

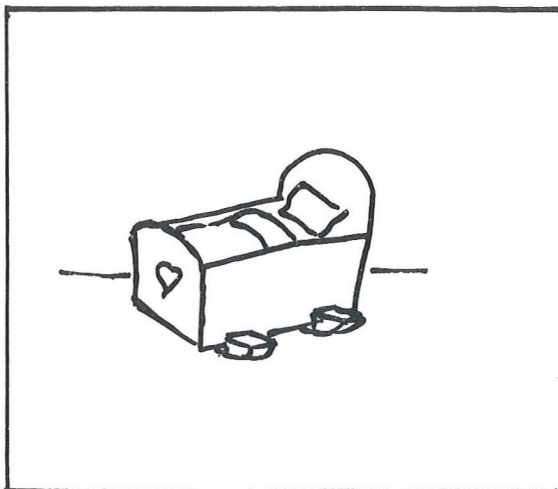
### De liefde tot hout is mensen aangeboren

(Houtpromotie op analytische grondslagen)

*In 1985 publiceerden we reeds twee Bos en Hout Berichten van Ir. J. T. Wassink over de oeroude relatie tussen mens en boom, tussen mens en hout. Ze verschenen onder de titel „Het hart in de boom”. Het volgende artikel gebruikt die relatie voor de benadering van de mens in verband met zijn houtgebruik.*

*Het is een onderwerp dat onze Stichting sterk interesseert. De mens verzet zich vaak tegen het exploiteren van bos, tegen het kappen van bomen. Toch kan hij hout als een belangrijke levensbehoefte niet missen. Hij realiseert zich dat echter nauwelijks, evenmin als de relatie tussen hout en boom. Daarom zal hij zich meer bewust moeten worden van de betekenis die hout voor hem heeft. Dan zal hij ook meer geneigd zijn de relatie met de boom te leggen.*

v.d.M.



HOUT

STOND AAN ONZE WIEG

In „Bos en Hout Berichten 1985, nrs. 7 en 12” beschreef ik onder de titel „Het hart in de boom” de mythische religieuze relatie tussen mens en boom, tussen mens en hout. Het was een samenvatting van een eerder door mij geschreven boekje: „The Man-Wood relationship” (Kon. Inst. voor de Tropen 1976). Daarin wordt een verklaring gezocht voor de onmiskenbare affiniteit die de mens voor hout heeft. Dat analyseren op zich is al interessant. Maar het is meer. Een inzicht in het hoe en waarom van de affiniteit die de mens tot hout heeft. Kan ook een basis zijn om het gebruik van hout te bevorderen.

Als men wil uitzoeken op welke uitgangspunten en grondslagen de publiciteit voor het gebruik van hout gebaseerd zou kunnen worden moet men weten welke aspecten van hout, welke situaties rondom hout de mensen, de huidige en potentiële gebruikers van dat hout aanspreken.

We moeten in dit verband onze aandacht richten op vier verschillende categorieën van mens-hout relaties:

- Een *mythisch-religieuze* relatie
- De *onbewust ervaren positieve eigenschappen* van hout
- *Rationele* gronden voor het gebruik van hout
- *Situaties van het moment*

#### Een mythisch-religieuze relatie

Onder de hiervoor genoemde vier categorieën vormen de mythisch-religieuze invloeden (waarvan een verkort overzicht gepubliceerd werd in de eerder genoemde „Bos en Hout Berichten” en in „Houtwereld” 1985 nr. 13 en 23), pertinent een apart gebied. Die invloeden zijn oeroud, maar ze spelen nog steeds, via „indoctrinatie” door duizenden jaren heen, een belangrijke rol in de psyche van de mens. Een heel simpel voorbeeld is het „afkloppen” van onheil op ongeverfd hout, in feite op de boom: de boom zo tot zondebok maken omdat hij beter tegen onheil bestand is dan de mens. Een restant uit onheugelijke tijden. Een analyse van het materiaal dat in de hiervoor genoemde publikaties is gepresenteerd maakt het mogelijk om in verband met de boom

(en daarmee ook in verband met hout) een aantal begrippen af te leiden, en wel de volgende: „God” (in de betekenissen goddelijk, subliem, rechtvaardigheid, bescherming, liefde en verering), „vruchtbaarheid” (roept associaties op met veiligheid, voortbestaan, sex en voedsel) en „vuur” (gelieerd aan warmte, veiligheid, gezelligheid en misschien voedsel). In advertenties voor hout en houtprodukten, vinden wij in zekere mate slechts twee van deze begrippen terug, namelijk „warmte” en „gezelligheid”.

