sup>59</sup> Opmerkelijk is dat joodse bioscoop-

57. Natuurlijk waren er in de dagelijkse praktijk wel degelijk sociale barrières, zeker voor arbeiders, migranten, zwarte Amerikanen en Indianen. De uitsluitingsmechanismen waren soms subtiel, soms ronduit repressief. Zwarte bioscoopbezoekers waren meestal niet welkom in de bioscoop-paleizen en moesten ook in andere bioscopen vaak via een aparte ingang naar een speciaal voor hen gereserveerd balkon.

58. Gabler, *An empire of their own*, 63.

59. Tussen 1918 en 1940 verschenen in het *NIW* en het *Weekblad voor Israëlietische Huisgezinnen* onder meer joodse nieuwjaarswensen namens de Rotterdamse bioscopen Thalia, Cinema Royal, Scala-Bioscoop, Olympia, Grand Theatre, W.B. Theater, Studio '32, Lumière, Capitol Theater, City Theater (en het Schiedamse Passage Theater); de Amsterdamse bioscopen Theater Tuschinski, Cinema Royal, Cinema Palace, Cinema de Munt (Rembrandt Bioscope Jodenbreestraat), Rembrandt Theater, Passage Bioscoop, Luxor, Scala, Roxy, Passage, Alhambra, Corso, en de Haagse bioscopen City Theater, Flora Theater, Odeon. Het aantal en de samenstelling van de nieuwjaarswensen was niet ieder jaar gelijk. Er waren ook enkele niet-joodse exploitanten die in de joodse pers zulke wensen plaatsten, zoals J.M.P. ter Linden van het City-concern. Geraadpleegd werden alle septembermaanden vanaf 1918. Zie onder meer: *NIW*, 22-09-1922; 18-09-1925; 4-10-1929; 11-09-1931; 27-09-1935; 23-09-1938. Voor nieuwjaarsadvertenties van joodse exploitanten in de niet-joodse pers, zie onder meer *NRC*, 1-01-1921; 31-12-1923 en 29-12-1927. Tuschinski plaatste ook in

exploitanten ook reclame maakten in de joodse pers voor feestvoorstellingen ter gelegenheid van christelijke feestdagen. Rijk geïllustreerde bioscoopadvertenties, vol kerstballen en kerstbomen, waren geen uitzondering. Ook bijzondere voorstellingen met Hemelvaartsdag en Sinterklaas werden aangekondigd in de joodse pers.<sup>60</sup> Men nam het dus ook weer niet zo nauw met de joodse traditie dat ze zich op dit punt terughoudend opstelden. De redacties van de bladen traden evenmin op tegen dit soort reclames, terwijl zowel Sinterklaas als Kerstmis in traditionele kringen gezien werden als een bedreiging voor de Chanoekavering. De joodse autoriteiten en leraren organiseerden juist speciale voorstellingen in bioscopen om het lichtfeest, dat steeds vaker in de verdrukking kwam door de christelijke pakjesdagen, weer leven in te blazen bij de joodse jeugd.

## Conclusie

Het onderzoek naar de manier waarop joodse bioscoopexploitanten de joodse feestdagen in hun bedrijfsvoering integreerden, geeft aan dat het beeld van de geassimileerde joodse filmondernemer die zijn joodse achtergrond verloochende aan een grondige herziening toe is. Dit stereotype beeld, dat vooral opduikt in de Amerikaanse literatuur, gaat namelijk voorbij aan de verschillende soorten relaties die joodse ondernemers in de filmindustrie onderhielden met het jodendom en de joodse gemeenschap. Zowel in Nederland als in de VS waren deze relaties in hoge mate plaats- en tijdgebonden, zo blijkt uit onze vergelijkende analyse.<sup>61</sup> De lokale context waarbinnen de ondernemers opereerden, de druk vanuit de joodse gemeenschap en de eigen sociaal-culturele achtergrond waren bepalend voor de keuzes die specifieke ondernemers maakten.

de joodse pers wel eens nieuwjaarswensen met het 'gewone nieuwjaar'. Zie bijvoorbeeld *NIW*, 01-01-1932.

60. Zie onder andere de advertenties voor speciale kerstprogramma's in *WIH*, 22-12-1922, *WIH*, 26-12-24 en *WIH*, 21-12-1928. In 1928 adverteerde Weisbard met een aangepast programma voor Hemelvaartsdag en met speciale St. Nicolaas-matineeën. *WIH*, 18-05-28 en *WIH*, 3-11-28.

61. Dit zien we ook in andere bedrijfstakken, zoals bijvoorbeeld de Nederlandse textielindustrie. Zie de conclusie van Jacques van Gerwen, 'De verwevenheid van joodse ondernemers met de Nederlandse textielnijverheid. Joodse textielondernemers in Nederland 1796-1940,' in: Berg e.a. (eds.), *Venter, Fabriqueur, Fabrikant*, 66-77, aldaar 75. Een buitenlandse studie op het gebied van joodse ondernemers die de complexiteit van de relatie tussen joodse identiteit en ondernemerschap en het plaatsgebonden karakter ervan bij uitstek illustreert is het boek van Ewa Morawska, *Insecure prosperity: small-town Jews in industrial America, 1890-1940* (Princeton: Princeton University Press 1996).

