

GLASHISTORISCH TIJDSCHRIFT

DE OUDE FLESCHE ☐



39e JAARGANG
2e KWARTAAL 2017

NUMMER 149 ISSN 1383-30

LOSSE NUMMERS € 10,-

Sinds 1897
een betrokken partner

ZEKER IN VERPAKKINGEN

*Bij Dijkstra Vereenigde vindt u altijd de
gewenste verpakking!*

Dit kan een standaard of een gepersona-
liseerde fles of pot zijn en voorzien van de
juiste sluiting.

Wenst u het glazen model meer "added value"
te geven? Dijkstra Vereenigde informeert u
graag over de verschillende decoratiemogelijk-
heden en verzorgt voor u het totale proces.

Dijkstra Vereenigde is een vooraanstaande
leverancier in de Benelux markt en levert
een groot assortiment verpakkingen aan de
voedings- en drankenindustrie, de farmacie en
de cosmetica industrie.

**dijkstra
verenigde**

E. verpakkingsglas@dijkstra.net
Pascallaan 9 | 8218 NJ Lelystad | T. 0320 266 181

www.dijkstra.net

g

OPTIC!
Met glas uit
Tsjechië en
Slowakije.
Vormgegeven door
Hans van Bentem.

Nationaal Glasmuseum

I Lingedijk 28-30 | 4142 LD Leerdam |
+31 (0) 345 - 614 960 | www.nationaalglasmuseum.nl

Bezoek het **Nationaal Jenevermuseum**,
een levende **19de-eeuwse stokerij** in
hartje Hasselt.



**NATIONAAL
JENEVERMUSEUM
HASSELT**

WWW.JENEVERMUSEUM.BE

Nationaal Jenevermuseum | Witte Nonnenstraat 19 | 3500 Hasselt

Inhoud.

4. Waar eens Bataven en Romeinen woonden
Johan Soetens

6. Archeologie uit de achtertuin
Johan Soetens

8. Vierkante flessen en nog wat
Evert Hellebrekers

9. Affiches die in DOF blijven hangen
Joanie Dehullu

13. Zoektocht naar naar in de Baltische Staten
Willem van Traa

23. Zwalkend over de TEFAF
John Poot

26. Voor schone schijn...
Vruchtensappen in glas verpakt
Peter Zwaal

39. Mededelingen en nieuws

Van de Redactie.

Met de zomer voor de deur wordt het voor menigeen tijd om aan vakantie te gaan denken.

Willem van Traa is ons al voor geweest met een reis door de Baltische staten waar hij tot zijn teleurstelling weinig glas vond maar wel veel leerde over de rijke en soms tragische geschiedenis van deze landen.

Voor wie thuis op balcon of terras de zomer met een glas vloeibare gezondheid doorbrengt is er het verhaal van Peter Zwaal over het fabriceren en verpakken van vruchtensappen. Nooit geweten dat Nederlandse distillateurs daar zo intensief mee bezig zijn geweest.

Op mijn verzoek selecteerde Joanie Dehullu een aantal afbeeldingen uit de schitterende recente uitgave van het Jenevermuseum Hasselt en voorzag die van commentaar.

Dit nummer opent en sluit met artikelen over opgegraven of gevonden glazen voorwerpen die ons zelfs na honderden jaren nog iets te vertellen hebben. Laten we de dichter daar maar over aan het woord laten:

*Al wat de mensheid heeft gedaan, gedacht
Wat zij geworden is of is geweest
Het is, toen het de doodsnacht scheen gewijd
Opnieuw tot leven in de tijd gebracht
Opdat wat gij herkennend, keurend leest
Niet slechts zijn tijd duurt maar de eeuwi*

Johan Soetens

Redactie

Johan Soetens, jsoetens@hetnet.nl

Willem van Traa, wvantraa@xs4all.nl

**Coos van Deursen,
coosvandeursen@planet.nl**

Verzamelaarsvereniging

“De Oude Flesch”

Opgericht 6 juni 1979

Voorzitter;

Willem van Traa, wvantraa@xs4all.nl

Secretaris;

John Poot, secretariaat@deoudeflesch.org

Penningmeester, vice-voorzitter;

Klaas Prins, klaasprins43@gmail.com

website beheer en 2^e secretaris;

Ton Vermeulen, tonvermeulen@fluitschip.nl

Bibliothecaris;

Coos van Deursen, coosvandeursen@planet.nl

Beheerder bibliotheek;

Henk Hettinga, henk@jenevermuseum.nl

Lidmaatschap € 45.- per jaar.

Huisgenoten € 10.-

Giro 4142725 t.n.v. “De Oude Flesch”,

IBAN: NL90INGB0004142725

BIC: INGBNL2A

Schansbosch 11, Linschoten

Voor alle verdere informatie

website: www.deoudeflesch.nl

Verzamelaarsvereniging DE OUDE FLESCHE stelt zich ten doel het bevorderen van interesse in, en het verbreden van kennis over gebruiksglas van de oudheid tot heden. Dit heeft betrekking op de productiemethoden, de industriële verwerking en aspecten rond het gebruik van glas. Zij bevordert en ondersteunt het verzamelen van en het onderzoek naar historisch verpakkingsglas, drinkglazen en branche gerelateerde artikelen in de meest brede zin van het woord en streeft naar een vriendschappelijke samenwerking tussen haar leden onder andere door de uitgave van een kwartaalblad, een driemaandelijks bijeenkomst en een jaarlijkse veiling. Ook wil de vereniging samenwerken met gelijkgerichte organisaties waar ook ter wereld

Inleveren nieuwe kopij voor nummer 149

UITSLUITEND in Word document ZONDER OPMAAK
Over volle paginabreedte en foto's in JPG per separate e-mail

Voorpagina:

Wapenbeker August de Sterke, Saksen 1698
Vilnius Museum
Rundale

WAAR EENS ROMEINEN EN BATAVEN WOONDEN

Een archeologische schatkamer in de Betuwe

Johan Soetens



Tot voor kort lag het er zo landelijk bij: een stukje groene Betuwe in de hoek tussen het Amsterdam-Rijnkanaal en de rivier de Waal, dicht bij de stad Tiel. Hier en daar een oude boerderij en verder wijd

Hollands landschap daar waar eens de Noordelijke grens van het Romeinse rijk liep.

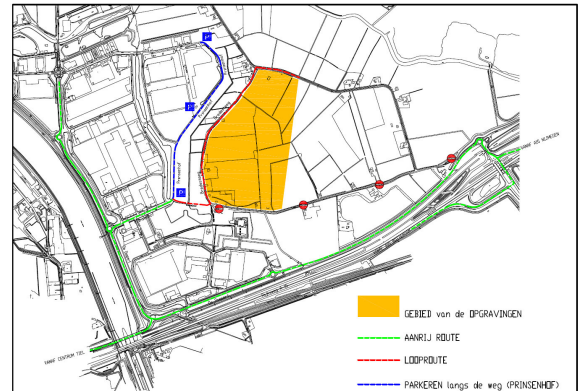
Maar door de geplande uitbreiding van het bedrijventerrein Medel met een terrein zo groot als 36 voetbalvelden (er is o.a. een distributiecentrum van PLUS gepland) is een archeologisch onderzoek gestart, het grootste in de geschiedenis van de Betuwe sinds de aanleg van de Betuwelijn. Daarbij zijn vijf archeologische bedrijven betrokken, geholpen door tientallen medewerkers van onder andere de Archeologische Werkgroep Nederland en de Oudheidkamer Tiel. De opgravingen begonnen in november 2016, bleken bijzonder succesvol te zijn en maakten Medel in één klap tot een van de rijkste Romeinse vindplaatsen in de Betuwe. Een beeld van de god Jupiter (hieronder) en een grafsteen met inscriptie DEAE 'aan de godin' behoren tot de spectaculaire vondsten

Ook werden aan de zuidkant van het terrein 2500 bronzen voorwerpen gevonden, waaronder mantelspelden (fibulae), ringen en dolken, een hier afgebeelde Cameo ring met voorstelling van een centaur en een zeldzaam balsamarium, gedecoreerd met Eroten.

Aan de noordkant werden voorwerpen gevonden uit de nieuwe steentijd en tussen die twee gebieden liggen nog twee Romeinse grafvelden. Daar werden zo'n 80 graven aangetroffen met grafgiften zoals een fraai glazen kommetje en borden van terra sigillata: glazend rood aardewerk.

Pas op 30 maart werd Nederland zich van dat alles bewust doordat het TV journaal en in aansluiting daarop verschillende kranten er over berichtten. Op 8 april was er een open dag en kon een selectie van de vondsten bewonderd worden.

Het Flipje- en Streekmuseum in Tiel hoopt in oktober van dit jaar een tentoonstelling te kunnen wijden aan de resultaten van de opgravingen maar daar zal de provincie Gelderland als eigenaar van de vondsten medewerking toe moeten verlenen. Er wordt al gefluisterd dat men het misschien met 3D kopiën zal moeten doen.





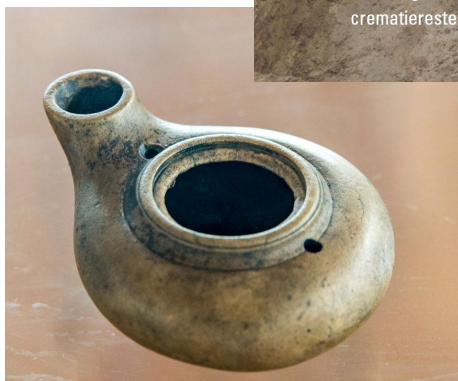
Tijdens de informatie-bijeenkomst voor de Pers stelde de gemeente Tiel een aantal foto's beschikbaar waar wij dankbaar gebruik van maken. Hierboven een in een graf gevonden glazen kommetje en twee opnamen van het 'pronkstuk', het bronzen balsarium.



*Links; Aardewerk kan met schaaltes en een schotel van terra silicata; glanzend rood aardewerk.
Boven; Bronzen wijzeef.
Links onder; Bronzen lamp
Foto Jan Bouhuis*



Onderzoekers bij een graf waarin naast crematieresten tevens een glazen fles, een keramische vaas en een terra silicata schaal werd gevonden.



ARCHEOLOGIE UIT DE ACHTERTUIN

Johan Soetens

Het lezen van de naam Mount Vernon doet hen die bekend zijn met de Amerikaanse geschiedenis misschien denken aan de woonplaats van George Washington in Virginia maar er zijn minstens zestien plaatsen in Amerika die zo heten en een daarvan ligt in het Noord-Oosten, in de staat New York.

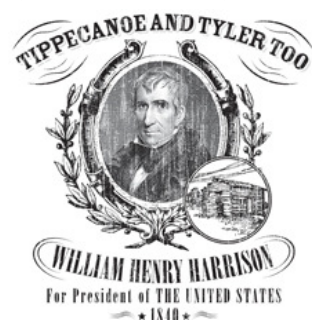
Op 17 februari 1810 werd daar door een groep investeerders de Mount Vernon Glass Works gesticht. Eén van de redenen om deze plaats te kiezen was de ruim voorhanden zijnde voorraad hout vanuit de uitgestrekte bossen. Sinds 1809 was daar al de Oneida County Glass Works gevestigd en eveneens in 1810 de Seneca Glass Company. Na enkele tientallen jaren was dat hout echter allemaal opgestookt en in 1844 werd het bedrijf gesloten, verplaatst naar Mt. Pleasant in Saratoga County waar het vanaf die tijd bekend zou staan als de Saratoga Mountain Glass Works. Ook de beide andere bedrijven verdwenen want het was goedkoper ergens een nieuwe oven te bouwen dan om het hout van veraf te moeten aanslepen. Van de oorspronkelijke glasblazerij



bestaan voor zover mij bekend geen afbeeldingen maar er zijn wel glazen voorwerpen van de Mt. Vernon Glass Works bekend, waaronder een fraaie 'Succes to the Railroad' zakflacon in de collectie van het Metropolitan Museum of Art in New York alsmede een 'Blown Three Mold' karaf.

Historisch gezien de meest interessante voorwerpen zijn echter een tweetal uiterst zeldzame 'Log Cabin' bottles, geblazen in 1840 tijdens de verkiezingscampagne van William Henry Harrison die bekend is gebleven omdat hij bij zijn inauguratie tot 9e President van Amerika een anderhalf uur lange toespraak hield in de stromende regen en reeds na een maand kwam te overlijden. Hij genoot beroemdheid als aanvoerder van de Amerikaanse legereenheid in de slag, op 7 november 1811, bij Tippecanoe, een verbastering van het Indiaanse *Keth-tip-pe-can-nunk*.

Tijdens die gebeurtenis, het gevolg van een onbezonnen aanval, verloren de Indianen de kans op een eigen gebied en werd de kiem gelegd voor de Engels-Amerikaanse oorlog van 1813. Harrison won er echter een ongekeerde populariteit mee. Hoewel bepaald niet van arme afkomst, presenteerde hij zich graag als simpele log cabin bewoner en zijn campagne staat dan ook bekend als 'Log Cabin Campaign'. Toen een krant in Baltimore denigrerend over hem schreef *'Give him a barrel of hard cider, and settle a pension on him and...he will sit the remainder of his days in his log cabin by the side of the fire and study moral philosophy!'* vonden zijn aanhangers dat juist prachtig want de log cabin was het symbol van de eerlijke, hardwerkende pionier.



They say he lived in a log cabin. And lived on hard cider, too. Well, what if he did, I'm certain, He's the hero of Tippecanoe.

De hier afgebeelde flessen, ca. 50 cl. inhoud, hebben beide de inscriptie 'Tippecanoe' boven de deur en een afbeelding van een vat appelwijn er naast. Het linker model met vierkant dak is uiterst zeldzaam. Het rechter nog meer, daarvan zijn slechts twee exemplaren bekend, waarvan een in de collectie van het Corning Museum of Glass. Als een van deze flessen ooit op een veiling wordt aangeboden zal de prijs gezien de historische en patriottische betekenis in de tienduizenden dollars liggen

In 2003 werd een vierkant model geveild voor \$ 31.000,- en in 2012 werd het hierbij afgebeelde model te koop aangeboden op een veiling van Norman Heckler voor een richtprijs van \$ 40.000,- tot \$ 80.000,-



De Mt. Vernon glass works zijn nooit uit de herinnering verdwenen. De flessen en het tafelgerei dat er gemaakt werd voor de vroege pioniers in de staat New York is welbekend bij verzamelaars en studenten van vroeg Amerikaans glas en in menig museum te vinden. De vroege gezegelde flessen, lange tijd een Europese specialiteit, zijn zeer gezocht.

In 2010 organiseerde de Vernon Historical society een herdenkingstentoonstelling met glas objecten van de 200 jaar geleden gestichte glasblazerij waarbij onder andere de op de vorige pagina getoonde flessen te zien waren.

Een onderzoeker, Brian Wolf, was toen al meer dan 15 jaar bezig met onderzoek naar de geschiedenis en de overblijfselen van de historische glashut en was van plan er boek aan te wijden. Helaas werd in 2015 bij hem de gevreesde ziekte geconstateerd waaraan hij nog datzelfde jaar overleed. Twee jaar daarvoor had hij assistentie gekregen van twee medewerkers die nu het werk voortzetten. Het bijzondere van het project is dat de overblijfselen van de vroegere fabrieksgebouwen



liggen op privéterrein, diep onder het grasveld, behorend bij een woonhuis. De eigenaar kan zijn verblijf daar niet langer bekostigen tenzij hij financieel geholpen wordt. Daartoe zijn de twee het crowdfunding project **GOFUNDME** gestart om gedurende twee jaar €5000,- in te zamelen en ziedaar; verzamelaars, bottle clubs en glasperiodieken zenden bedragen variërend van € 10,- tot €500,- om het werk doorgang te doen vinden. Inmiddels zijn fundering en muren van een grote glasoven gevonden en verschillende artifacten, van scherven tot het fragment van een blaaspijp maar pas echt interessant vindt ik de vondst van drie houten blokken die gebruikt zijn voor het vormen van de glasdruppel alvorens die tot parison uit te blazen. In Europa werden daar overwegend massief metalen 'dobbelstenen' voor gebruikt met verschillende holtes aan de zes zijden. Deze houten blokken zijn uniek en zijn bewaard gebleven dank zij het feit dat zij bijna 200 jaar in een waterput hebben gelegen. Voor informatie; <https://www.gofundme.com/mt-vernon-glassworks-archeology-2unamte>



*Met dank aan / With kind permission of
'Antique Bottle and Glass Collector'
Issue April 2017*



VIERKANTE FLESSEN EN NOG WAT

Evert Hellebrekers

1946. Als 15-jarige was ik al geïntrigeerd door een vierkante fles, staande op een eikenhouten plank boven de open haard. Hij is vermoedelijk door mijn moeder Helène Hellebrekers-van Rooy gekocht bij een Haagse antiquair en was een vast onderdeel van ons interieur.

Mondgeblazen van lichtgroen glas met een groot aantal luchtbelletjes en een weggeslepen pontielmerk. Kennelijk was deze fles van meet af aan bedoeld om er een mooie likeur in te bewaren. De sprookjesachtige aan vier zijden aangebrachte beschilderingen geven telkens een doorkijkje naar de andere kant. Wat zou het verhaal daarachter zijn?