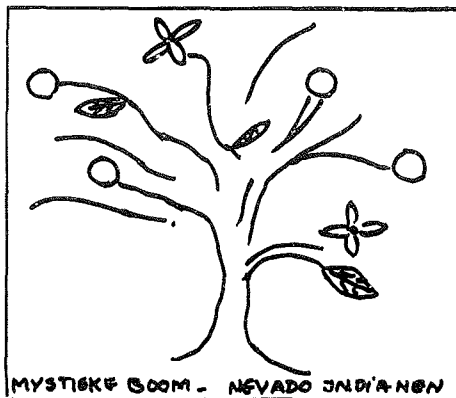
Het moet toch mogelijk zijn om in dit verband ook aan de andere begrippen inhoud te geven, zowel in advertenties als vooral ook in campagnes om de mensen dichterbij „het hout” te brengen. Voorwaarde is dan wel dat de initiatiefnemers en ook in te schakelen P.R.-bureau's op de hoogte zijn respectievelijk worden gesteld van de affiniteitsbegrippen voor hout die bij de mens leven. Zelf kunnen ze niet meer aandragen dan hun eigen direkte gevoelens voor hout, vaak bovendien moeilijk te definiëren. Daarom zijn de resultaten van een grondige analyse van de relatie mens-boom-hout onmisbaar.



**HOUT  
SPREEKT**

**Onbewust ervaren positieve eigenschappen**

De tweede categorie verklaringen voor de affiniteit van de mens tot hout vormen onbewust ervaren eigenschappen van hout, gunstige eigenschappen die hij intuïtief aanvoelt. Daarbij kunnen verschillende aspecten van hout worden genoemd. Een constant aanbod (via een efficiënt distributie-systeem) roept een gevoel van veiligheid op bij de mens. Het omgekeerde: de paniekerigheid bij pessimistische publiciteit rond voor hem essentiële grondstoffen, zoals bij olie, nog onlangs bij koffie en ook bij hout voelt men als een verstoring van zijn rust. Reële, in een juist kader geplaatste informatie over de steeds vernieuwbare en „betrouwbare” bron van de grondstof, het bos, roept bij verbruikers van hout en houtprodukten het gevoel op van het doen van een verantwoorde keus.



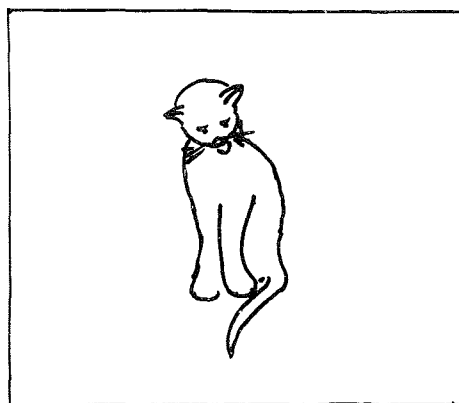
**HOUT IS OERKRACHT**

Hout groeit, hout blijft.  
Van groot emotioneel maar toch ook rationeel belang voor de mens is tevens dat vrijwel iedereen in staat is ruw hout te bewerken en tot iets nuttigs, iets dat voor hem bruikbaar is om te vormen. Dit roept gevoelens op van onafhankelijkheid en ook van eigen creativiteit. Onafhankelijkheid, want de mens kan zichzelf redden met hout. Creativiteit versterkt het eigen ego!

