



De geschiedenis van distilleerderij H. van Toor Jzn te Vlaardingen

Het begin

Op 13 februari 1883 begon Hendrik van Toor een tapperij aan de Markt in Vlaardingen. Geen ongebruikelijke stap voor hem want de voorouders van Hendrik van Toor waren al actief in de drankenhandel. Zijn grootvader bezat bijvoorbeeld het bekende Vlaardingse café de Gouden Leeuw. Uit het eerste kasboekje van Hendrik van Toor blijkt dat hij is begonnen met een startkapitaal van f 120,--. Het kasboekje vermeldt ook dat de, in de tapperij verkochte jenever werd geleverd door de firma's van Meerten en Zoonen uit Delft en Dirkzwager uit Schiedam.

Hendrik liet het runnen van de tapperij al spoedig over aan zijn vrouw Maria van Toor-Maarleveld. Hendrik zelf ging zich toe leggen op de fabricage van boerenjongens op brandewijn. Dit deed hij met succes want in 1895 behaalde hij een gouden medaille voor zijn boerenjongens op brandewijn op de wereldtentoonstelling in Amsterdam. In 1900 vielen de boerenjongens in Parijs nogmaals in de prijzen. Intussen was Hendrik ook begonnen met de fabricage van boerenmeisjes op brandewijn, advocaat en schillen op brandewijn.

Expansie

In 1894 werd een slijterij op de markt overgenomen waar slijterij de Wijnoogst werd gevestigd. De oorspronkelijke tapperij werd ingericht voor de fabricage van de gedistilleerde dranken. De handel van Hendrik ging voorspoedig, wat blijkt uit de aankoop van diverse buurpanden. Naast de fabricage van boerenjongens, boerenmeisjes, advocaat en schillen op brandewijn werd met de productie van limonadgazeuse Torine en diverse likeuren gestart. In een aantal aangekochte panden op de Maassluissedijk richtte hij een entrepot in voor de handel in wijn.

Na de dood van Hendrik in 1928 nam zijn vrouw Maria de zaken over, een hele onderneming voor een vrouw toendertijd. Zij werd bijgestaan door haar enige zoon Jakob. Maria breidde de zaken weer verder uit, met onder andere de nieuwbouw voor de limonadefabriek. In de jaren dertig werd gestart met de fabricage van van Toor's bessensap waarvoor een hydraulische vruchtenpers werd aangekocht. Van Toor's bessensap werd vooral aan ziekenhuizen verkocht.

Na de tweede wereldoorlog werd in 1947 aan de Maassluissedijk het pand gebouwd waar vandaag de dag de distilleerderij nog steeds gevestigd is. Op de begane grond werden zes grondtanks ingebouwd met een totale capaciteit van 60.000 liter voor opslag van grondstoffen en gereed product. Op de eerste verdieping werden twee advocaatmolens geplaatst van 1000 liter stuk. Tevens werd een nieuwe distilleerketel geplaatst om aan de vraag naar jenever en andere produkten te kunne blijven voldoen. De jenevermerken "Ducdalf" en "Op Sleeptouw" waren bekend in de Vlaardingse regio. In 1978 werd advocaatfabriek



Scholte in Rotterdam overgenomen, waardoor ook het merk Scholte mocht worden gevoerd voor advocaat, boerenjongens en boerenmeisjes.

Schelvispek, kandeel en andere typische dranken

Distilleerderij van Toor is gespecialiseerd in de fabricage van een aantal typische oud-hollandse dranken. De bekendste daarvan in Vlaardingen en omstreken is schelvispek. Over het ontstaan van de naam gaat het volgende verhaal. In de 19e eeuw maakten de Vlaardingse vissers een eigen brouwsel op hun schepen om warm te blijven bij de felle kou op hun vistochten op de Noordzee. In de kombuis stond vaak een kom brandewijn waarin specerijen stonden te trekken. Als de vissersvrouwen bij thuiskomst aan hun mannen vroegen wat daar in de kombuis stond was het antwoord steevast: "dat is pek voor de schelvis". Zo is de naam schelvispek ontstaan. Distilleerderij van Toor is begin 20e eeuw schelvispek gaan maken voor de Vlaardingse vissers. In de jaren zestig kregen ook andere klanten interesse in schelvispek, zo maakte een breder publiek kennis met een echte Vlaardingse traditie.