Vierkante flessen hebben vaker een rol gespeeld bij Hellebrekers maar ook bij andere distilleerderijen. Tegenwoordig gebruikt hier te lande alleen het merk Bokma dat model nog, maar een eeuw geleden was het heel populair voor de verpakking van likeur min of meer in navolging van het merk Cointreau dat in Frankrijk echter al in 1885 het model als merk had laten registreren (*Pouvant seule employer le flacon rouge de forme carrée...*). Met lede ogen zag men aan dat in het buitenland daar niet altijd de hand aan werd gehouden. Toen tussen de retouremballage bij Hellebrekers enkele Cointreau-flessen terecht kwamen en abusievelijk onder Hellebrekers etiket met Triple Sec werden afgevuld daalde de Franse gramschap in volle hevigheid neer op het onbewust schuldige Hellebrekershoofd.

Deze affaire is al lang vergeten maar de fles van mijn moeder heb ik goed bewaard. Ik denk dat ik die maar eens ga vullen met Triple Sec van Cointreau....



AFFICHES DIE IN DE OUDE FLESCH BLIJVEN HANGEN



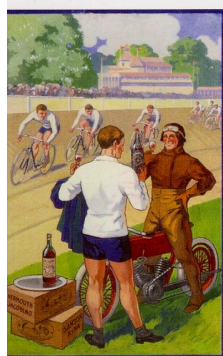
We hebben al enige malen aandacht besteed aan de nieuwste uitgave van het Jenevermuseum Hasselt en dit zal zeker niet de laatste keer zijn. Met een beschrijving van 154, grotendeels voormalige, Belgische stokerijen en met bijna 600 afbeeldingen met toelichting van de door hen gebruikte affiches is dit boek, het monnikenwerk van auteur Karl Scheerlink en enkele medewerkers van het Jenevermuseum Hasselt, een standaardwerk geworden waarvan ik geen tweede voorbeeld ter wereld ken. Natuurlijk, we hebben in 2009 in Schiedam de affiche tentoonstelling 'Louter Reclame' gehad. Kon. De Kuyper (1995) en Herman Jansen (2015) publiceerden een boek over de geschiedenis van het bedrijf en in ons blad hebben we regelmatig uitvoerige artikelen gewijd aan Nederlandse distilleerderijen zoals Hoppe, Levert & Co., van Wees, van Zuylekom, Hulstkamp, Hellebrekers, van Toor, Schermer en Geels maar een samenvattende publicatie ontbreekt. Ooit werkten Ton Vermeulen, Anton van Stekelenburg en ik aan een boek over alle 36 bedrijven die in de loop der jaren door Bols waren overgenomen maar de nieuwe directie zag daar geen heil in. Misschien moeten we in Schiedam de koppen nog eens bij elkaar steken.

Deze Belgische prachtuitgave, in tegenstelling tot de eerdere publicatie 'Jenever en Likeur in kleur' uit 1994 is geheel in kleur en een aanleiding om in volgende nummers van dit blad aandacht aan verschillende Belgische stokerijen, hun reclamemiddelen en flesmodellen te gaan schenken.

Joanie Dehullu, Collectiebeheerder van het Hasseltse museum was zo vriendelijk daarbij haar medewerking toe te zeggen.

Op mijn verzoek selecteerde zij een 18-tal nog niet vaak gepubliceerde affiches die volgens haar bijzondere aandacht verdienen.

Bijgaand de afbeeldingen voorzien van haar commentaar. De nummers verwijzen naar de plaats in het boek. Met uitzondering van de nummers 309 en 400 zijn alle affiches uit de collectie van het Jenevermuseum. (JS)

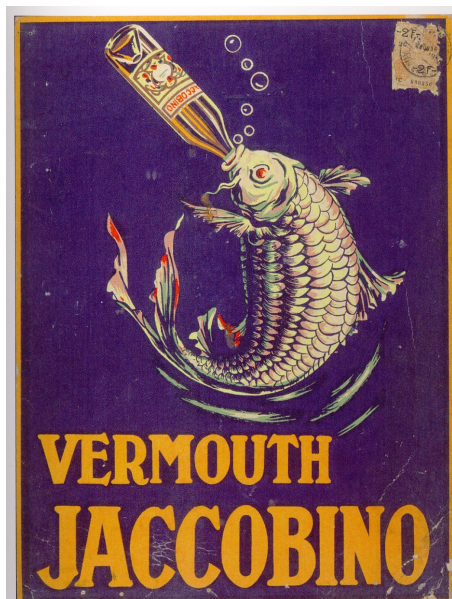


#087 – Affiche, ontworpen door Aly, voor Balsam van stokerij De Beukelaer in Antwerpen, ca. 1925. Een pittige, frisse affiche. De Beukelaer was zelf ook enthousiast over dit affiche want ze gebruikten dit beeld voor verschillende producten, telkens met een ander opschrift

#162 – Affiche voor Elixir De Kempenaar voor stokerij Jacques Neefs in Antwerpen, voor of in 1908. Drie Volendamse vrouwen achter het stuur promoten een likeur. De combinatie van alcohol en autorijden is anno 2017 volledig uit den boze!

#106 – Affiche voor 't Glazen Stoopje van stokerij Hellemans, Mertens en Co in Antwerpen, ca. 1910. Hoog en droog op zijn schip prijst de kapitein lachend een glaasje jenever aan. In de verte zie je de contouren van de stad Antwerpen. Leuk detail: het kleine roeibootje met een matroos. Zou hij al een glaasje op hebben of krijgt hij het als beloning na het roeien?

#190 & 191 – Ontwerp en affiche voor Vermouth Jaccobino voor stokerij Jacques Neefs in Antwerpen, ca. 1920. De gezonde eigenschappen van de drank worden gekoppeld aan sportieve succesmomenten. Van dit affiche hebben we ook het ontwerp, een gouache op papier. De combinatie ontwerp en uitgevoerde affiche maakt het bijzonder interessant om de verschillen tussen beiden te zoeken.



#189 – Affiche, ontworpen door Dorit, voor Vermouth Jaccobino van stokerij Jacques Neefs in Antwerpen, ca. 1920. Een vis aan de sterkedrank. De diepblauwe achtergrond en de oranje letters geven dit ongewone beeld een heel krachtige uitstraling.

#265 – Affiche, ontworpen door Georges Koister, voor Extra-Bitter van stokerij Vandenperre in Sint-Gillis, 1906. Terwijl een jager uitrust op een bankje aan een boerderij, biedt de boer hem een borrel aan. De warme, heldere kleuren en het licht-schaduwspel geven dit affiche extra cachet.



#220 – Affiche, ontworpen door J. Spring, voor Elixir du Japon van stokerij Brias in Brussel, 1921. Een heel lichtvoetige exterieuraffiche: als een sierlijke balletdanseres plukt het meisje een mandarijn.



#378 – Affiche voor stokerij Notermans in Hasselt, 1890. Het verhalende tafereel op dit affiche maakt het zo bijzonder. Alles staat erop: de stokerijgebouwen, de producten (op de hondenkar en op de gesloten paardenkoets), de werkmannen, ...



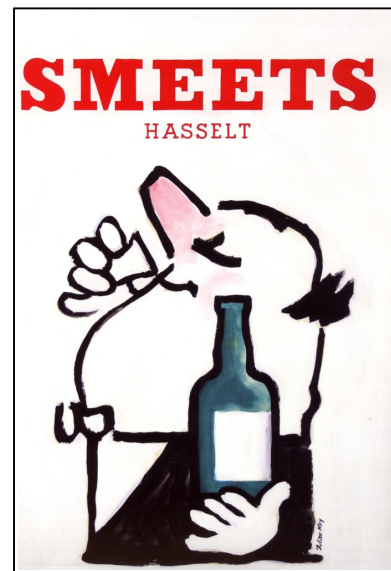
#109 – Affiche voor stokerij Jean Meeûs in Antwerpen, 1897-1899. Dit affiche laat goed de omvang en de bedrijvigheid van stokerij Jean Meeûs zien in het centrum van Antwerpen. Let op de vele paarden en karren, vol geladen met tonnen jenever!
Als je lang genoeg kijkt, zie je het affiche zo tot leven komen.



#543 – Affiche voor Elixir La Japonaise van stokerij Van Hoorebeke in Gent, ca. 1895. Een mooie voorbeeld van japonisme in de beeldreclame.

#437 – Affiche voor stokerij Fairon in Pepinster-Cornesse, 1896-1903. Een humoristische affiche met een witte pierrot en een harlekijn. Let ook op de details, zoals de maan (mèt gezicht) rechtsboven!





- #309 – Ontwerp voor stokerij Dumont de Chassart in Saint-Amand-lez-Fleurus, ca. 1965. Zelfs zo iets lekkers als Chassart jenever drink je niet achter het stuur. Grappig en zeldzaam zo'n waarschuwing voor de mogelijke impact van sterkedrank. Het is dan ook vermoedelijk bij een ontwerp gebleven. (Collectie Université libre de Bruxelles, Archives Dumont de Chassart).
- #492 – Affiche voor Garanti Special van stokerij Bruggeman in Gent, 1947. Enkel de fles en een gevuld glaasje... maar door de geometrische vormen en de felle rode kleur komt het affiche bijzonder sterk over.
- #400 – Ontwerp van Julian Key voor stokerij Smeets in Hasselt. Je ziet het mannetje (mèt rode neus) genieten van een borreltje. Extra woorden hoeft dit beeld niet nodig. Jammer genoeg zijn er geen uitvoeringen van dit ontwerp bekend. (Privé Collectie).



- #563 – Affiche voor Bitter Hollandsais voor stokerij Coene in Brugge, 1932. Een sterk gestileerde affiche. De twee Volendamse boertjes zien er bijzonder voldaan uit met hun Bitter Hollandsais in de hand.

- #589 – Ontwerp van Paul Daemen voor een onbekende stokerij, ca. 1925. Dit ontwerp komt uit het drukkerijarchief van De Rycker & Mendel uit Brussel. Heel elegant, goedlachs en sierlijk prijst dit meisje in bladerrokje een likeur aan.
- #356 – Baanaffiche, ontworpen door Karel Van Nuffel voor Fine Côte d'Or van stokerij Fryns in Hasselt. Dit baanaffiche van 2m44 op 4m74 komt door de opvallende kleuren heel sterk over.



Zoektocht naar Glas in de Baltische Staten

Een reisverslag

Willem van Traa



Onze reis naar Litouwen, Letland en Estland begon het eerste weekeinde van juni in Plön met het Glassammler-treffen, onze jaarlijkse ontmoeting met Denen, Duitsers, Engelsen, Polen en Nederlanders. Ook nu weer mooi weer, de barbecue in de tuin van Hella & Jürgen Böhrens is uitgebreid en de beurs heeft interessante glazen en flessen voor de vele kopers. Ik blijf me verbazen dat er zo weinig DOF-leden naar Plön komen. Alle verzamelaars weten: je moet het gaan zoeken, ze komen het je niet brengen. En het gebied nodigt uit voor een vakantie: fietsen wandelen, zeilen, Oostzee kust, Lübeck, Schwerin, Hamburg of naar Kopenhagen met de pont. Allemaal steden met prachtige (glas)musea.



Na het weekeinde bleef mijn 'handelsvoorraad' in Jürgens garage achter en reden we naar Kiel waar we de veerboot naar Klaipeda in Litouwen hadden geboekt. Bijna een dag varen langs de Deense en Zweedse eilanden links en de Duitse, Poolse en Russische (Kaliningrad) kust rechts. Op de boot een eerste kennismaking met het traditionele Baltische dieet: vlees, kool, aardappels en zure room met haring bij het ontbijt.

In grote lijnen is de geschiedenis van de Baltische staten vergelijkbaar. Eerst werd het bewoond door diverse stammen. In de 13^e eeuw dringt de Duitse Orde het huidige Pruisen en vandaar verder Oostwaarts het gebied binnen. Eerst alleen om het geloof te brengen, maar eenmaal de baas bouwt de Orde burchten en blijft een paar eeuwen. Daarna volgen de kooplieden van de Hanze, die nog steeds het beeld van de oude binnensteden bepaalt. Er volgen oorlogen met Denen en Zweden, die delen van Estland bezetten. Litouwen vormt lang een Gemenebest met Polen. Uiteindelijk lijft Peter de Grote in 1757 het Baltische gebied in bij Rusland, wat pas in WW-I eindigt als de Duitsers grote delen bezetten. In 1917 is door de Oktoberrevolutie het Russische rijk afgelopen. De Rode Leger probeert terug te komen en slaagt daar ook bijna in. Maar Litouwen, Letland en Estland vechten zich, met actieve steun van de Engelse vloot en het Franse leger, naar de



onafhankelijkheid. In 1939 maakt het Molotov-Ribbentrop Pact daar een einde aan, de Sovjets grijpen de macht en beginnen grootscheepse zuiveringen. Daarom worden in 1941 de binnentrekkende Duitsers eerst als 'bevrijders' gezien. Maar al snel blijken de Balten ook van hen weinig te verwachten te hebben. Bij hun doortocht naar de Sovjet-Unie vermoorden de

Wehrmacht en de SS, met steun van plaatselijke fascistten, op gruwelijke wijze bijna alle Joodse inwoners. Na Stalingrad keren de kansen en in 1944 komen de Sovjets terug en voeren elke 'kapitalist', mannen, vrouwen en kinderen, af naar de Siberische Gulag. Eind '50 komt maar een klein deel terug. In 1990 wordt opnieuw de onafhankelijkheid uitgeroepen. Maar ik kan me goed voorstellen dat velen zich afvragen hoe lang dat deze keer gaat duren.

De gevolgen van deze oorlogen, bezettingen en terreur zijn nog steeds zichtbaar. In de 19^e eeuw zijn zeer veel mensen naar de VS geëmigreerd. Er wonen nu 6 miljoen mensen



op een gebied van ruim twee keer de Benelux (29 miljoen): lege landen dus. Van de eens zo bloeiende Joodse wijken in grote en kleine steden resten alleen gedenksteden. De grote groep etnische Russen die geen Ests, Lets of Litouws kunnen of willen spreken, heeft minder burgerrechten. In een aantal musea viel ons de nationalistische toon op. De EU en zeker de NAVO worden gezien als buffer tegen de grote buurman. De laatste heeft troepen gestationeerd en oefent er regelmatig. Als een detail merkte ik dat veel historische musea weinig authentieke objecten, en zeker glas kunnen tonen. Er zijn bijna alleen fragmenten en/of replica. Eigenlijk is het een wonder dat er nog iets bewaard is gebleven.

De Baltische landen worden vaak één geheel genoemd, even vreemd als wanneer de Benelux zo zou worden betiteld. Alleen al de talen verschillen sterk, vooral het Ests dat verwant is aan het Fins en voor ons onbegrijpelijk. Daarnaast is Litouwen, als gevolg van de eeuwenlange band met Polen, zeer katholiek. Letland is nu -officieel- Luthers, evenals Estland. Verder is een deel van de bevolking Russisch Orthodox, met vaak prachtige kerkjes. Wat ze gemeen hebben zijn de uitgestrekte vlaktes en bossen, schijnbaar zonder inwoners. En de houten huizen, waarvan er hier en daar nog historische exemplaren bewaard zijn gebleven, naast de 19^e eeuwse exemplaren en steeds meer recent gebouwde houten huizen.



Litouwen

In **Klaipėda** herinnert nog veel aan het Baltisch-Duitse Memel: het centrum oogt 'Duits' met het kasteel, de oude haven, een plein met theater en cafés en 'Kinderkopjes'

op de straten. Daarbuiten hebben de Sovjets hun flatgebouwen neergezet. Sinds kort staan er ook nieuwe flats, veel Zweedse banken en grote supermarkten. De nieuwe haven lijkt op elke andere: veel veeboten naar Duitsland, Zweden of Finland plus Litouwse marine. Voor de toeristen is er een zeer ruim aanbod van echte of kunstmatige barnsteen/amber in alle soorten, maten en prijsklassen. Die zien we overigens verder overal.



Richting hoofdstad Vilna of Vilnius over de enige 4-baansweg stoppen we in **Kaunas**, waar we een paar dagen blijven. De betrekkelijk kleine stad, in de jaren '20 tijdelijke hoofdstad, heeft nog steeds enige grootstedelijke allure met bestuursgebouwen en musea. In het oude centrum 15^e-16^e eeuwse Hanzehuizen, katholieke kerken, pleintjes, een kasteel van koning 'Vytautas de Grote' (1350-1430), eethuisjes en terrassen. Het is een universiteitsstad, dus veel jongeren in de uitgaanswijk. Het **apotheekmuseum**, ooit deel van de universiteit, heeft een nog mooie collectie flessen, retorten en andere farmaceutische werktuigen

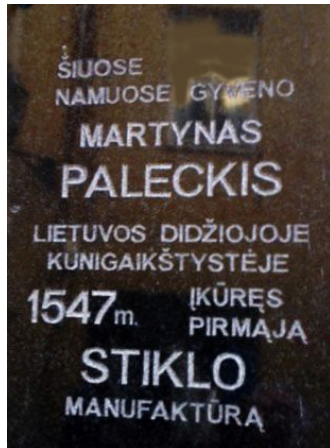
De autovrije 'Vrijheidslaan' leidt naar het nieuwe centrum, winkels met 'antiek' en volkskunst naast gewone supermarkten, kledingzaken, kappers, cafés en drie musea. Het Duivelsmuseum laten we voor wat het is, om het Oorlogsmuseum lopen we heen naar het Kunstmuseum van Mikalojus Konstantinas Čiurlionis (1875-1911). Deze schilder (300 werken) en componist (400 composities) wordt als de belangrijkste kunstenaar van Litouwen beschouwd.