In grote lijn kunnen we stellen dat de joodse kalender slechts een beperkte impact had op de bedrijfsvoering van joodse ondernemers in het vooroorlogse Nederlandse filmbedrijf. Met uitzondering van het vrij nemen op Grote Verzoendag was weinig tot niets merkbaar van de inachtneming van religieuze verplichtingen, ook niet bij de relatief traditioneel ingestelde Oost-Europese migranten in de branche. De bioscopen waren gewoon open op vrijdagavond en zaterdag. Ook in de Verenigde Staten was dit het geval. Als ondernemer hield deze groep zich dus nauwelijks aan de verplichtingen met betrekking tot werk- en rustdagen.

Tegelijkertijd gaven zij op hun eigen manier vorm aan hun relatie met de joodse gemeenschap en het jodendom, zowel in de privésfeer als zakelijk. In Amsterdam, Den Haag en Rotterdam werden regelmatig speciale filmvoorstellingen georganiseerd voor de joodse gemeenschap. In de provincie gebeurde dit op incidentele basis. Een deel van deze voorstellingen had een niet-commercieel, besloten karakter en werd in nauwe samenwerking met vertegenwoordigers van lokale liefdadigheidsorganisaties of joodse scholen georganiseerd, met name tijdens Poerim en Chanoeka. Daarnaast werden Pesach, de Hoge Feestdagen en Loofhuttenfeest aangegrepen om joodse themafilms te programmeren of het joodse publiek anderszins te trakteren op een feestelijke voorstelling met een joods karakter.

Deze etnische programmeringspraktijk was geen typisch Nederlands fenomeen. We zien vergelijkbare praktijken bij joodse bioscoopexploitanten in Amerika. Daar werd de filmprogrammering op veel grote schaal aangepast aan de specifieke wensen en voorkeuren van de joodse clientèle, zeker in een stad als New York waar ruim een kwart van de bevolking joods was. Opmerkelijk is dat uit ons onderzoek blijkt dat zelfs de bioscooppaleizen op Broadway die eigendom waren van de grote studio's hun programmering afstemden op de joodse kalender, terwijl Hollywood op nationaal niveau juist bij uitstek de *melting pot* ideologie omarmde in haar marketingstrategie.

Wat bij de joodse bioscoopondernemers in Nederland vooral opvalt is hun flexibele houding ten opzichte van de eigen joodse identiteit. Hoewel er ook in het joodse filmmilieu in Nederland over de gehele linie sprake was secularisering, was het jodendom voor de meesten van hen niet zozeer iets waar men heel bewust afscheid van nam of wat men koste wat kost verborgen probeerde te houden voor het publiek dat hun bioscopen bezocht. Eerder was het iets dat wanneer het zo uitkwam een rol speelde in hun ondernemerschap, dat wil zeggen als het moment of de omstandigheden zich daarvoor leenden. Bij de commerciële voorstellingen rondom de joodse feestdagen ging het waarschijnlijk in de eerste plaats om klantenbinding. Een duidelijke scheiding tussen economische en sociaal-culturele motieven valt op basis van het bronnenmateriaal echter niet te constateren. De vraag is of dat überhaupt mogelijk is. Theoretisch kan er een onderscheid gemaakt worden tussen 'jood' en 'ondernemer', maar op het niveau van de empirie (de individuele



ondernemer) gaat het *de facto* altijd om overlappende identiteiten. De keuze om als joodse ondernemer naar buiten te treden werden telkens opnieuw gemaakt en bepaald door een complexe interactie tussen factoren als de economische situatie, druk vanuit de joodse gemeenschap en de eigen sociaal-culturele achtergrond.

### Over de auteurs

Fransje de Jong (1980) studeerde Theater-, Film- en Televisiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht, waar zij zich specialiseerde in mediageschiedenis. In 2004 begon zij met een promotieonderzoek naar joodse ondernemers in het film- en bioscoopbedrijf in Nederland tot 1940 in het kader van het door nwo gefinancierde onderzoeksproject *Cinema, Modern Life and Cultural Identity in the Netherlands, 1896-1940*. Het proefschrift wordt in het voorjaar van 2010 afgerond.

E-mail: [fransjedejong@gmail.com](mailto:fransjedejong@gmail.com)

Judith Thissen (1962) is als universitair docent verbonden aan het Departement Media- en Cultuurwetenschappen van de Universiteit Utrecht, waar ze promoveerde op een proefschrift over de vrijetijdsbesteding van joodse migranten in New York. Zij is projectleider van een onderzoek naar commercialiseringsprocessen binnen kunst en wetenschap in het kader van het nwo-programma *Transformaties in Kunst en Cultuur*. Daarnaast houdt zij zich bezig met de sociale geschiedenis van de Nederlandse bioscoopcultuur.

E-mail: [j.thissen@uu.nl](mailto:j.thissen@uu.nl)