Kandeel is een schenkadvocaat met kruidnagel en kaneeldestillaat die gedronken wordt op kraamvisites. Deze traditie is door Distilleerderij van Toor weer nieuw leven ingeblazen. Op de geschenkverpakking staat prominent een ooievaar afgebeeld.

Buiten de schelvispek en kandeel worden nog steeds advocaat, boerenjongens en boerenmeisjes gemaakt. Op beperkte schaal worden nog diverse specialiteiten geproduceerd zoals kaneellikeur, oranjebitter, verlofschillen, fladderak en voorburg.

Wisseling van de wacht

Jacques van Toor, achterkleinzoon van de oprichter, heeft zijn zaak in juli 2000 overgedaan aan Leo Fontijne. Sommige leden van de Oude Flesch zullen Leo kennen als verzamelaar van kelderflessen. Anderen zullen hem ook kennen als hobby bier- en wijnmaker. Leo Fontijne wil de distilleerderij verder uitbouwen met de huidige producten en later "nieuwe" producten introduceren naar de eeuwenoude recepten van het distillateursgeslacht van Toor. Helaas moet de verzamelaar die op zoek gaat naar kelderflessen van de firma van Toor worden teleurgesteld omdat distilleerderij nooit eigen kelderflessen heeft gehad. Maar Leo is nog wel opzoek naar een limonadefles met een gescreend etiket met het opschrift Torine. Jacques heeft er vele door zijn handen laten gaan maar zelf heeft hij er geen meer.

Als u in de buurt ben dan bent u van harte welkom bij H. van Toor Jz. Distilleerderij B.V. in het oude centrum van Vlaardingen. Omdat Leo voorlopig parttime distillateur is, is het raadzaam om eerst even te bellen voor een afspraak om niet voor een dichte deur te staan.



Verboven alles uit, gaat

"TORINE"

heerlijke verfrissende alcoholoprijende drank
maar in prijs is ze in ieders bereik

Vraag ze ũven Winkelaar of bestal ze mij

Aanbevelend, UEd.dw.dr. H. VAN TOOR JZ.

De vele noviteiten

van de Phoenix 09/03/2001

De Volkskrant

Zelden zal een bedrijf zo'n toepasselijke naam hebben gevoerd, want de Amersfoortse bierbrouwerij die Phoenix heette, was in haar bestaan de ondergang menigmaal nabij om vervolgens, gelijk de mythische vogel, even zo vaak weer te herrijzen. Nagenoeg een eeuw leidde de brouwerij, afgezet tegen concurrenten als Heineken en Amstel, een relatief marginaal bestaan. Toen de brouwerij eindelijk op volle toeren draaide, inmiddels bijna een eeuw oud, betekende dat bizar genoeg tevens het einde, simpelweg doordat de Phoenix niet kon voldoen aan de toenemende vraag van Albert Heijn, die eind jaren zestig met het steeds populairder wordende huismerk volledig beslag legde op de productielijn van de Phoenix. De apparatuur was te zeer verouderd en met een productie van negentigduizend hectoliter bier per jaar was het maximum bereikt, terwijl andere brouwers hun hand niet omdraaiden voor het tienvoudige. In 1970 werd de brouwerij gesloopt.

In zijn boek, waarin hij meer dan een kwarteeuw later geschiedenis en te loorgang schetst, maakt Onno Kleefkens duidelijk dat de Phoenix meer was dan het zoveelste brouwerijtje dat met de komst van de grote concerns het veld moest ruimen. Uit *Opvallend anders - De Amersfoortse Phoenix brouwerij 1873-1970* (Bataafsche Leeuw; f 49,50) blijkt dat het de achtereenvolgende eigenaren van de brouwerij - voornamelijk afkomstig uit de in de graanhandel rijk geworden familie Korthals Altes - het allerminst ontbrak aan creatieve ideeën.