Even buiten Kaunas is in Rumsiskes een groot openluchtmuseum waar op een groot bebost gebied met hele dorpen, kerkjes, boerderijen en molens de -agrarische- geschiedenis van Litouwen uit de 19^e eeuw wordt getoond, alles in hout gebouwd. De man van het antiquariaat weet het zeker: er is nooit glas in Litouwen gemaakt. Ik betwijfel dat want alle voorwaarden zijn wel aanwezig: hout, zand, water(kracht) en handelscontacten. De eerste vermelding van **Vilnius** dateert uit de 12^e eeuw. Na de komst van Hanzekooplieden groeit het snel en krijgt het stadsrechten in 1387 en een universiteit in 1579 (4 jaar na Leiden). Dit 'Jeruzalem van het Noorden' had een grote (40%)

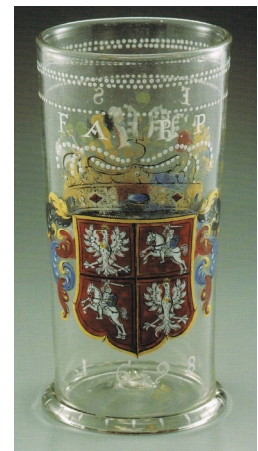
joodse bevolking, waar nu nog slechts een monument voor geleerde **Rabbijn Zalman** (1720-1797) en enkele muurplakkaten van over zijn.

Een van die plakaten beantwoordt mijn herhaaldelijk gestelde en even zo vaak ontkennend beantwoorde vraag naar het Litouwse glas. Want na googelen (lastig als je de taal niet kent, maar de vertaalfunctie werkt) kom ik er achter dat de edelman Martynas Paleckis in 1547 van Sigismund Augustus, hertog van Litouwen een privilege kreeg voor een 'Manufactura Stiklo'.



In ruil daarvoor moest hij jaarlijks 400 grote en kleine glazen leveren aan het hof in Vilnius. Paleckis' glashut bood ruimte aan drie meester glasblazers met hun medewerkers. Of dat plaatselijke of van verderweg ingehuurde glasblazers waren kon ik niet achterhalen. Ook Litouwen heeft dus een oude glasgeschiedenis. Doorzoeken levert een vermelding op over glasmaken in een Gildestatuut uit 1529. Dus werd er

daarvoor al glas vervaardigd en wilde men concurrentie en kwaliteit in goede banen ordenen. Wat de omvang van deze bedrijfstak was, moet nog uitgezocht worden. Achteraf blijkt het betrekkelijk eenvoudig te zijn geweest, het plakkaat met de naam van Paleckis hing in de Stiklio Gatve (Glasstraat), tegenover een moderne glasgalerie en hotel Stikliai waar in vroeger tijden Paleckis' huis, opslag en winkel was gevestigd. In de lobby staan nog een maquette en enkele flesjes uitgesteld voor de gasten. De glashut stond iets buiten het stadcentrum, aan de Maironio, een zijrivier van de Neris. Bemoedigd door deze vondst hoop ik in het **Nationale Museum** en het **Historische Museum**, onderdelen van het vroegere hertogelijke kasteel, glas van Paleckis te vinden. Maar er zijn hoofdzakelijk veel fragmenten, een deel daarvan heeft duidelijk een Venetiaanse herkomst. Of is het mogelijk façonglas uit de Manufactura Stiklo? Verder veel 17^e-19^e eeuwse 'Duits' glaswerk, mogelijk ook plaatselijk gemaakt.



In een keldergewelf schittert plotseling een vitrine vol glazen. Vol verwachting loop ik er heen en zie tot mijn teleurstelling dat het allemaal replica zijn. Mooi gemaakt, daar niet van, maar toch... De huidige 17^e-19^e eeuwse oude stad biedt veel meer: stadspoorten, 18^e eeuwse bastions, het middeleeuwse kasteel boven op de berg, de universiteitsgebouwen, een kathedraal en diverse kerken, waaronder een mooi Russisch Orthodox kerkje, waar we een prachtig koor hoorden en verder de gebruikelijke eet- en drinkplaatsen. Maar slechts één antiquair te bekenen.



Links: Wapenglas Groothertog Alexander ca. 1500. Rechts: Enkele replica.

Van Vilnius rijden we een uurtje naar **Trakai**, een prachtig op een eilandje in een van de vele meren gelegen in rode baksteen gebouwd kasteel. De bouw begon in de 14^e eeuw en werd in 1409 door Vytautas voltooid, die er in 1430 overleed. In het nabije Grünewald versloegen de Polen en Litouwers in 1410 de Duitse orde, die nog wel bleef bestaan maar als machtsfactor was uitgeschakeld. In later eeuwen is het kasteel uitgebreid en verfraaid, maar ook veroverd en verwoest. De laatste jaren is het als nationaal erfgoed grondig opgeknapt. Het resultaat is er ook naar, de hardware staat weer overeind, maar voor de inrichting waren geen authentieke voorwerpen voorhanden, zodat het vol staat met replica. Er is aandacht voor de Tataren, die hier al eeuwen wonen, overblijvers van de 'Gouden Horde' een leger van de opvolger van Dzjengis Kahn uit de 13^e eeuw. Zij bleven bij de Islam, zo niet de Karaïeten, van

oorsprong Turken die tot het Joodse geloof overgingen. Uitgenodigd door Vytautas overleven ze er al eeuwen. Door

die Turkse afkomst golden ze in WW-II formeel als 'Ariërs' en konden ze aan een vreselijk lot ontsnappen. Ook voor de Litouwers blijkt Trakai een zeer geliefd uitje te zijn, de terrassen langs de oever zijn overvol en overal varen zeil-, motor- en andere boten.

We rijden 's middags noordwaarts langs een 'scenic route' die veel over nauwelijks bestrate, vol met kuilen of opengebroken weggetjes leidt, prachtige natuur voor de bijrijder maar de bestuurder houdt liever de ogen stevig op de weg gericht om erger te voorkomen. In Siauliai overnachten we, een plaats waar vergeefs geprobeerd is de teruggang en leegloop te keren. Een wandelboulevard met kunst en groen, maar veel winkels erlangs staan leeg of verkopen troep, die zelfs toeristen niet zouden kopen. Met enige moeite vinden we een restaurant. Het hotel is modern, met veel foto's van NAVO-piloten van de nabij gelegen luchtmachtbasis.



Letland

Van Siauliai naar **Riga** is zo'n 130 km, twee uur rijden want de maximum snelheid is overal 90 km/u.

Nog in Litouwen stappen we eerst uit bij de 'Kryzik Kalnas' (Heuvel der Kruisen), een heuveltje waar pelgrims sinds 1830 kruisen neerzetten. Inmiddels zijn het er duizenden, hout, metaal, groot, klein, met of zonder opschriften in vele talen. Bij de stalletjes op de parkeerplaats kan je een kruis kopen om bij de heuvel te zetten.

De tweede stop is in Letland. In Rundale is het paleis van de hertog van Koerland Ernst Johan Biron (1690-1772), in 1730 raadsman van de Tsarina Anna, in 1737 verbannen, maar in 1762 hersteld door Catharina de Grote (1729-1796). Het Barokpaleis is gebouwd door Bartolomeo Rastrelli, ingericht met bij elkaar gehaald, maar wel authentiek meubilair. Veel kroonluchters, spiegels en enkele glazen. Er omheen liggen goed onderhouden, formele tuinen. Tot de jaren '80 was het zeer vervallen, maar nu is het weer in ere hersteld. De Letse onafhankelijkheid heeft behoefte aan 'eigen' geschiedkundige nationale monumenten.

Op weg naar Riga ziet dit deel van Letland er meer gecultiveerd uit met grote akkers, silo's en opslag rond de boerderijen. In de stad hebben we een appartement in Maskavas (Russische wijk), omdat de weg naar Moskou er begon. Vroeger woonden er vreemdelingen, Russen en Joden. In de oorlog was er het Getto.





Nu is het een afbraakbuurt met veel open plekken en vervallen huizen. Zo vlak naast het centrum zal het niet lang meer duren of dit wordt een hippe buurt.

Dus hebben vooruitziende ondernemers veel grond en huizen opgekocht om die tot appartementen te verbouwen, waaronder dat van ons.

Er is een -zeer oud- trammetje, maar in 7 minuten lopen we naar het centrum via de Central Turgus (Markthallen). Deze waren in WW-I hangars voor Zeppelins en bieden ruimte aan alle soorten winkeltjes, daar buiten zijn rijen van kleinere stalletjes waar boeren uit de omgeving hun waren verkopen, naast textiel, auto-onderdelen, bloemen, etc. Er wordt gewaarschuwd voor criminaliteit, maar iedereen loopt en koopt er rustig rond. Ideaal om daar de plaatselijke gerechten te kopen (bijvoorbeeld varkensoren) en die later op te eten.



De binnenstad van Riga is een oude Middeleeuwse Hanzestad: kleine straatjes, pleintjes, een Kathedraal en diverse andere kerken, voormalige arsenalen en pakhuizen en natuurlijk is er alles voor de toeristen. Zoals een winkel waar men Riga Balsam verkoopt. Ooit dacht ik dat dit medicinaal was, maar nu weet ik dat het kruidenjenever is. De oervorm van kleine ronde platte flesjes al dan niet met zegel op de schouder blijkt er geheel onbekend te zijn. In het museum zie ik dat Simon Lehuin, een Russische emigrant, het al in 1796 stookte. Volgens overlevering moet de Tsarina Catharina in Riga ziek geworden zijn, maar opgeknapt door het drinken van Riga Balsam. Dus toch medicinaal, hoewel het hoge alcoholpercentage zeker mee geholpen zal hebben. Rond de oude

stad zijn de verdedigingswallen tot singels omgebouwd en liggen de 19^e eeuwse wijken waarvan delen in Art-Nouveau stijl gebouwd zijn. Daarbuiten is de 20^e eeuwse stad, voor bezoekers niet echt interessant: nieuwbouw en oud door elkaar, stalletjes voor groenten naast grote shopping malls, straten met grote kuilen.

Het **Historische Museum** (1773)

biedt een overzicht van de geschiedenis van Riga vanaf de 9^e eeuw. Al in de 13^e eeuw is hier glas gemaakt, getuige de -kleine- ovenpotjes waarin het ruwe glas gesmolten werd. Ook hier



strijkstenen, waarvan ik later begreep dat ze veel ouder zijn dan de 19^e eeuw, die ik altijd aanhield. In de galerij met vooral zilveren pronkbekers, ook die van het gilde van glasblazers. Vreemd genoeg geheel van zilver. De grote zaal toont in veel vitrines glaswerk, zoals een aantal 18^e en 19^e eeuwse glazen en flessen, waaronder een Paardehoef met een zegel, dat ik helaas niet goed lezen kon alsmede een beker die naar het foedraal vermeldt van Tsaar Peter de Grote zou zijn geweest. Daarnaast veel foto's en andere memorabilia uit de eerste periode van onafhankelijkheid (1918-1940).





Daarna het 'Mentzendorff-huis', in 1695 gebouwd door meester glasblazer Jürgen Helm en rond 1990 gerestaureerd en nu onderdeel van het Historisch Museum. Er staat nog wat meubilair en enkele glazen, een fles en fragmenten van een glas-inlood raam.

In de Art-Nouveau wijk wisselen mooi opgeknapte panden, en zeer verwaarloosde elkaar af. We lopen een geheel in stijl ingericht voormalig woonhuis binnen, nu museum met het personeel in kostuums. Ook veel vazen uit die tijd door Ilguciema Stikla Fabrika. Deze werd in 1887 door Julius Fogess uit Daugavpils, in het oosten van Letland, opgericht in Livenhof, nu Livani en werkte tot 1903 (faillissement). Een jaar later maakte men een doorstart. Na WW-II werd het een staatsbedrijf, dat in de 90'er jaren geprivatiseerd werd. In dit gebied van de Dubna liggen ook de twee glashutten, waarvan Horst Klusmeier mij schreef dat hij flessen in z'n collectie heeft: Glashütte Weissensee nu Plateres en Glashütte Altenwoga nu Mengeles.

In het **Farmaciemuseum** oude apotheken met rijen medicinale flessen en potjes, waaronder twee aardewerken Balsamflessen, toch medicinaal kennelijk.



Daarnaast enkele aardewerken picturale flessen. De opschriften verwijzen naar alcoholzucht of verslaving en laten weinig te raden over: grappig bedoeld of in volle ernst? Ik vermoed het laatste want ook toen stonden de Balten, met de Russen, bekend over de grote hoeveelheden alcohol die gedronken werden. Overigens werd dat in de 17^e eeuw ook van de Hollandse mannen gezegd.



Na Riga rijden we oostwaarts naar een bosrijk deel van Letland. In Cesis de ruïne van een Orde-burcht, compleet met moestuin, boogschieten en 'middeleeuwse' kinderspelletjes. Daar ligt ook de populaire vakantieplaats Sigulda, weinig meer dan veel hotels. Op onze wandeling de volgende dag kwamen we in het openluchtmuseum van Turaida met een oud middeleeuws kasteel. Dit staat binnen een geheel intact en ooit zelfvoorzienend landgoed met stallen, smidse, ijskelder, schooltje, kerkje, opzichtershuis en boerendorp. Het kasteel wordt gerestaureerd met behulp van de EU.



Estland

Door Letland langs de Golf van Riga naar het noorden naar Estland. In de 7^e eeuw kwamen hier de Vikingen, later de Duitse Orde, die in de 13^e eeuw door de Denen verdreven werd. In de 16^e eeuw namen de Zweden de macht over tot zij door Peter de Grote in 1721 overwonnen werden. De eerste grotere stad is Parnu, waar we een rondje door de oude stad en haven maken. Ik ontdek een antiquair die zowaar glas heeft staan, maar hoge prijzen vraagt.

Door naar **Haapsalu** aan de westkust, vlak voor de Finse Golf. Al in de Tsarentijd was dit een geliefde kuuroord voor zeewater- en modderkuuren. Tsaar Nicolaas heeft er een spoorlijn naar toe laten aanleggen. In de 13^e eeuw was het een bisschopsstad, de oude burcht staat er nog steeds. Voor ons is het een goede plek om een paar dagen te wandelen.



Op de dag na nationale feestdag van 24 juni op weg naar **Tallin**, vroeger het Russische Reval. Alles is stil, aan het bekomen van het grote feest dat gebruikelijk met barbecues in de bossen wordt gevierd. Bij een ruïne-hotel-klooster zijn ze zo lief toch koffie te maken. In Tallin gaat het leven gewoon door, een grote stad met veel toeristen is nooit 'dicht'. Ons appartement is in het centrum, boven enkele kroegen, maar dubbel glas en goede isolatie zorgen voor rustige nachten. Op een enkel gebouw na is de binnenstad vol oude woonhuizen, stadspaleizen, pakhuizen met daarboven de burcht, nu het regeringscentrum. Op straatniveau is bijna alles verbouwd tot eet- en drinktent, Macdo's naast 'typical Estonian food' dat verdacht veel op elkaar lijkt. Voor de echte Estse keuken moet je buiten het centrum zijn.

Een voormalig huis van het 'Grote Gilde' is nu een **Historisch Museum** met veel interactief materiaal. Zorgvuldig wordt bijgehouden hoe de verhouding tussen de Estse en niet-Estse bevolkingsgroepen is. De vrees dat het land uiteindelijk in meerderheid niet-Ests wordt, is tastbaar. Daarnaast toont men veel objecten van vroeger tijden, waaronder tot mijn vreugde enkele vitrines met glazen. Bij de ingang enkele oude bekenden zoals de Maigelein, de Berkemeier en een Reichsadler Humpen, allen met Duitse herkomst. In de kelder een in riet ingepakte Spawaterfles waar Peter de Grote nog uit gedronken zou hebben. En een beker die diens tegenstander de Zweedse Koning Karel XII (1682-1718) in Tallin achtergelaten zou hebben. Natuurlijk niet met bewijs te staven, maar twee mooie verhalen, toch?

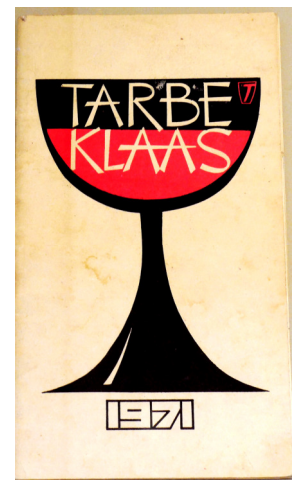




Boven is een kast met een tiental 18^e eeuwse glazen, ook voor het merendeel Duits. Slecht belicht en dus een wazige foto. Verder email-beschilderd glas, dat kennelijk eind 19^e eeuw in Rusland in de mode was en een gegraveerde beker uit 1916, vervaardigd door de St Petersburg Keizerlijke Glas en Porselein Fabriek (1744-1917), daarna de Staats Porselein Fabriek. Interessant, want zoveel Russisch glas kom ik niet vaak tegen.