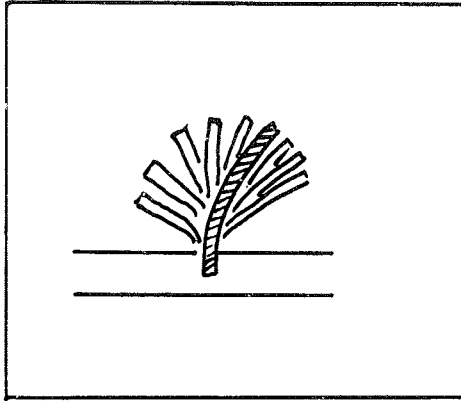
**Rationele gronden**

Wat betreft deze derde categorie komen de volgende aspecten aan de orde:

- Warmte-isolatie
- Geluidisolatie
- Goede accoustiek
- Schokadsorbtie
- Elasticiteit
- Geen radio-activiteit
- Hygiëne (houdt niet makkelijk vuil vast)



**HOUT  
„WINTERS WARM-„ZOMERS KOEL  
ALTYD BEHAGELYK**



**HOUT RAAKT NIET VERMOEID  
HOUT, ONVERMOEIBAAR**

- Gunstige invloed op het leefklimaat in huis en kantoor
- Niet monotoon

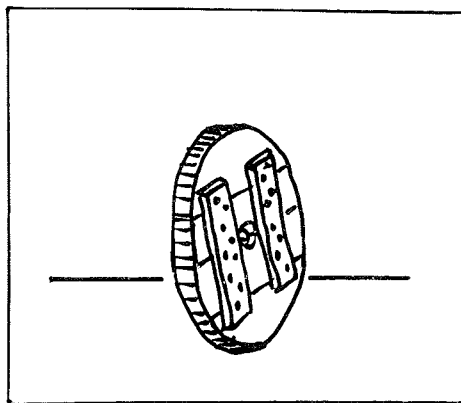
Uit dit lijstje kunnen de volgende begrippen en gevoelens gedestilleerd worden: Wederom warmte en gezelligheid, maar ook welzijn en welbehagen, vrede en rust, het altijd weer boeiende. De mogelijkheid om hout te bewerken en creatief bezig te zijn heeft tevens een sterk positief gezondheidsaspect. Voor een deel is hier sprake van het zich afzetten tegen andere materialen, van conclusies die „in vergelijking met...” getrokken zijn.

---

**Situaties van het moment**

---

Aan de tijd gebonden effecten op de mens-hout relatie vormen de vierde categorie. Het gaat om de politieke en

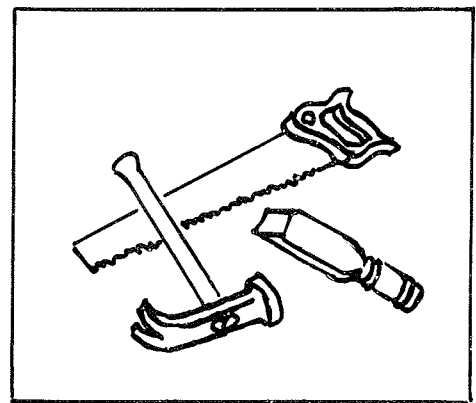


**HOUT  
LEVERDE ONS  
EERSTE WIEL**

economische situatie van het moment, om de mode, de milieuproblematiek en de leeftijd van de gebruikers, dus ook van beoogde potentiële klanten. Het gaat te ver om daarop in dit artikel al te diep in te gaan. Heel kort zij vermeld dat het hier crisissituaties betreft met kans op verminderde import van hout, verder de verschuivende mode-ideeën (meubels!), maar ook het zich afwenden van te ver doorgevoerde industriële vormgeving die te monotoom wordt. De milieuproblematiek behoeft geen nadere uitleg; daarover wordt al veel geschreven!

De verminderde materiële behoefte, of liever het loslaten van status-dwang, vooral bij jeugdige groepen klanten, gepaard met een grotere activiteit gekoppeld aan eigen creativiteit, is al evenzeer van grote invloed op het kooppatroon.

Het is niet mogelijk om deze aspecten in een aantal pertinente en fundamentele begripsnotities te vangen, maar ze zijn eveneens van groot belang voor de wijze waarop houtpromotie bedreven dient te worden.