Al in 1917, dus ver voor Heineken het merk Buckler op de markt bracht, lanceerde de Phoenix als eerste brouwerij alcoholvrij bier onder de naam Malto. Maar er waren meer primeurs: Phoenix introduceerde de kroonkurk als alternatief voor de vaak slecht func-

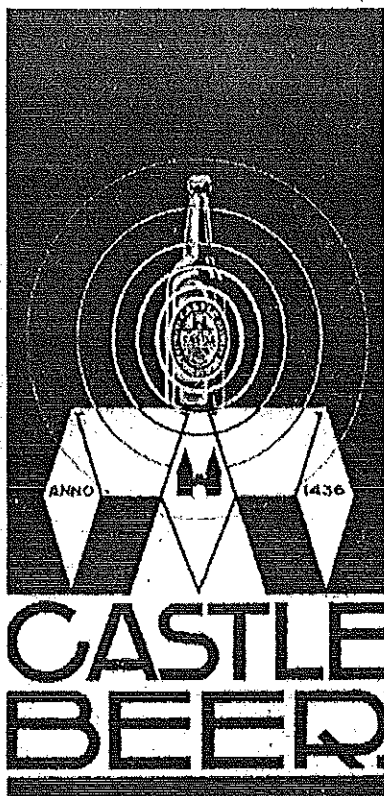
tionerende beugelsluiting en voerde in 1926 tevens als eerste brouwerij het statiegeld in.

Ook met bier in blikverpakking, vooral bestemd voor de export, liep de Phoenix voorop. In de volksmond werden ze Brasso-blikjes genoemd omdat de vorm een opvallende gelijkennis vertoonde met het model waarin het koperpoetsmiddel werd verpakt. Als een noviteit golden eveneens de uit Tsjecho-Slowakije geïmporteerde flessen van 45 cl, de zogeheten pufflessen, die goed waren voor 'twee volle glazen'.

Samensteller Kleefkens lardeert de geschiedenis van de brouwerij en haar permanente overlevingsdrang met mooie en nostalgische foto's, maar het boek ontleent zijn charme vooral aan de weergave van het reclamemateriaal van destijds. Want ook daarmee onderscheidde de Phoenix zich in hoge mate, door al vroeg een eigen huisstijl te laten ontwikkelen door de binnenhuisarchitect en grafisch ontwerper Nicolaas de Koo, die ook bekendheid zou verwerven als gezichtsbepalend vormgever voor de PTT.

De wijze waarop De Koo bieretiketten, affiches en brochures vormgaf, was uitzonderlijk in de brouwerijwereld. Hij zou het tientallen jaren blijven doen en zijn heldere stijl en krachtige typografie maken dat verzamelaars de bierviltjes van de Phoenix vandaag de dag niet meer gebruiken, maar inlijsten.

Hub. Hubben



ILLUSTRATIES UIT 'OPVALLEND ANDERS'



uit:

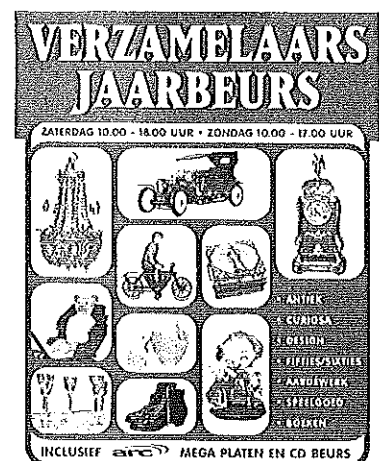
Advertentien 1830-1930

Leonard de Vries en Ilonka van Amstel

ISBN 90 204 3242 7

Uitgeverij Veen BV

1971/1973



17-18 NOVEMBER 2001
JAARBEURS - UTRECHT