In het **Design Museum** treffen we een tentoonstelling gewijd aan de ‘**TarbeKlaas Factory**, die van 1941 tot in de jaren '90 produceerde en nu nog als **Glasstone** bestaat. Daarvoor was het de glasfabriek van Johannes Lorup (1901-1943), die als fabriekseigenaar naar een Gulag bij Swerdlowsk werd afgevoerd en daar stierf. Voor zover ik kan nagaan was Lorups fabriek een ‘spin-off’ van de in 1792/5 in Meleski door Carl Philip Amelung begonnen glashut, die via diverse eigenaren tot 1916 doorgewerkt zou hebben. Amelung is een bekende familie van glasmakers en kwam, op de vlucht voor de invallende Fransen eind 18^e eeuw uit Grünenplan in Braunschweig. Een neef Johann Friedrich week al eerder uit naar de USA en begon daar de ‘New Bremen Glass Factory’ (1784-1795). De waarschijnlijk eerste glashut in Estland is in 1628 door de Zweedse Jakob de la Gardie (1583 Tallin-1652 Stockholm) in Hütü begonnen.



De tentoonstelling van TarbeKlaas biedt een goed overzicht van de ons ook bekende stijlen in de 50'er, 60'er en 70'er jaren. Maar in Sovjet-Estland kwam alles wat later in de mode. De catalogus legt uit dat dit onder meer kwam omdat elk ontwerp vooraf bureaucratisch getoetst moest worden aan de heersende politieke lijn. Men kan zich voorstellen dat ontwerpers bij

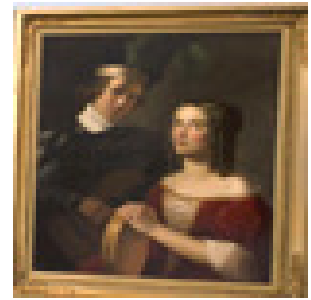
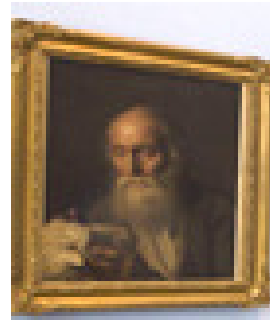


TarbeKlaas nogal wat frustratie gewend moesten zijn.



in een klein huisje op het terrein woonde. Het paleis is een Barokjuweeltje met mooie -veel Nederlandse- schilderijen en meubels en een dito tuin. De bescheiden omvang is een verademing bij veel soortgelijke gebouwen in diverse landen die 'groot is mooi' als motto lijken te hebben. De wijk ligt in een park met veel mooie klassieke houten huizen. Ook het Kunstmuseum KUMU ligt er, dat Estse kunst van de 18^e eeuw tot nu biedt in een fonkelnieuw gebouw. Een hele verdieping voor de verplicht sociaal realistische Sovjetkunst, die hier en daar wel kwaliteit heeft. Contemporaine kunst is meest video en foto's.

Met prachtig weer naar het openluchtmuseum van Rocca di Mare, genoemd naar het huis van de stichter. Een reusachtig gebied, net buiten Tallin aan het water van de Finse Golf. Te veel om alles op te noemen: alle kenmerkende -houten- huizen, kerken, winkels en werkplaatsen van de diverse streken binnen Estland staan er. Vlak ernaast een reusachtig winkelcentrum, gloednieuw met alle bekende merken.



Met een trammetje naar de buitenwijk Kadriorg voor het gelijknamige paleis dat Peter de Grote voor zijn vrouw Catharina liet bouwen. Het verhaal gaat dat hij zelf liever



De terugtocht door Estland langs de Letse kust.

Onderweg werd er gehooïd, overal ooievaars op nesten en tussen het gras, mijlenlang bossen. Via Riga naar de badplaats **Liepaja** (vroeger Libau), in de Sovjettijd een gesloten stad want belangrijke marinehaven. De binnenstad moet dat duidelijk nog te boven komen, het swingt er nog niet. In de haven liggen een paar Letse marineschepen. Maar het strand is ruim, het water is warm en er zijn standtenten waar we een dagje bij 'de Red Sun Buffet' bivakkeren. Daarna bij Klaipėda met een pontje over naar de Koerse Schoorwal, een 100 km. lange en zo'n km. brede landtong met hoge beboste duinen. Aan de landzijde een zoetwater meer gevoed door de rivier Memel, aan de ander kant ligt de Oostzee. Er zijn enkele kleine dorpjes, die al in de Duitse tijd een geliefd vakantieoord waren. Thomas Mann had hier z'n buitenhuis. De zuidelijke helft is Russisch (Kaliningrad) en niet gemakkelijk te bezoeken. Wij verblijven in de grootste plaats, Nida: fietsen, wandelen, naar het Oostzeestrand en over het water uitkijken.

Na een paar dagen is het tijd voor de veerboot naar Kiel en Plön waar we bij Hella en Jürgen onze spullen ophalen. En dan naar huis, het is wel even wennen dat je hier meer dan 90 km. mag rijden. Terug kijkend heb ik maar zeer weinig mooie glazen en flessen gezien. Maar het 'avontuur' van drie volstrekt onbekende landen was er niet minder om.

A quest for the history of making glass in the Baltic States

Summary



Books, focusing on glass made in the northern European countries, rarely mention the Baltic states of Lithuania, Latvia or Estonia.

Nor did I ever see glass objects from those countries for sale on eBay or any other auction room.

A while ago a German glass collecting friend mentioned to me two late 19th century bottle manufactories near Riga, the capital of Latvia. It made me curious about what was produced during the preceding centuries. Did they make their own glass or was it imported? The lack of information about the existence of Baltic glass puzzled me, as the conditions for glassblowing were favorable there: an abundance of wood, sand and water, wealthy cities and a tradition of trade connections with glass producing and importing countries, such as Germany, Sweden, Poland and Russia. Besides, many Hanseatic traders had trading posts in all major cities. In their home countries they knew the

art of glassmaking and they would have valued the profit of selling glass.

So when my wife and I decided to make a 5-week roundtrip in the three Baltic States this question was, next to enjoying a nice holiday in unknown territory, foremost on my mind. The first week in Lithuanian places such as Klaipeda (formerly known as German Memel) and Kaunas (for some years the capital) I drew a blank, although the apothecary museum in the latter town had a nice collection of medicinal utensils, although from an unknown provenance. In the estate-like historic open air museum of Rumsikes an antiquarian assured me that no glass had ever been made in Lithuania. It made me almost reconciled to the fact that I would not find anything worthwhile in the field of glassmaking on this trip.



However, upon entering the historic capital of Vilnius, I had a stroke of luck. In the Stiklio Gatvė (which, as I did learn later means: Glass Street) I discovered a plaque, commemorating the 16th century nobleman Martynas Paleckis, who received a monopoly from Sigismund II August (1520-1572), King of Poland and Grand Duke of Lithuania, to make glass. For this privilege he had to supply a certain amount of glasses & bottles to the court for free. Paleckys was an entrepreneur. So far, I could not find out whether he employed foreign or local glassblowers, but I hope further study will bring this to light.



Sigismund II August, by Cranach the Younger (1515-1586)

My initial question solved, I later on found several references to glass making or -trading in Riga, the capital of Latvia, in Tallinn, the capital of Estonia and in more

rural areas where predominantly bottles and window panes were made.

Due to the violent history of the Baltic states in the 20th century (WW-I, Russian revolution, a war of independence, WW-II with Nazi and Soviet occupation, downfall of the Soviet Union and finally independence), hardly any historic artifacts have survived today, especially not glass objects. Therefore many museums 'proudly' present well made replica or fragments of what once were beautiful glasses. Not even the bottles of the once world famous 'Riga Balsam', a herbal bitter, invented in



1800 by the Lithuanian apothecary Abraham Kunze, have survived, although the sealed pocket flasks can be found in bottle collections outside the country. The company is still in business, although the original recipe, with 24 ingredients, was lost during WWII. To day's Riga Black Balsam is a drink with 45% alcohol, an item of national pride and a 'must' for tourists looking for a souvenir.



From left to right: Mid 19th century covered bowl, cut and faceted. Russian. One of the many replica Riga Balsam Flask, 1820-1840. H. ca. 13 cm.;

Zwalken over de TEFAF-beurs

John Poot



Een 17^e eeuws huis met 10 prachtig ingerichte kamers zoals de hal, pronkkamer, eetkamer, de keuken, slaapkamers, de babykamer etc. en ingericht met zo'n 200 stuks miniatuur zilver en Delftsblauw. De vraagprijs was maar € 1.750.000. Dit poppenhuis was al bij de pre-opening verkocht aan een particulier uit Amerika die het in bruikleen geeft aan een museum in Florida. Dat heeft al een 'Dutchroom' met Hollandse meesters aan de wand en veel ander Hollands antiek en dit poppenhuis is daar een mooie en gewenste aanvulling op.

Het was een van de eerste dingen die opviel en die ook het gesprek van de dag waren bij mijn eerste bezoek aan de TEFAF 2017. Ik had twee toegangskaarten en de reis naar Maastricht cadeau gekregen van mijn collega's van Park Plaza Utrecht bij mijn pensionering. Omdat ik vind dat je beter alleen over een beurs of door een museum kunt zwalken, had ik een hotel

geboekt en heb ik er 2 dagen rondgelopen. Dat was maar goed ook, er is zoveel te bekijken, te beleven en te ontdekken. In een dag is dat eigenlijk niet te doen. Bovendien wilde ik als lid van 'De Oude Flesch' zoeken naar objecten van gebruiksglas, er een stukje over schrijven en wat foto's maken voor ons Tijdschrift. Ik ben een leek op dat gebied en zou weinig over de techniek of het soort glas kunnen toelichten. Maar ik kan wel melden of ik iets mooi dan wel lelijk vind.

Bij het poppenhuis was het helaas te druk om een goede foto te maken maar die stonden wel in de catalogus. Dan door naar de schilderijen. Van alles door elkaar, thema's wisselen per stand maar het is in één woord geweldig en, anders dan in een museum, kan je er heel dichtbij komen. Er zijn maar weinig of geen koortjes gespannen. Mijn persoonlijke voorkeur gaat uit naar figuratieve kunst en die was daar in volle breedte te bewonderen, van zwaar kerkelijke thema's tot de Hollandse landschappen, stadsgezichten en de inkijsjes van kroegen en etablissementen.

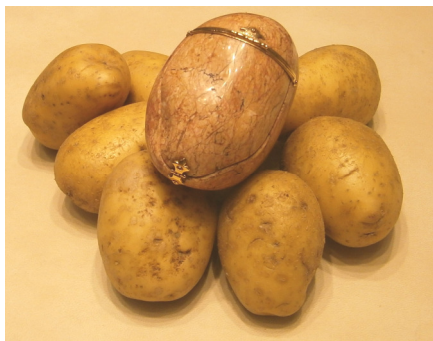
Na de hal met schilderijen de trap op naar de eerste verdieping. Daar zag ik, tegenover een grote en indrukwekkende promotiestand van museum Galleria Borghese uit Rome, het eerste gebruiksglas in de promotiestand van de vereniging Rembrandt. **Een glazen bord** van helder kleurloos Venetiaans glas met diamantgravure in 'kant motief'. Twee eilandjes in de lagune van Venetië de een wereldberoemd om zijn glasproductie en het andere om zijn naaldkunst zijn herkenbaar in dit geraffineerd gedecoreerde bord met een doorsnee van 24,4 cm, gemaakt in de periode 1685 – 1700. Het is in 2014 ontdekt op de PAN en met steun van de vereniging Rembrandt aangekocht door het Gemeentemuseum Den Haag dat een grote glasverzameling bezit. In nummer 144 heeft ons Tijdschrift er al aandacht aan besteed. Ook staat er een forse 18e eeuwse **Daumenbecher** met deksel.

In de hal met 'Antiques' kwam ik meer gebruiksglas tegen maar wel minder dan gedacht: bij twee stands: kunstzalen A. Vecht en kunsthandel Jacques Fijnaut beide uit Amsterdam. Ik heb daar wat foto's kunnen maken om er een indruk van te geven. De prijzen heb ik maar niet gevraagd, maar kijk eens naar 'Tussen Kunst & Kitsch' met iets in de plus.

De stand van Sassoon uit London heeft mij versteld doen staan. Ik zag een **glasbokaal gevuld met scherven** van een porseleinen bokaal, met een prijskaartje van € 21.800. Ben toen eerst maar een pilsje gaan drinken op een terrasje buiten de beurs om te bekomen. De tweede dag ben ik weer terug gegaan naar Sassoon en heb met een van de mensen gesproken. Het bleek werk te zijn van de kunstenaar Bouke de Vries (Utrecht, 1960). Er stonden er nog drie en in de folder nog een, al verkochte, vierde. De glazenbokaal heeft exact de vorm en maten van de bokaal die in scherven de inhoud vormt en ook de krullen en versieringen op het origineel worden op de heldere glasbokaal herhaald. Thuis heb ik www.boukedevries.com bezocht en kwam meer en in meerdere vormen glas en scherven tegen die onderdeel zijn van zijn werk. Een geweldig leuk idee want elke glasverzamelaar heeft wel iets wat in scherven is gevallen, weggooien blijft toch zonde.

Bij het porselein was ik onder de indruk van Aronson uit Amsterdam. Echt prachtige kunstwerkjes met natuurlijk wel de bijpassende prijsjes. Ik kreeg een mooi boek met info over de Nijstad Collection en ook veel over the Morpurgo familie. Deze startte al in 1869 een antiekzaak in de oude Hoogstraat. Hij bestaat nog steeds, sinds 2000/2001 op de Herengracht.





In de vitrines bij 'la Vieille Russie' uit New York lag, goed uitgelicht, een ruim **maaltje rauwe aardappelen**. De bovenste was echter geen aardappel maar een kunstwerk van Fabergé uit St. Petersburg 'The Fabergé Potato' uit 1890. Ik wist wel van de wereldberoemde eieren maar dat er ook aardappels bestonden was nieuw voor mij!

Bij Vecht kwam ik naast het glaswerk ook een van mijn persoonlijke voorkeuren tegen, een **Bobbejak**. De eerste die ik leerde kennen kwam uit de collectie van Anton Dreesmann en later kwam er ook een tevoorschijn bij het programma 'Tussen Kunst & Kitsch'. Een Bobbejak is een porseleinen vaatje (meestal een jenevervaatje) in de vorm van een ton of bak, vaak met kraantje en er boven op zit een mannetje of vrouwtje.



Die uit de Dreesmann collectie ging voor f 32.000, het TEFAF-exemplaar heeft een vraagprijs van € 18.000. Als ik er een zie moet ik aan mijn eigen verzameling denken, aan de drie op tonnetjes zittende figuren van Bols: Marianne (France), John Bull (GB) en Uncle Sam (USA). Dat zijn likeurflesjes en dus geen Bobbejaks en ook veel kleiner. Ook een van een Duits DOF- lid gekocht Delftsblauw kannetje van het 'Grand Hotel Central - The Hague' is veel kleiner en zonder tapkraantje. Ze zijn wel leuk, maar ik wil geen appels met peren vergelijken.

Ik heb nog twee Bobbejaks gevonden, in de stand bij Jorge Welsh uit London en Lisabon. Achterin stonden 'Two Seated Dutchmen flasks' (China Qing dynasty, Qianlong period 1736 – 1795, ca 1760-1780). Beide worden in één koop verkocht en hebben lichte beschadigingen en één mist het tapkraantje. Maar ze staan er geweldig bij en ik heb zelfs naar de vraagprijs gevraagd. De dame moest even in haar papieren kijken, liet mij meekijken en daar stond 288.000. Ik heb maar niet gevraagd of dit Britse ponden of euro's waren.

Een verrassing was het oog in oog te staan met de **Dessau Goblet**, een dekselvaas uit 1700, genoemd naar het Residenzschloss Dessau, woonoord van de Vorsten en Hertogen van Anhalt-Dessau in wat tegenwoordig Polen is. De decoratie is aangebracht door meestergraveur Friedrich Winter die in 1687 van Graaf Schaffgotch toestemming kreeg een op waterkracht werkende slijperij te schichten in Hermsdorf (Silesië).

Ik heb maar niet naar de prijs gevraagd. In 2013 werd deze vaas geveild bij Bonhams in Londen voor BP 277.250,-



Naast schilderijen en antiek zijn er ook veel sieraden te bewonderen. Daarnaast stond allerlei kunst uit de oudheid van Griekenland, Egypte en omstreken te pronken naast het moderne werk en het vele design. Speciaal voor de in Antiek resp. Romeins glas geïnteresseerde lezers heb ik wat extra foto's gemaakt. Hans van Rossum was zo vriendelijk om daar een toelichting bij te geven.



Het geheel was indrukwekkend, de indeling van de beurs was goed met ook veel plaatsen voor wat culinair genoeg. Volgend jaar is er van 9 tot 18 maart weer een TEFAF en daar wil ik zeker weer naar toe.

*17e eeuwse Façon de Venise glas
(In het Duits ook wel Ringelbecher genoemd)*



Rechts:
Grote schenkan van
blauwgroenig glas, greep
idem en halverwege de nek
bevestigd wat een kenmerk
is voor een productie in de
1^e eeuw, Westelijk Romeinse
Rijk, waarschijnlijk Italië.