**HOUT  
MAKKELYK TE BEWERKEN**

---

**Een aanvullende benadering**

---

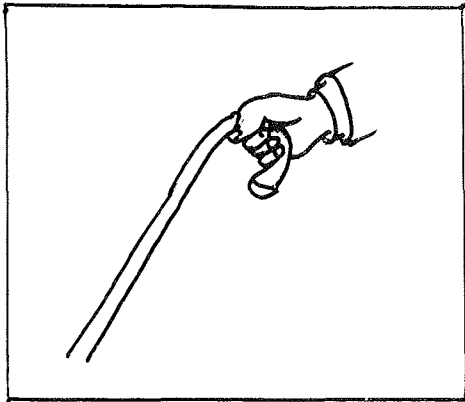
Wij kunnen het onderwerp van de relatie mens-hout als basis van houtpromotie ook nog op een andere, aanvullende manier benaderen, namelijk van de kant van de verwerker van hout. Daarvoor staat ons een studie van het Houtinstituut TNO ter beschikking, een studie van de hand van P. Laming, uitgevoerd in het kader van OC22. De tekst hiervan vindt men in „Houtwereld”, dec. '83. Hierin zijn voor een aantal houttoepassingen de verschillende fysisch/mechanische eigenschappen opgesomd.

Iedere toepassing heeft zo zijn eigen eisen, maar er zijn een paar eigenschappen van hout die in het oog springen als vrij universeel. Dat zijn zeer goede sterkte-eigenschappen, goede bewerkbaarheid en duurzaamheid. Begrippen die hierboven ook reeds aan de orde zijn geweest.

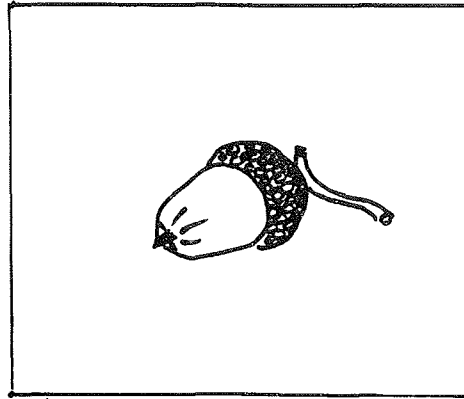
**Concluderend**

Samenvattend kunnen wij, in willekeurige volgorde, een groot aantal fundamentele begrippen op een rijtje zetten, begrippen die te maken hebben met die zo oude en zo hechte relatie tussen de mens en de boom, de mens en het hout. Die begrippen zijn:

goddelijk	niet monotoom
subliem	warmte coëfficiënt
rechtvaardig	geluidsisolatie
bescherming	acoustiek
liefde	schokadsorbtie
verering	elasticiteit
vruchtbaarheid	straling
veiligheid	welzijn
voortbestaan	hygiëne
sex	vrede en rust
voedsel	minder vermoeiend
vuur	geen irritatie
warmte	sterkte
gezelligheid	bezig zijn
bewerkbaarheid	gezondheid
onafhankelijkheid	duurzaamheid
creativiteit	natuurlijk materiaal



**HOUT  
IS HANDIG**



**HOUT  
RE-CREATIEVE  
GRONDSTOF**

Sommige daarvan zijn in grote mate onderling geliëerd, zoals „bescherming”, „veiligheid”, „sterkte” en kunnen gezamenlijk verwerkt worden in promotionele activiteiten.

Als voorbeeld een promotie-tekst voor vloeren:

„Een goed gelegde houten vloer biedt u zelf en uw burens bescherming tegen geluidsoverlast. Hij is sterk, gemakkelijk schoon te houden en door zijn flexibiliteit minder vermoeiend voor uw voeten. Indien het natuurlijke hout zichtbaar blijft, kunt u blijvend met een gevoel van welbehagen van een nooit vervelend stuk interieur genieten.”

In dit artikel heb ik getracht een bijdrage te leveren tot een effectieve promotie van hout, die niet alleen berust op een analyse van de oeroude relatie mens-hout en mens-boom.

Wat de uitwerking betreft heb ik een aantal visueel-gerichte vingeroefeningen verricht in het volle besef dat dit niet de absolute oplossingen zijn; anderen kunnen wellicht andere, betere voorbeelden bedenken.

ir. J. T. Wassink