Links: Unguentarium van aubergine glas met wit opaak
glasdraaddecoratie. Vrij geblazen, Oostelijk Middellandse zeegebied,
1^e eeuw AD. Rechts: Amphoriskos van helder geel glas met twee
grepen van geelgroenig glas. Vrij geblazen, Oostelijk Middellandse
Zeegebied, gedateerd 2^e-3^e eeuw AD.



Van Links naar Rechts: Amphoriskos van aubergine glas met twee grepen die verschillend aan de
nek zijn bevestigd. Vrij geblazen, Oostelijk Middellandse zeegebied, 1^e – 2^e eeuw AD.
Amfoortje van geel glas met twee greepjes en een ring rond de nek van groen glas. Vrij geblazen,
Oostelijk Middellandse zeegebied, 3^e – 4^e eeuw AD.
Alabastron, gemaakt volgens de kernglastechniek, gedateerd 5^e eeuw voor Chr., Oostelijk
Middellandse Zeegebied.; Unguentarium van vaal blauw glas vervaardigd met in bolvormige punt
uitlopende basis, Oostelijk Middellandse Zeegebied of Italië, 1^e eeuw AD.; Potje van geel glas met
vier grepen en zogeheten kraagrand, Oostelijk Middellandse Zeegebied, 4^e eeuw AD.



Een drietal glazen schalen, waarschijnlijk Islamitisch -
Iraans en 10 – 11^e eeuw AD.





De consumptie van industrieel bereide ‘drinkklare’ vruchtensappen heeft de laatste decennia een hoge vlucht genomen. Consumenten kunnen kiezen uit een scala van eenvoudige en samengestelde, al dan niet gekoelde vruchtensappen met en zonder vruchtvlees in uiteenlopende verpakkingen (karton, kunststof, glas) en inhoudsmaten. Uit cijfers van brancheorganisatie FWS (frisdranken, waters, sappen) blijkt dat de per capita consumptie van vruchtensappen om en nabij de 15 liter per jaar bedraagt. In 1973 was dat nog maar 5 liter. Overigens loopt de consumptie de laatste jaren wel iets terug, vooral omdat steeds meer consumenten beseffen dat vruchtensappen net zo calorierijk zijn als frisdranken en dus de kans vergroten op overgewicht en diabetes type 2.



Prof. Ir. Albrecht Marinus Sprenger (1881-1958)

Anders dan de industriële bereiding van frisdranken, waarvan de geschiedenis aanvangt in de negentiende eeuw, is die van vruchtensappen pas in het tweede kwart van de twintigste eeuw op gang gekomen. Wat de komst ervan lange tijd in de weg heeft gestaan was de zeer beperkte houdbaarheid van geperst vruchtensap. Alleen door pasteurisatie kon microbiologisch bederf worden tegengegaan en de houdbaarheid worden opgerekt. Probleem was echter dat de smaak daardoor sterk achteruitging. Nieuwe filtratie- en conserveringstechnieken maakten het na de Eerste Wereldoorlog mogelijk om ook ‘langs koude weg’ (zonder pasteurisatie) vruchtensappen te bereiden die langere tijd houdbaar waren. De microfilterplaten van Seitz (1917) in combinatie met opslag van geperst vruchtensap in roestvrijstalen tanks onder koolzuurdruk (Böhi-procédé, 1912) reduceerden de kans op bederf en gisting. Uiteraard moest ook aan bedrijfsuitrusting en emballage hoge hygiënische eisen worden gesteld. Pulp- en persmachines dienden voortdurend te worden gereinigd om schimmels geen kans te geven. Ook de glazen flessen waarin vruchtensappen werden verpakt en de gebruikte (kroon)kurken dienden absoluut steriel te zijn. Waren deze niet kiemvrij dan kon alsnog gisting in de fles optreden met alle explosiegevaars van dien. Omdat gisting nooit voor de volle 100% uit te sluiten viel was het raadzaam om gebottelde vruchtensappen eerst enkele weken op te slaan. Na controle op eventuele vlokvorming konden flessen dan worden geëtiketteerd en waren ze gereed voor verkoop. In Nederland kreeg het gecombineerde Seitz-Böhi-procédé grote bekendheid door Prof. Ir.



Twee foto's gemaakt in het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt in Wageningen (1935); Het kneuzen van vruchten en de opslag in roestvrij stalen vaten onder koolzuurdruk.

Albrecht Marinus Sprenger (1881-1958) van het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt te Wageningen. Sprenger en zijn laboratoriummedewerkers deden vanaf 1932 onderzoek naar de mogelijkheid om in Nederland op industriële schaal vruchtensappen te gaan produceren, zoals dat in Duitsland en Zwitserland reeds enige jaren het geval was. Hierover schreven hij en zijn medewerkers een groot aantal populair-wetenschappelijke artikelen. Op uitnodiging van tuinbouworganisaties en fruitteelaars hield Sprenger regelmatig lezingen en voordrachten over industriële vruchtensapbereiding en ook voor de radiomicrofoon sprak hij er over. Wat hij vooral wilde

bereiken was een waardevolle bestemming voor het nauwelijks verkoopbare ‘ondereind’ van de Nederlandse appeloogst, de appeltjes van tweede en derde kwaliteit die op de veilingen massaal werden doorgedraaid. De onderzoeken van Sprenger werden begeleid door de Commissie tot Verwerking van Nederlandsch Fruit, waarin vertegenwoordigers van overheid, land- en tuinbouworganisaties en bedrijfsleven zitting hadden. Het secretariaat van deze commissie werd gevoerd door de Nederlandsche Heidemaatschappij te Arnhem.

Aangemoedigd door professor Sprenger en voortdurend gebruikmakend van zijn expertise begonnen vanaf 1932 verschillende Nederlandse bedrijven proefnemingen te doen met het pulpen en persen van appels tot appelmost. De benaming appelmost (of zoete most van appels) was overgenomen uit het Duits. Opslag onder koolzuurdruk verleende het een mousserend karakter. Door het appelsap voor botteling nogmaals door microfilters te persen kon deze mousse worden verwijderd maar aanvankelijk gebeurde dit veelal niet. De koolzuurbelletjes werden juist gezien als iets dat de aantrekkelijkheid van het product verhoogde. Merkartikelen die vanaf 1933 onder de productbenaming appelmost op de markt kwamen, hadden dan ook meestal een licht mousserend karakter.

Vruchtenconserven- en vruchtenwijnproducenten

Zoals te verwachten viel waren het vooral de Nederlandse producenten van vruchtenconserven die grote interesse toonden in de productie van appelmost. De vruchtenconservenindustrie maakte in de jaren dertig zware tijden door. Terwijl het ene na het andere land de gouden standaard vaarwel zei, bleef Nederland tot september 1936 hardnekkig vasthouden aan de waarde koppeling tussen gulden en goudprijs. De 'gave gulden' maakte veel Nederlandse producten voor buitenlandse afnemers peperduur. Conservenproducenten stond daardoor geen andere weg open dan zich meer te oriënteren op de binnenlandse markt. Met het nieuwe product appelmost kon mogelijk een verruiming van de binnenlandse markt worden bewerkstelligd. Bedrijven als N.V. Maatschappij De Betuwe (Tiel) en Vink's Conservenfabrieken N.V. (Hien-Dodewaard) namen de productie van appelmost ter hand. Zij positioneerden het artikel als een gezonde 'verfrissingsdrank' voor jong en oud en als een alcoholvrij alternatief voor wijn.



Ook werd het gepresenteerd als een ideale energiebron voor

Links; Advertentie De Tijd 22-06-1936; Rechts; Advertentie Nieuwsblad van het Noorden, 10-04-1933.

sportlieden en atleten.

De appelmost van De Betuwe werd verkocht onder de merknaam Rijno (1933) en die van Vink onder de naam Rex (1934). Beide producten werden gebotteld in wijnflessen van 70 cl.

Ook enkele producenten van vruchtenwijn zagen wel wat in het nieuwe product. L.W. (Lu) Hooghoudt (1896-1977) van de Groningse distilleerderij en vruchtenwijnproducent H.J. Hooghoudt was verantwoordelijk voor de ontwikkeling van een appelmost genaamd Goudoogst. Lu Hooghoudt was zo bezeten van het Goudoogst-project dat zijn vrouw op zeker moment het onderwerp appelmost in huiselijke kring taboe verklaarde omdat hij over bijna niets anders meer praatte.

Goudoogst werd vanaf april 1933 door Hooghoudt in hele en halve wijnflessen op de markt gebracht. Hooghoudts preoccupatie met Goudoogst had er waarschijnlijk mee te maken dat hij op de hielen werd gezeten door twee regionale concurrenten, N.V. Woldring & Idema (Groningen) en firma H.J. Phaff (Winschoten). De appelmost van Woldring & Idema werd op de markt gebracht onder de merknaam Wigco, die van Phaff onder de naam Amato. Ook deze bedrijven maakten voor de botteling van hun appelmost gebruik van hele en halve wijnflessen. De merknaam Amato verwees naar een land- en tuinbouwtenoonstelling die in september 1934 was gehouden in de Amsterdamse markthallen. Op die tentoonstelling had het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt uit Wageningen een stand ingericht waarin het toegestroomde publiek kon proeven van de verschillende merken appelmost die inmiddels op de Nederlandse markt verkrijgbaar waren. Na deze drukbezochte tentoonstelling ging Phaff dus met de naam Amato aan de haal!

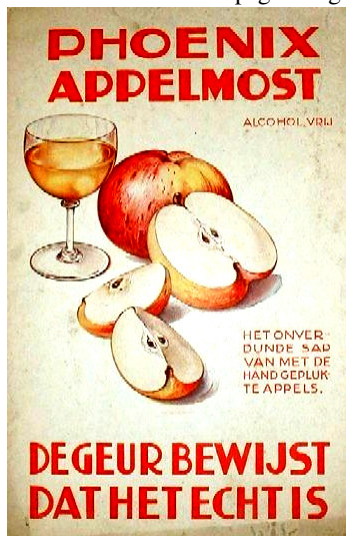


De Amsterdamse Centrale Markthallen aan de Jan van Galenstraat, ook wel 'De grote Buik van Amsterdam' genoemd, werd gebouwd in 1932 naar ontwerp van Nico Lansdorp, die ook het Amsterdamse Vossius Gymnasium ontwierp. Het was een initiatief van de Amsterdamse wethouder de Miranda. Doel was om de overlast van de open markt in de Marnixstraat te beëindigen waar de vele kramen en kleine handelaren het verkeer bijna onmogelijk maakten. De opening werd gevierd met de Amato tentoonstelling die ook door Prinses Juliana werd bezocht. Sinds 2007 heeft het gebouw de status van Rijksmonument. Sinds de groothandel verplaatst is naar het havengebied bestaan plannen voor een cultureel/sociale bestemming van het complex.



Vreemde eenden in de bijt

Na de nodige proefnemingen en voorbereidingen introduceerde in het voorjaar van 1934 distilleerderij M. Dirkzwager Azn. (Schiedam) een appelmost genaamd Apsa. De interesse van Dirkzwager in appelmost vloeyde voort uit de teruglopende jeneverexport. Net als de export van conserven had ook die van jenever te lijden onder het regime van de gawe Nederlandse gulden. Voor de productie en verkoop van Apsa werd door de gebroeders Cornelis (1895-1957) en Paul Dirkzwager (1900-1989) een speciale vennootschap opgericht: N.V. Fruitdrank. Apsa was verkrijgbaar in horecaflesjes van 25 cl en winkelflessen van 50 en 75 cl. Om het product onder de aandacht van het publiek te brengen werd een reclamecampagne begonnen waarin benadrukt werd dat Apsa gezond was voor kinderen



maar ook geschikt als maaltijdbegeleider voor volwassenen. Ook werd in sportbladen geadverteerd. Elk najaar werd de Apsa-fabriek opengesteld voor excursies en waren ook journalisten welkom om verslag te komen doen van de 'appelencampagne'.

Een andere vreemde eend in de bijt was de N.V. Phoenix Brouwerij (Amersfoort). Het motief voor Phoenix om appelmost te gaan produceren was vooral gelegen in de stagnerende binnenlandse bierverkoop. Phoenix Appelmost (1934) was een product dat de tegenvallende bierverkoop moest compenseren en de omzet op peil moest houden. Het werd door de brouwerij zowel in horecaflesjes van 28 cl gebotteld als in grote flessen voor de winkelverkoop. De verkoopdirecteur van de brouwerij, Wicher Hooite Meursing (1895-1980), was er zo op gebrand Phoenix Appelmost tot een succes te maken dat hij zelfs bereid was praatjes over appelmost te houden voor verenigingen van geheelonthouders – waar een brouwer per definitie niet zijn beste vrienden treft.

Hero Perl

Waar alle voornoemde bedrijven bij het opstarten van de appelmostproductie dankbaar gebruik maakten van de expertise van professor Sprenger ging N.V. Hero Conserven Breda haar eigen weg. Na overleg met het Zwitserse moederbedrijf in Lenzburg koos Hero-directeur R.A.M.J.J. (Rinus) Jansen (1880-1954) ervoor om in Breda een Zwitsers product in licentie te gaan vervaardigen. Van Julius Schlör A.G. (Menziken) werden in 1932 recept en bereidingswijze van Schlör Apfelperle overgenomen, waarvoor Hero gedurende tien jaar een licentievergoeding aan Julius Schlör verschuldigd was. Het door Hero gekochte productieprocédé, aangeduid als het

Schlör-Kaltsteril-

Abfüllverfahren, verschilde

overigens nauwelijks van het door Sprenger gepropageerde Seitz-Böhi-procédé. Alle benodigde machines werden door Hero aangeschaft in Zwitserland en ook het ontwerp voor de nieuwe te bouwen fabriek was van Zwitserse origine. Hero pakte het duidelijk grootschaliger en voortvarender aan dan alle andere Nederlandse appelmostproducenten. Door een beproefd productieproces 1 op 1 te kopiëren hoopte Rinus Jansen snel te de concurrentie te kunnen overtroeven. Door zich te verlaten op bewezen technologie kon alle energie worden gericht op het opzetten van een effectieve verkooporganisatie en een geoliede reclamecampagne, wat door andere appelmostproducenten nogal eens werd vergeten.



Het product dat in februari 1933 onder de naam Hero Perl werd geïntroduceerd in flessen van 38 cl was strikt genomen geen appelmost. Het bestond voor de helft uit appelsap en voor de andere helft uit koolzuurhoudend water. Daardoor bezat Perl een



veel gunstiger kostprijsstructuur dan echte appelmost. Naar de letter van de *Warenwet* was Perl in wezen een vruchtenlimonade, zij het met een veel hoger sapgehalte (50%) dan de volgens het *Jam- en limonadebesluit* vereiste 10%. In advertenties werd Perl aangeprezen als 'vloeibaar Hollandsch fruit'. Productaanduidingen als vruchtensap, appelsap en appelmost werden door Hero zorgvuldig vermeden. Bij het Ministerie van Sociale Zaken, dat verantwoordelijk was voor de *Warenwet*, was van te voren toestemming verkregen om Perl in de handel te brengen zonder warenwettelijke productaanduiding. Voor de meeste consumenten was het onderscheid tussen Perl en appelmost nogal diffuus: beiden smaakten naar appel, waren goudgeel van kleur en koolzuurhoudend – zij het dat Perl veel meer prik bevatte dan appelmost. Wat consumenten echter wel goed in de gaten hadden was dat een fles Perl van 38 cl voordelig was. Bij kruidenier of slijter kostte zo'n fles in 1933 16 cent terwijl bijvoorbeeld een 35 cl fles Goudoogst van Hooghoudt meer dan het dubbele kostte.

Perl versus Appelflip

Natuurlijk was Perl vanwege zijn receptuur in de ogen van appelmostproducenten een verwerpelijk, want concurrentievervalsing, artikel. Protesten bij het Ministerie van Sociale Zaken haalden echter niets uit. Gelukkig had Perl ook een zwakte waarop het kon worden aangevallen: de fles waarin het door Hero werd gebotteld. Veel horeca-ondernemers vonden die fles van 38 cl eigenlijk te groot. Zij prefereerden flesjes die goed waren voor één consumptie. Daarmee viel meer winst te behalen dan met de verkoop van flessen waaruit twee glazen konden worden geschonken. Om Perl de voet dwars te zetten introduceerde De Betuwe in april 1935 een

appelmost die eveneens was aangelengd met koolzuurhoudend water. Het appelsapgehalte van Betuwe Appelflip bedroeg 90%, waardoor de intrinsieke kostprijs nog altijd een stuk boven die van Perl lag. Maar omdat Appelflip in flesjes van 27 cl werd gebotteld kwam de horecaverkoopprijs ongeveer uit op die van een fles Perl van 38 cl. Voor horeca-ondernemers was Appelflip aantrekkelijker: het smaakte beter dan Perl (want bevatte meer appelsap), was verpakt in een *single serve bottle* en kon tegen dezelfde prijs als Perl worden aangeboden. Een jaar lang had De Betuwe veel succes met Appelflip maar toen sloeg Hero keihard terug. In mei 1936 kreeg de 38 cl fles Perl gezelschap van een flesje met een inhoud van 28 cl. De horecaverkoopprijs van dit nieuwe flesje lag uiteraard ruim onder die van Appelflip. Om Appelflip op het punt van kwaliteit te overtroeven lanceerde Hero tevens een product met een appelsapgehalte van 100% (Hero Appelmost/Zoete Most) in flesjes van 28 cl. En in mei 1936 werd het Hero-assortiment uitgebreid met Perl in een 75 cl fles. Met dit artikel werd Rijno, Rex, Apsa en alle andere appelmosten in 70/75 cl flessen prijstechnisch de loef afgestoken. Aan de bijzondere marktpositie van het ongrijpbare product Perl zou pas in 1944 door de overheid een einde worden gemaakt, toen een nieuwe warenwettelijke categorie werd gecreëerd die alle andere producenten in staat stelde zonder voorafgaande toestemming een vergelijkbaar artikel als Perl te lanceren. De productaanduiding van deze nieuwe categorie luidde 'vruchtendrank': verdund vruchtensap met een sapgehalte van ten minste 50% en een al dan niet toegevoegd suikergehalte van tenminste 8%.



Uit wat voor glazen werd appelmost eigenlijk gedronken? Het feit dat de meeste appelmosten in wijnflessen gebotteld waren deed consumenten en kasteleins bij het uitschenken en serveren van deze producten als vanzelf naar een wijnglas grijpen. Vanwege het licht mousserende karakter lag de keuze voor een champagneglas voor de hand. Op de reeds genoemde Amato tentoonstelling (september 1934) konden bezoekers in de stand van het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt voor 15 cent per glas kennismaken met diverse merken appelmost. Bij deze gelegenheid werd het product geserveerd in champagneglazen. Enkele jaren later noteerde een journalist van de *Schiedamsche Courant*, na een bezoek aan de plaatselijke Apsa-fabriek: 'Zoete most smaakt het beste uit een wijnglas, speciaal een champagneglas!' Ook reclameplaten en advertenties maakten duidelijk dat appelmost geserveerd moest worden in een wijnglas. Het eerste, speciaal voor appelmost ontworpen drinkglas, zag eind 1934 het daglicht, ontworpen door Andries Copier van N.V. Glasfabriek Leerdam. Op de Amato tentoonstelling was ook de Leerdamse glasfabriek met een eigen stand aanwezig, ontworpen door Copier. Uiteraard heeft die ook de tentoonstelling bezocht en tevens een kijkje genomen in de zoete most-schenkerij van het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt. Toen hij zag hoezeer het product in de smaak viel bij het publiek en hoeveel producenten reeds met een eigen appelmost ter markt waren gekomen, is Copier onmiddellijk een mostglas gaan ontwerpen.



A.D. Copier; Zoete Moststel, 1934



Druivensap en tomatensap

Het product appelmost kreeg spoedig gezelschap van twee andere soorten vruchtensap: druivensap en tomatensap. Het eerste langs koude weg vervaardigde druivensap verkrijgbaar op de Nederlandse markt, was dat van de Koöperatieve Wijnbouwers Vereniging van Zuid-Afrika (1932). Importeur was de firma Wed. G. Oud Pzn. & Co. (Haarlem). Omdat het een importproduct betrof was KVV Druivensap beslist niet goedkoop. Daar kwam nog bij dat door een lancune in de accijnswetgeving ook over onvergist druivensap wijnaccijns verschuldigd was. Professor Sprenger wees de Minister van Financiën erop dat voor alcoholvrij druivensap en druivenmost een accijnsvrijstelling zou moeten gelden. Ook de telers van Nederlandse kasdruiven uit het Westland, die een kans zagen om de kasdruiven van tweede kwaliteit een waardevolle bestemming te geven drongen bij het Ministerie van Financiën aan op zo'n accijnsvrijstelling. Met succes, want in augustus 1935 werd een wetswijziging doorgevoerd die voorzag in een vrijstelling van wijnaccijns 'voor uit druiven vervaardigde onvergiste dranken'. Op de Jaarbeurs te Utrecht werd in maart 1936 het eerste product gepresenteerd dat door middel van het Seitz-Böhi-procédé was vervaardigd uit Westlandse kasdruiven. Het was vermoedelijk afkomstig uit het Laboratorium voor Tuinbouwplantenteelt te Wageningen maar werd op de markt gebracht door wijnhandel N.V. van den Heuvel & Co. (Rotterdam). Nog datzelfde jaar

introduceerden ook Vink's Conservenfabrieken (Rex), Hero Conserven Breda, De Betuwe (Rijno), Fruitdrank (Apsa) en Hooghoudt (Goudoogst) elk een eigen druivenmost. Mogelijk hebben sommige van deze bedrijven, net als Van den Heuvel, het product aanvankelijk betrokken uit Wageningen. Omdat druivenmost substantieel duurder was dan appelmost bleef het een nicheproduct, dat slechts weggelegd was voor welgestelden en met name gedronken werd bij ziekte en herstel. Veelzeggend is dat Van den Heuvel het product druivensap positioneerde als een medicinale drank onder de benaming bloedwijn: 'onovertrefbaar bij bloedarmoede, bleekzucht, algemeene zwakte, slechte spijsvertering, maaglijden, etc.'

Meer marktsucces was weggelegd voor tomatensap. Al in 1933 werden in Wageningen proeven genomen met de bereiding daarvan. In september 1937 kwam De Betuwe als eerste met Nederlands tomatensap op de markt in twee varianten: naturel en gekruid ('cocktail'). Voor de botteling maakte De Betuwe gebruik van de 27 cl retourfles die ook voor Appelflip werd gebruikt. Dat leverde problemen op: flesjes waarin tomatensap had gezeten bleken veel lastiger te reinigen dan flesjes die Appelflip hadden bevat, vooral als de resten tomatensap flink waren ingedroogd. Hero maakte in september 1938 dezelfde fout door haar nieuwe product tomatensap (eveneens verkrijgbaar in twee varianten) te bottelen in de 28 cl retourfles die ook gebruikt werd voor Perl. Regelmatig kwam het voor dat flesjes Appelflip en Perl door kasteleins en consumenten werden geretourneerd omdat ze verontreinigd bleken door resten tomatensap.



Tijdens de Tweede Wereldoorlog liep de productie van vruchtensappen sterk terug omdat ook consumptiefruit van tweede kwaliteit in de oorlogseconomie gretig aftrek vond. Voor de verwerking tot vruchtensap was daarom veel minder fruit beschikbaar. Wat er nog werd geproduceerd, werd vanaf 1943 vrijwel alleen nog aan ziekenhuizen, sanatoria en verpleeginrichtingen verkocht. Ook aan emballagegoederen (flessen en kroonkurken) ontstond een groot gebrek. Het kwam tot een verplichte inlevering van gebruikte kroonkurken die geschikt moesten worden gemaakt voor hergebruik. Een tijdrovende karwei want ook de kurkinlage moest worden vervangen. Voor de meeste producenten van vruchtensap gold dat de normale bedrijfsvoering pas in de tweede helft van 1946 kon worden hervat. Vooral appelsap werd in de eerste naoorlogse jaren ongemeen populair. Daarbij kregen de vooroorlogse producenten te maken met nieuwe concurrenten, afkomstig uit de frisdrankenindustrie. Die bedrijfstak kon in de eerste naoorlogse jaren bij lange na niet aan de marktvraag voldoen. Om te kunnen produceren was suiker nodig maar die grondstof was schaars en op de bon. Frisdrankfabrikanten keken dus naarstig om naar een vervangend product waarvoor minder of liefst helemaal geen suiker nodig was. Dat was appelsap.





Na een studiereis door Zwitserland begon C.J.G. (Kees) Becht (1917-2016), zoon van een kleine frisdrankfabrikant uit Bergen op Zoom, in juni 1946 een appelsapfabriek. Het bedrijf was gevestigd in een leegstaande brouwerij in zijn geboortestad. Bijgestaan door een Zwitserse levensmiddelentechnoloog introduceerde Becht begin 1947 een appelsap onder de naam B3. Hoewel dit een afkorting was van de bedrijfsnaam C.V. Becht's Dranken-industrie deed die natuurlijk onmiddellijk aan vitamine denken. B3 Appelsap werd gebotteld in horecaflesjes van 28 cl en winkelflessen van 75 cl.

N.V. Vitam Vruchtenproducten Maatschappij (Utrecht) was een in 1945 door Anton van Dam (1915-1956) opgezet bedrijf waarvan het startkapitaal bijeengebracht was door enkele honderden kleine frisdrankfabrikanten die gezamenlijk vruchtenlimonades hoopten te gaan produceren. Omdat Vitam als nieuwkomer geen recht had op een eigen suikertoewijzing, stond het vrijwel geen andere weg open dan appelsap te gaan produceren. Bij de verkoop van het eind 1947 gelanceerde product Vrumona Appelsap werden de aandeelhouders van Vitam actief betrokken. Omdat deze verspreid waren over heel Nederland maakte het nieuwe merkartikel een vliegende start.



Slinkende binnenlandse bierverkopen maakten dat Heineken en Amstel in 1947 steeds grotere interesse aan de dag begonnen te leggen voor frisdranken. Omdat ook zij niet in aanmerking kwamen voor een suikertoewijzing zetten beide brouwerijen begin 1948 een joint venture op voor de productie van appelsap. Deze joint venture kreeg de naam Polar N.V. Polar Appelsap werd vervaardigd in de Sint-Servatiusbrouwerij te Maastricht (eigendom van Heineken) en werd net als Vrumona Appelsap gebotteld in flesjes van 25 cl. Dat Polar Appelsap kon profiteren van het horecanetwerk van de twee grootste brouwers van Nederland bestempelde ook dit merkartikel als bijzonder kansrijk. Toch liep het allemaal anders.

Inzinking

In november 1948 werd de suikerrantsoenering opgeheven met als gevolg dat weer ongelimiteerde volumes frisdrank konden worden geproduceerd. Doordat de markt in 1949 werd overspoeld met Coca-Cola, vruchtenlimonades en limonadegazeuses, liep de consumptie van appelsap dramatisch terug. Zelfs een flinke reclamecampagne voor appelsap, gefinancierd door het Centraal Bureau voor de Tuinbouwveilingen, kon daar geen verandering in brengen. Pijnlijk duidelijk werd dat appelsap voor veel consumenten niet meer dan een substituuatproduct was geweest. De malaise op de appelsapmarkt maakte dat de drie belangrijkste nieuwkomers besloten hun krachten te bundelen en begin 1951 gingen samenwerken onder de naam Vrumona N.V. De producten Vrumona Appelsap en Polar Appelsap werden teruggetrokken en vervangen door B3 Appelsap. Voor de horecaverkoop werden nieuwe flesjes aangeschaft die voorzien waren van een onuitwisbaar 'ingebrand' etiket. Hiervan en van de door reclamebureau Van Maanen bedachte leus 'B3 smaakt 3 maal beter!' (1949) gingen een grote wervende kracht uit. Vrumona groeide met B3 uit tot een vooraanstaande vruchtensapproductent. De malaise die in 1949 op de appelsapmarkt had geheerst was midden jaren vijftig al bijna weer vergeten.

Dat eind 1948 werkelijk niemand rekening had gehouden met een inzakkende vraag naar appelsap, blijkt uit het feit dat precies op dit keerpunt van de markt een nieuwe appelsapfabriek in gebruik werd genomen. Deze fabriek in het Groningse Warffum was onderdeel van Wilco Conserven N.V., een bedrijf dat ook een vestiging had in Assen en dat eigendom was van de gebroeders J.E. (Jan) (1888-1957) en H.H. (Rieks) Willemsen (1892-1968). Wilco Appelsap, dat gebotteld werd in witglazen 25 cl flesjes, was geen glorieuze toekomst beschoren. Weliswaar slaagden de gebroeders Willemsen erin om de andere Groninger appelsapproductenten (Phaff, Woldring & Idema, Hooghoudt) te marginaliseren of uit de markt te drukken maar Wilco Appelsap groeide nimmer uit tot een landelijk bekend merkartikel. In 1953 werd de vestiging in Warffum afgesplitst van Wilco onder de naam Rixona Conserven N.V. Als gevolg daarvan werd Wilco Appelsap heruitgebracht onder de naam Rixona Appelsap. Onder directie van Rieks Willemsen ging Rixona zich echter hoe langer hoe meer toeleggen op de productie van aardappelpuree-poeder.



Advertentie Nieuwsblad van het Noorden, 4-10-1952



Boven; Horecaflesje 1955;
Daaronder; Winkelflessen. 1972.
Rechts; Horecaflesje 1962.

Jus d'orange doet zijn intrede

Rond 1950 deed een nieuw product zijn intrede op de Nederlandse vruchtensappenmarkt: kant-en-klare jus d'orange. Tot dan toe wist de Nederlandse consument niet beter dan dat een glaasje sinaasappelsap alleen verkregen kon worden door zelf een paar sinaasappels uit te persen. De kant-en-klare jus d'orange was verpakt in blikken van ongeveer een halve liter, die geïmporteerd waren uit de Verenigde Staten. In de zomer van 1951 kostte zo'n blik 'uit zonnig Florida' bij Albert Heijn 55 cent, bij Gebr. De Jong 56 cent en bij Simon de Wit 59 cent – maar dat was jus d'orange uit Californië van het merk Del Monte. Zo'n blik sinaasappelsap behoorde zeker niet tot de dagelijkse boodschappen. Vermoedelijk haalden consumenten alleen bij bijzondere gelegenheden (feestjes en verjaardagen) een blik in huis en denkbaar is tevens dat de inhoud dan werd gebruikt als basis voor vruchtenbowl en niet om uit te schenken in glazen. Veel Nederlanders wisten überhaupt niet wat ze met jus d'orange uit blik aanmoesten. Was het wel even gezond en veilig als vers geperst sinaasappelsap? En moest je meteen het hele blik leegschenken of kon je het ook in blik bewaren?

Ook in de horeca deed jus d'orange begin jaren vijftig schuchter zijn intrede. Eén van de eerste aanbieders was R.H.W. Limonade- en Vruchtenproductenfabriek N.V. (Leiden), een bedrijf dat zijn naam in 1955 veranderde in Riedel Limonadefabrieken maar dat al eerder de naam Riedel als paraplu-merk had geadopteerd. Riedel Jus d'Orange werd gelanceerd in flesjes van slechts 12,5 cl, een inhoudsmaat gekozen om uit te komen op een acceptabele horecaverkoopprijs. Want hoewel een flesje Riedel Jus d'Orange maar half zo groot was als een flesje Riedel limonadegazeuse was het wel twee maal zo duur. Jus d'orange was dus relatief prijzig, louter en alleen vanwege de dure grondstof. En daarmee zijn in het geval van Riedel geen sinaasappelen bedoeld want het bedrijf was absoluut niet geoutilleerd voor het persen en verwerken daarvan. De jus d'orange die het bedrijf verkocht werd vervaardigd uit diepgevroren Amerikaans sinaasappelconcentraat. Riedel was dus geen vruchtensapproducent in eigenlijke zin.

EEN
GEZOND
ADVIES
VOOR
U



Riedel Jus d'Orange
in voorraad! Puur
gezond sap uit zon-
gerijpte sinaasappe-
len. Daar zit omzet
in. Nu kunt u uw
klanten een in dub-
bel opzicht 'gezond'
advies geven: Riedel
Jus d'Orange-volop
zonnevitamines bij
het ontbijt van elke
dag. Via een goede
voorraad in. Doe het
meteen, want Riedel
steunt met forse re-
clame!

de drank
voor
dorstige
drinkers

Een methode om vruchtensap door middel van een vacuüm dampinstallatie te concentreren was al in 1920 ontwikkeld in Winter Haven (Florida), in een laboratorium van het Amerikaanse Ministerie van Landbouw (United States Department of Agriculture). Commerciële toepassingen bleven echter lang achterwege omdat met het indampen ook een groot deel van de vruchtensmaak bleek te vervliegen. In 1942-1945 ontwikkelden drie onderzoekers van de Florida Citrus Commission in een laboratorium in Lakeland een verbeterd procédé. Daarbij werd het concentraat na het indampen versneden met een kleine hoeveelheid vers sap, waarna het geheel vervolgens werd bevroren. Dit zogenaamde *cutback process* verleende aan het concentraat een meer intense smaak die redelijk overeenstemde met de smaak van vers geperst sap. Het verbeterde procédé bracht een omwenteling te weeg. Vanaf het midden van de twintigste eeuw werden vruchtensapconcentraten hoe langer hoe meer vervaardigd in de fruitteeltregio's zelf en van daaruit verscheept naar alle uithoeken van de wereld. Om van concentraat een drinkbaar eindproduct te maken was geen diepgaande kennis meer vereist op het gebied van fruitverwerking. Ook waren geen bijzondere machines meer nodig. Aan het concentraat hoefde in principe alleen water te worden toegevoegd.

Tientallen drankenproducenten volgden in de jaren 1950 het voorbeeld van Riedel en breidden hun assortiment uit met jus d'orange vervaardigd uit concentraat. Vanwege de prijszigheid daarvan bottelden de meesten dit in kleine flesjes van 10 à 15 cl. Vrumona bijvoorbeeld nam in 1958 een flesje van 12,5 cl in gebruik voor B3 Jus d'Orange. Opvallend is dat bij het aanlengen van sinaasappelsapconcentraten met water vaak nog 3 à 5% suiker werd toegevoegd omdat veel consumenten kant-en-klare jus d'orange uit een flesje te zuur vonden. Duidelijk is in elk geval dat jus d'orange zeker geen instant succesartikel was. Slechts heel geleidelijk groeide de appreciatie van de consument er voor. Dat kwam behalve door de praktijk van het aanzoeten tevens doordat rond het product een zweem van luxe hing. Jus d'orange werd sterk geassocieerd met het rijke Amerika – daar kwamen immers ook de blikken met sinaasappelsap vandaan die bij kruidenier en supermarkt verkrijgbaar waren. Verder hadden de kleine flesjes wat je noemt *snob appeal*. Hero Conserven Breda, dat zich als fruitverwerkend bedrijf verheven voelde boven concentraatverwerkers als Riedel, hield zich lang afzijdig van het product jus d'orange. Het bedrijf had echter genoeg kennis van de markt om te beseffen dat het product zich mocht verheugen in een gestaag groeiende populariteit.





Na de komst van B3 Jus d'Orange zette Hero haar scrupules overboord en introduceerde in 1959 eveneens een jus d'orange bereid uit concentraat en aangezoet met 3% suiker. Het product werd gebotteld in flesjes van 12 cl. Tegelijkertijd introduceerde Hero nog twee uit concentraat vervaardigde 'zuidvruchtsappen': jus de grapefruit (met 3% suiker) en jus d'ananas (met 2% suiker).

In de loop van de jaren zestig begon de inkoop prijs van diepgevroren sinaasappelsapconcentraat geleidelijk te dalen, vooral doordat Amerikaanse aanbieders niet langer het rijk alleen hadden maar concurrentie kregen vanuit landen als Brazilië en Israël. De dalende inkoop prijs maakte het voor Nederlandse concentraatverwerkers mogelijk om jus d'orange te bottelen in grotere flessen, die tegen een betaalbare consumenten prijs in de markt konden worden gezet.

In 1963 lanceerde Vrumona een voordelige 75 cl 'gezinsfles' B3 Jus d'Orange. De consumenten prijs daarvan bedroeg f 2,00 terwijl een flesje B3 jus d'Orange van 12,5 cl 38 cent kostte. Voor bijna hetzelfde bedrag als vijf kleine flesjes kreeg de consument dus een volume dat gelijk stond aan zes flesjes. Hero volgde in 1965 met een vergelijkbaar aanbod: de voordelige 73 cl gezinsfles Hero Jus d'Orange was bij kruideniers en supermarkten verkrijgbaar voor f 1,95 terwijl een 12 cl flesje Hero Jus d'Orange 40 cent kostte. Hero deed er voor de consument ook nog een speldje bij cadeau. Echt scherp aan de prijs waren de gezinsflessen B3 en Hero Jus d'Orange echter niet. Vanaf 1967 daalden de prijzen van sinaasappelconcentraat echter spectaculair en konden dus ook de gezinsflessen jus d'orange tegen steeds scherpere prijzen worden aangeboden. Blikverpakkingen voor jus d'orange verdwenen na 1967 als bij toverslag van de markt.



B3 statiegeldfles 70 cl. In gebruik van 1968-1975

Reclameglazen



het spoor van een overtreders te zetten. Opvallend was dat de eerste reclameglazen voor vruchtensap veelal een strijkmaat hadden van 11 à 12,5 cl. Dat betekende dat een klein flesje jus d'orange er net niet helemaal in één keer kon worden uitgeschonken. Slim bedacht, want zo leek zo'n klein flesje toch nog heel wat. Met name Vrumona (B3) en Riedel waren kwistig met het verstrekken van reclameglazjes. Deze zijn tegenwoordig nog volop te vinden in kringloopwinkels, net als de vruchtensapglazjes die eind jaren vijftig, begin jaren zestig verkocht werden door Vroom & Dreesmann, Blokker en andere winkels voor huishoudelijke artikelen. Ook deze hadden veelal een strijkmaat van 11 à 12,5 cl. Ter decoratie waren ze meestal versierd met felgekleurde afbeeldingen van zuidvruchten.

Vanaf het midden van de jaren vijftig begonnen vruchtensapfabrikanten in het kader van promotie- en consumentenspaaracties sapglazen cadeau te geven aan kasteleins en consumenten. De *Wet Beperking Cadeaustelsel* (1955) stelde wel als eis dat zo'n geschenkartikel diende te zijn voorzien van een 'bij normaal gebruik in het oog vallend, onuitwisbaar kenmerk, dat daaraan een duidelijk reclamekarakter geeft'. In vrijwel alle gevallen bestond dat kenmerk uit een gelithografeerde merknaamopdruk. Een fabrikant die glazen cadeau weggaf zonder merknaamopdruk riskeerde een boete. Gratis glazen waren namelijk een doorn in het oog van de winkels en warenhuizen die drinkglasserviezen verkochten. Zij waren maar wat graag bereid de Economische Controle Dienst op



Eenmalige flessen

Voor de vruchtensappenindustrie was de uit 1942 daterende verplichting tot het voeren van hervulbare statiegeldflessen eind 1958 komen te vervallen. De belangrijkste vruchtensapproductanten en concentraatverwerkers hielden echter krampachtig vast aan het statiegeldsysteem. Hero bijvoorbeeld gebruikte voor vruchtensappen dezelfde flessen als waarin het bedrijf ook sinas, cassis en andere frisdranken bottelde. Omdat voor frisdranken wel een statiegeldverplichting gold, was het voor Hero het meest praktisch daar ook voor vruchtensappen aan vast te houden. Riedel en Vrumona, die voor hun vruchtensappen wel andere flessen gebruikten dan voor frisdranken, hielden er aan vast omdat het de handelsrelatie bestendigde met groothandel en horeca. In de statiegeldketen werd lege retouremballage regelmatig (zelfs wekelijks) bij afnemers opgehaald en verrekend en konden meteen nieuwe orders worden genoteerd. Verder bestond weinig inzicht in de kosten van retouremballage. Men vreesde dat het in de consumentenprijs doorberekenen van verpakkingskosten tot een prijsverhoging zou leiden.



De Betuwe, sinds 1961 onderdeel van Unilever, was de eerste van de grote vruchtensapproductanten die brak met het statiegeldsysteem. Ingezien werd dat daar ook grote nadelen aan kleefden. Inzameling, sortering en reiniging van statiegeldflessen waren arbeidsintensieve processen die, naarmate de loonkosten stegen, steeds zwaarder op de bedrijfsvoering drukten. In 1969 schakelde De Betuwe volledig over op eenmalige emballage. Verrassend was dat het bedrijf niet alleen sinaasappel-, appel- en druivensap in eenmalig glas introduceerde maar ook, in 1970, een hele reeks samengestelde vruchtendranken. Deze zogenaamde Tweedranken bestonden uit composities van telkens twee verschillende smaken vruchtensap: abrikoos-sinaasappel, perzik-sinaasappel, druiven-appel, etc. De uit concentraat vervaardigde Tweedranken hadden een sapgehalte van 50% en waren ook wat verpakking betreft zeer onderscheidend. Gekozen was namelijk voor een prachtig gestroomlijnde 65 cl fles met witte plastic schroefdop. Deze fles was afgeleid van een iets gedrongener model dat bij een Unilever-bedrijf in Duitsland sinds 1967 in gebruik was voor limonadesiropen van het merk Tri Top. De Betuwe Tweedranken waren een daverend succes en de productlijn groeide snel uit tot 9 verschillende smaakcombinaties. In 1973 wist De Betuwe met haar Tweedranken beslag te leggen op circa 20% van het in Nederland geconsumeerde volume vruchtensappen en vruchtendranken. Dankzij de gunstige winstmarge was dat aandeel op geldbasis zelfs om en nabij de 33%.

De eerlijkheid gebied te zeggen dat de prachtige Tweedrankfles van De Betuwe niet de eerste eenmalige verpakking was op de Nederlandse vruchtensapmarkt. Een nieuwkomer op deze markt, Sunnyland N.V. (Dongen), kwam in 1966 met een eenmalige glazen pot met handig twist-off deksel.

Geen bijzonder elegante verschijning maar wel slim toegesneden op de Nederlandse koelkasten! Een echte schoonheid daarentegen was de zogenaamde *Noppenflasche* (1969) van Deutsche Granini G.m.b. H. (Bielefeld). De



vruchtensappen en vruchtendranken van Granini werden door moederbedrijf Melitta (bekend van de koffiefilters) vanaf 1970 ook in Nederland te koop aangeboden in deze eenmalige wereldmondse 70 cl karaffles met Twist-off deksel. Hoe mooi consumenten de Granini-fles vonden blijkt uit het feit dat lege

exemplaren vaak een tweede leven kregen als waterkaraf of bloemenvaas. Met recht mag deze fles een stijlicoon uit de jaren zeventig worden genoemd.

Het duurde een paar jaar eer ook Hero en Vrumona bereid waren (ten dele) te breken met retouremballage voor vruchtensappen. Ook was er heel wat *research and development* nodig vooraleer levensvatbare productconcepten ontstonden die De Betuwe Tweedranken in originaliteit en eigentijdsheid naar de kroon konden steken. Pas in april 1974 kwam Hero met een eenmalige fles op de markt die de vergelijking met de Tweedrankfles van De Betuwe en de Granini-fles van Melitta ruimschoots kon doorstaan. Net als de Granini-fles betrof het een wereldmondse 70 cl fles met Twist-off deksel. Dankzij dit wonderschone ontwerp van Willem Heesen (Glasfabriek Leerdam) werd ook deze fles door veel consumenten hergebruikt voor andere doeleinden. Tijdens de verpakkingsbeurs Macropack 1974 werd het ontwerp beloond met de 'zilveren noot' trofee.





Behalve voor de botteling van enkelvoudige vruchtensappen (sinaasappelsap, appelsap en tomatensap) werd de fles door Hero ook gebruikt voor een serie vruchtendranken die geïnspireerd waren op de Tweedranken van De Betuwe. Voor deze artikelen had Hero (dan wel haar reclamebureau Raedt en Baet N.V.) de niet bijster originele naam Twindrinks verzonnen. Vrumona, sinds 1968 en volle dochter van Heineken, nam in april 1975 een nieuwe productielijn in gebruik voor vruchtensappen en vruchtendranken. Hierop werden onder meer eenmalige potten van 65 cl. en 1 Liter afgevuld, bestemd voor de levensmiddelenhandel. Verumona had er geen succes mee. Het hiervoor reeds genoemde bedrijf Sunnyland, dat begin jaren zeventig verhuisd was van Dongen naar het Belgische Turnhout, wist daarentegen wel vele miljoenen literpotten te verkopen in België, Nederland, Frankrijk en Duitsland.

Kartonverpakkingen

Halverwege de jaren zeventig leek eenmalig glas dus de verpakking van de toekomst voor vruchtensappen en vruchtendranken te zijn. Enkele jaren later werd daarover binnen de drankenindustrie heel anders gedacht en waren alle ogen gericht op... karton! In 1969 was in Zweden het zogenaamde Tetra Brik Aseptic-systeem geïntroduceerd, een doorontwikkeling van het in 1963 door Åkerlund & Rausing A.B. (Lund) op de markt gebrachte Tetra Brik Pak. Dit kartonnen literpak in de vorm van een baksteen vond vooral toepassing in de

zuivelindustrie voor de verpakking van lang houdbare melk. Tetra Brik Aseptic was echter ook geschikt voor vruchtensappen die waren gepasteuriseerd bij ultra hoge temperatuur (UHT). Anders dan bij traditionele pasteurisatie, waarbij reeds gebottelde vruchtensappen tientallen minuten werden blootgesteld aan temperaturen van 62 à 65 °C, kwam UHT-pasteurisatie neer op kortstondige verhitting van vruchtensap vóór verpakking of botteling. Door vruchtensap in een zogenaamde doorstroominstallatie slechts 30 à 40 seconden bloot te stellen aan een temperatuur van 95 à 99 °C bleef de hiteschade beperkt en de oorspronkelijke smaak beter intact.

Frisdrank- en vruchtensapproductent Riedel (Ede) was in 1970 overgenomen door de Verenigde Coöperatieve Melkindustrie Coberco G.A. (Zutphen). Kort daarop was door de Nederlandse regering een accijns op frisdranken ingevoerd (1 januari 1972) als gevolg waarvan de consumptie van frisdranken een flinke knauw had gekregen en veel frisdrankproducenten in grote problemen waren geraakt. Ook Riedel maakte moeilijke tijden door en de leden van Coberco begonnen zich al af te vragen of ze niet een kat in de zak hadden gekocht.

Omdat vruchtensappen niet aan accijns onderhevig waren, besloot Riedel-directeur G.G. (Guus) Holtrust (1937) vooral aan de ontwikkeling van dit deelassortiment prioriteit te geven. Bij melkfabriek Vecom in Arnhem, eveneens onderdeel van Coberco, stonden twee productielijnen voor Tetra Brik Aseptic kartonverpakkingen. Vanwege de teleurstellende belangstelling van de Nederlandse consument voor lang houdbare melk kampten deze lijnen met grote onderbezetting. Besloten werd op één van deze lijnen UHT-gepasteuriseerd sinaasappelsap te gaan produceren. In 1973 werd dit artikel onder de merknaam Appelsientje geïntroduceerd. Door het grote succes van deze producten groeide Riedel uit tot de belangrijkste vruchtensapproductent van Nederland. Begin jaren tachtig had het bedrijf al meer dan de helft van de Nederlandse vruchtensapmarkt in handen. In 1983 voegde Riedel aan haar assortiment vruchtensappen in karton ook nog een reeks vruchtendranken toe onder de merknaam Dubbeldrank. Hoewel Hero, De Betuwe en Vrumona aanvankelijk weigerden zich bij de dominantie van karton neer te leggen, werd steeds duidelijker dat in het winkelskanaal voor vruchtensappen en -dranken voor eenmalig glas nog slechts een bijrol was weggelegd. Supermarkten en consumenten waren dol op vruchtensappen en -dranken in karton, vooral omdat de pakken licht in gewicht en zeer ruimte-efficiënt waren. Alleen in de horeca bleef het glazen flesje voor vruchtensap dominant vanwege de onmiskenbare kwaliteitsuitstraling.

De consumptiesprong die vruchtensappen sinds 1973 hebben gemaakt is hoofdzakelijk tot stand gekomen dankzij de kartonverpakkingen die het thuisverbruik tot grote hoogte hebben opgestuwd

Rechts boven; Vrumona horecaflesje, in gebruik van 1970 tot 1998. Dit model werd aangeduid als SV20 (Standaard Vrumona-fles 20 cl.) De merknaam B3 werd eind jaren tachtig geschrapt en vervangen door Royal Club Fruits de Pays.

Rechts; Hero hield tot 1995 vast aan bruine horecaflesjes maar schakelde toen over op wit glas. Inspiratiebron voor het prachtig gestroomlijnde horecaflesje was een flesje dat door iemand van de glasfabriek uit Japan was meegenomen



Voorzichtige comeback van eenmalig glas

Heel, heel voorzichtig heeft de glazen fles in het winkelkanaal de laatste decennia weer wat marktaandeel terugveroverd. Dat is vooral te danken aan nieuwe vruchtensapproducenten als Flevosap B.V. (Biddinghuizen, 1993), Schulp Vruchtensappen B.V. (Breukelen, 1995) en De Appelaere B.V. (Waterlandkerkje, Zeeuws-Vlaanderen, 1995). Deze door Nederlandse fruittelers opgerichte bedrijven zagen in de productie van appel- en perensap een middel om slecht verkoopbaar fruit van tweede kwaliteit te gelde te maken – precies hetzelfde motief dat ten grondslag lag aan de pioniersarbeid van professor Sprenger zo'n zestig jaar eerder! De genoemde bedrijven, wier in glas verpakte vruchtensappen thans in veel grote supermarkten zijn doorgedrongen, laten zich graag voorstaan op waarden als ambachtelijkheid, duurzaamheid en authenticiteit. Hoewel de nieuwe vruchtensapproducenten nadrukkelijk poseren als zijnde verwerkers van lokaal geoogst fruit, worden in een aantal van hun producten ook UHT-gepasteuriseerde sappen verwerkt die afkomstig zijn uit het buitenland. Voor Schulp en De Appelaere geldt bovendien dat zij zich gaandeweg grotendeels of geheel uit de fruitteelt hebben teruggetrokken.



Dat de nieuwkomers graag de trom van ambachtelijkheid roeren, is omdat veel consumenten nu eenmaal bereid zijn daar meer voor te betalen. Vruchtensap in karton moet wel uit een fabriek komen. Een glazen fles of flacon daarentegen laat ruimte voor de romantische voorstelling van zaken dat het vruchtensap eigenhandig geperst en gebotteld is door de fruitteler.



Summary

Ready-to-drink fruit juices in the Netherlands were introduced in the early 1930's after a pioneering research program had been set up by Professor A.M. Sprenger from Wageningen University. Newly invented micro filter sheets from the German Seitz Company (1917) combined with Swiss technology (1912) for storing fruit juices under compressed carbon dioxide (Böhi-process) enabled the creation of non-pasteurized fruit juices with a long shelf life. Companies in fruit growing areas such as N.V. Maatschappij De Betuwe (Tiel) and Vink's Conservenfabrieken N.V. (Hien-Dodewaard) started pressing and bottling apple juice according to the methods prescribed by professor Sprenger. They were joined by fruit wine producers from the North, such



as H.J. Hooghoudt (Groningen), N.V. Woldring & Idema (Groningen) and H.J. Phaff (Winschoten). Their lightly sparkling apple juices, so-called sweet *mosts*, were sold in wine bottles under brand names such as *Rijno*, *Rex*, *Goudoogst*, *Wigco* and *Amato* (1933-1934). The distilling company M. Dirkzwager Azn. (Schiedam) and the Phoenix Brewery

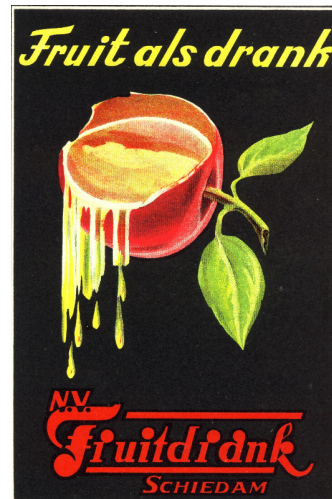
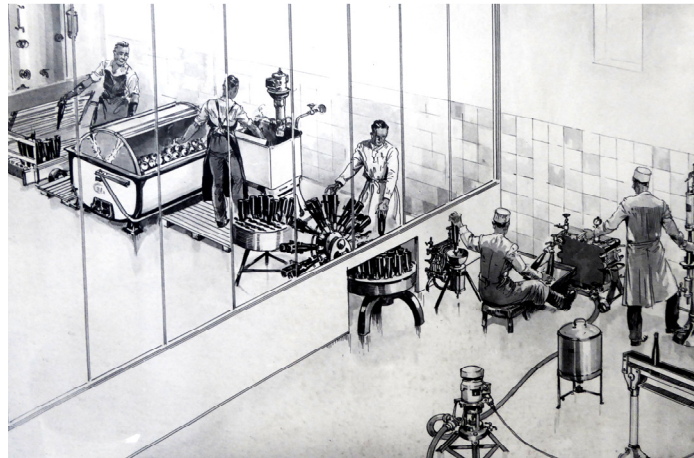
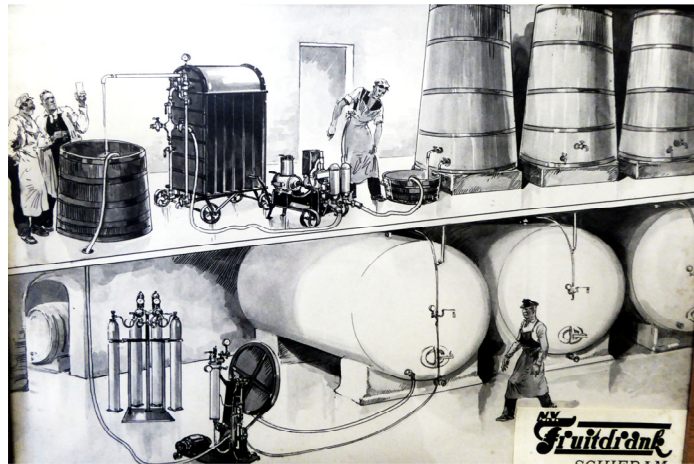
(Amersfoort) also entered this market

in 1934. Their sweet *mosts* *Apsa* and *Phoenix* were the first to be sold in 25 cl single serve bottles in pubs, hotels and restaurants. Eventually all these sweet *most* brands lost out to the product *Hero Perl*, created, in 1933, by Swiss owned company Hero Conserven Breda N.V. It had an apple juice content of only 50%, diluted with sparkling water, and could be offered at much cheaper retail prices. Initially *Hero Perl* was exclusively sold in 38 cl. duo serve bottles but in 1936 the packaging line extended with 28 cl. single serve and 75 cl. family size bottles.



In the late 1930's apple-based juices

and drinks were joined by juices pressed from greenhouse grown grapes (1936) and tomato's (1937). The two main producers of tomato juice were De Betuwe and Hero. Tomato juices were bottled in the same returnable bottles as apple juice drinks which made bottle cleansing a demanding task. In the first years after WW II, apple juice consumption soared, mainly because carbonated soft drinks were still under the rationing of sugar. For apple juice no sugar was required. New brands such as B3 (Bergen op Zoom, 1947), Vrumona (Utrecht, 1947), Polar (Maastricht, 1948) and Wilco (Warffum, 1948) emerged. When, in November 1948, sugar rationing was finally lifted, soft drink manufacturers could regain their lost ground. Shrinking demand of apple juice caused three of the start-up companies in this market (B3, Vrumona and Polar) to join forces.



75 cl. Bottle for APSA fruit drink.
Applied colour label.
Production Glass factory Schiedam, 1934, Owens machine.
Private collection.



Ready-to-drink **orange juice** was an exotic new product of the 1950's, initially sold only in cans imported from the United States by retail organisations and supermarkets. R.H.W. Limonade- en Vruchtenproductenfabriek N.V. (Leiden) was one of the first Dutch soft drink producers to import concentrated orange juice from the United States (1951). This was diluted with water, sugar was added (3 tot 5%), and the result was packaged in small single serve bottles that were sold to pubs and other catering establishments. Dozens of soft drinks producers followed this example and expanded their product range with orange juice made from concentrate. The small 10 to 15 cl. bottles had a luxury snob appeal. By the late 1950's, home-grown fruit processing companies such as Hero and B3 put aside their reserve against orange juice and also started using concentrates. Prices saw a gradual decline in the 1960's as American providers met competition from Brazil, Israel and other countries. For Dutch concentrate processors this meant that orange juices could be offered in larger bottles at more affordable consumer prices. In 1963, B3 was the first popular orange juice brand to be launched in a 75 cl. family size bottle. It was soon followed by other popular brands.

War-time regulations obliged soft drink and fruit juice manufacturers to use refillable deposit bottles. From 1958 onward, this no longer applied to the fruit juice industry. However, most fruit juice manufacturers that also produced carbonated soft drinks clung to the deposit system because it helped to maintain trade relationship with wholesalers and clients in the catering industry. It was found impractical to eliminate the deposit system for fruit juices while the system was still mandatory for soft drinks. However, De Betuwe (a subsidiary of Unilever since 1961) had no interests in soft drinks and could therefore easily adopt one-way bottles for its juices. In 1969 the company introduced a beautifully streamlined 65 cl. one-way retail bottle. This bottle with a white plastic screw cap was also used for a range of composite exotic fruit drinks. The incredible market success of these so-called **Tweedranken** caused other Dutch fruit juice producers to leave the deposit system as well.



Two advertisements featuring the 65 cl. non-returnable 'Double Drink' bottle, introduced by Unilever (1969).



One-way glass bottles were a relatively short-lived success. From the mid 1970s they quickly lost ground to carton packages. Supermarkets and consumers favoured drinks in cartons, because they were lightweight and very space efficient. Soft drink and fruit juice producer Riedel (since 1970 a subsidiary of Coberco milk industry) was the first to develop a complete range of juices in carton, starting with **Appelsientje orange juice** (1973). By the early 1980s the company already dominated the Dutch fruit juice market. Cartons have boosted home consumption of fruit juices to a very high level. Since the mid 1990s however one-way glass bottles are making a slow and cautious comeback. Start-up companies as Flevosap B.V. (Biddinghuizen, 1993), Schulp Vruchtensappen B.V. (Breukelen, 1995) and De Appelaere B.V. (Waterlandkerkje, 1995) prefer glass bottles because of its quality and craftsmanship-like appearance. Whereas fruit juices in cartons must come from an industrial plant, fruit juices in glass bottles leave room for the romantic notion that they have been pressed and bottled by the fruit growers themselves.



Jaarvergadering in Arnhem

Coos van Deursen



Hiervan waren er een 35 dat is net 15% op de vergadering aanwezig. Anders gezegd er ontbraken er 200. Een kans van 85% dat u die dit nu leest een van die leden was die ontbraken. Overigens gaf de Nieuwjaarsreceptie in Utrecht eenzelfde beeld te zien.

In zijn speech vermeldde Willem dat gedacht wordt over- en gezocht wordt naar samenwerking met gelijkgestemde verzamelclubs zoals bijv. de vrienden van 'keramiek en glas' waarmee voorzichtige gesprekken worden gevoerd. Zoals Johan Soetens beklemtoonde is het gevaar daarbij dat we onze identiteit verliezen en daarmee de interesse van zowel leden als adverteerders. Alles staat of valt met voldoende aanbod van interessante, op historisch gebruiksglas gerichte artikelen en het baart hem grote zorg dat hij de laatste twee verschenen nummers vrijwel alleen heeft moeten volschrijven.

Hierna volgde de bespreking van de cijfers over 2016 en de begroting voor 2017. Het jaar 2016 gaf een overschot te zien van



een kleine € 900 terwijl dit op slechts €15 was begroot. Dat viel dus mee. Het was een gevolg van lagere kosten voor excursies en bijeenkomsten en lagere kosten voor het secretariaat en het magazine. Klaas Prins werd hartelijk bedankt voor zijn correcte verslaglegging en de leden van de kascommissie voor hun controlewerkzaamheden. Voor dit lopende jaar begroot het bestuur een tekort van € 65 dat niet hoeft te leiden tot een contributieverhoging. De reserves van DOF bedragen zo'n € 12.000 dus van dat kleine tekort, daar vallen we niet van om. Maar een belangrijke bron van inkomsten blijft toch wel die contributie en dan moet het ledental wel constant blijven en liever zelfs nog wat worden vergroot.

Vervolgens passeerden de acties die voor dit jaar op de agenda staan: met name een veilingdag tijdens de op 3 en 4 november te houden Glasdagen in partycentrum HET DAK in Leerdam waar ook niet leden mogen meebieden in de hoop dat dit de opbrengst verhoogt en we enkele nieuwe leden kunnen werven. Verder werden de deelnamen aan de Verzamelbeurs in Utrecht genoemd. Johan Soetens kondigde aan dat het herfstnummer begin september zal verschijnen en worden verzonden, ongeacht de datum van een eventuele bijeenkomst, omdat daarin een paginagrote advertentie van Laméris wordt opgenomen die betrekking heeft op het OPEN weekend in het Amsterdamse Spiegelkwartier, derde week september. Er zal getracht worden dat nummer (150) en het 39e in full colour, een wat bijzonder uiterlijk te geven. Voor 2019, als de vereniging 40 jaar bestaat, wordt gedacht aan een jubileumuitgave met daarin een aantal artikelen, waardig om voor het nageslacht te worden bewaard. Ton Vermeulen bood daarbij zijn hulp aan.

Hierna was het tijd om te stemmen voor het nieuwe bestuur, waar de volgende wijzigingen in zijn opgetreden: Joke Andringa en Arie Vijfwinkel treden af en worden opgevolgd door Henk Hettinga – Ton Vermeulen en John Poot. En Johan Soetens zal als adviseur van het nieuwe bestuur de vergaderingen bijwonen waardoor er ook een betere communicatie over ons blad zal kunnen worden gevoerd.

De aftredende bestuursleden werden hartelijk bedankt en in de bloemen gezet. Kregen een persoonlijk dankwoord van de voorzitter: 'Joke, je was de buitenboordmotor van het bestuur en naar de leden toe. Stond voor iedereen klaar. Probeerde elke geïnteresseerde die je tegenkwam lid van de vereniging te maken en hield jaar in jaar uit de administratie op peil. Een kanjer!' 'Arie, jij was de binnenmotor, vooral door je werkzaamheden met betrekking tot de website die per jaar duizenden keren wordt bekeken en een groter bereik heeft dan ons clubblad'. Die taak gaat Ton Vermeulen nu op zich nemen en zo mogelijk uitbouwen.

Hierna besloot de vergadering Joke en Arie te benoemen tot erelid.

25 maart was het weer zover. De jaarvergadering. Dit keer gehouden in het Wijnmuseum aan de Velperweg in Arnhem. Voor sommigen onder u een bekende locatie, voor mij een nieuwe ervaring.

We ontmoetten elkaar in een soort 'grand-café' en na de bekende begroetingen over en weer volgde de vergadering in een aparte zaal. Voor die tijd zagen Joke Andringa en Johan Soetens nog snel even kans een toevallige bezoeker aan het Wijnmuseum tot lid van De Oude Flesch te maken.

Willem van Traa heette ons welkom. Gaf allereerst aan dat het ledental inclusief dat van de huisgenoten thans 234 bedraagt.



25 maart was het weer zover. De jaarvergadering. Dit keer gehouden in het Wijnmuseum aan de Velperweg in Arnhem. Voor sommigen onder u een bekende locatie, voor mij een nieuwe ervaring. We ontmoetten elkaar in een soort 'grand-café' en na de bekende begroetingen over en weer volgde de vergadering in een aparte zaal. Voor die tijd zagen Joke Andringa en Johan Soetens nog snel even kans een toevallige bezoeker aan het Wijnmuseum tot lid van De Oude Flesch te maken. Willem van Traa heette ons welkom. Gaf allereerst aan dat het ledental inclusief dat van de huisgenoten thans 234 bedraagt.

Voor dit lopende jaar begroot het bestuur een tekort van € 65 dat niet hoeft te leiden tot een contributieverhoging. De reserves van DOF bedragen zo'n € 12.000 dus van dat kleine tekort, daar vallen we niet van om. Maar een belangrijke bron van inkomsten blijft toch wel die contributie en dan moet het ledental wel constant blijven en liever zelfs nog wat worden vergroot.

Vervolgens passeerden de acties die voor dit jaar op de agenda staan: met name een veilingdag tijdens de op 3 en 4 november te houden Glasdagen in partycentrum HET DAK in Leerdam waar ook niet leden mogen meebieden in de hoop dat dit de opbrengst verhoogt en we enkele nieuwe leden kunnen werven. Verder werden de deelnamen aan de Verzamelbeurs in Utrecht genoemd. Johan Soetens kondigde aan dat het herfstnummer begin september zal verschijnen en worden verzonden, ongeacht de datum van een eventuele bijeenkomst, omdat daarin een paginagrote advertentie van Laméris wordt opgenomen die betrekking heeft op het OPEN weekend in het Amsterdamse Spiegelkwartier, derde week september. Er zal getracht worden dat nummer (150) en het 39e in full colour, een wat bijzonder uiterlijk te geven. Voor 2019, als de vereniging 40 jaar bestaat, wordt gedacht aan een jubileumuitgave met daarin een aantal artikelen, waardig om voor het nageslacht te worden bewaard. Ton Vermeulen bood daarbij zijn hulp aan.

Hierna was het tijd om te stemmen voor het nieuwe bestuur, waar de volgende wijzigingen in zijn opgetreden: Joke Andringa en Arie Vijfwinkel treden af en worden opgevolgd door Henk Hettinga – Ton Vermeulen en John Poot. En Johan Soetens zal als adviseur van het nieuwe bestuur de vergaderingen bijwonen waardoor er ook een betere communicatie over ons blad zal kunnen worden gevoerd.

De aftredende bestuursleden werden hartelijk bedankt en in de bloemen gezet. Kregen een persoonlijk dankwoord van de voorzitter: 'Joke, je was de buitenboordmotor van het bestuur en naar de leden toe. Stond voor iedereen klaar. Probeerde elke geïnteresseerde die je tegenkwam lid van de vereniging te maken en hield jaar in jaar uit de administratie op peil. Een kanjer!' 'Arie, jij was de binnenmotor, vooral door je werkzaamheden met betrekking tot de website die per jaar duizenden keren wordt bekeken en een groter bereik heeft dan ons clubblad'. Die taak gaat Ton Vermeulen nu op zich nemen en zo mogelijk uitbouwen.

Hierna besloot de vergadering Joke en Arie te benoemen tot erelid.



Daarna werd het tijd voor de rondleiding in de catacomben van het museum. De groep splitste zich in tweeën en onder leiding van een deskundige gids m/v werden we door de ondergrondse gangen geleid.

Het wijnmuseum zelf zegt daar over op haar website;

Het lijkt wel of u een idyllisch, Frans wijnchateau aan het begin van de 20e eeuw bezoekt, als u in de imposante kelders onder het wijnmuseum langs de rijen eiken fusten en wijnrekken vol flessen loopt. Tijdens uw bezoek, kunt u - diep onder de grond - de wijnschatten van Arnhem ontdekken. In onze imposante kelders, bent u getuige van de schilderachtige aanblik van lange rijen eiken fusten die naast blinkende roestvrijstalen tanks in de moderne wijnbottelarij liggen. Hier liggen duizenden flessen, onder perfecte omstandigheden te rijpen, tot zij geheel op dronk ontkurkt kunnen worden.

Duizenden jaren historie van de wijn, maar ook de technische vooruitgang van de laatste eeuw, geven u een beeld van de wijnbouw, de wijnbereiding en de rol van wijn in de samenleving. In één van die oude ondergrondse kelders, is het Nederlands Wijnmuseum gevestigd. Hier krijgt u een indruk van de activiteiten binnen en rond een wijnbedrijf in het heden en het verleden. U maakt kennis met de vele facetten van de wijnbouw; De wijngaard, wijnstokken, de menselijke zorgen om gezonde wijndruiven te kweken, de wijnoogst, het kneuzen en het persen van druiven, de gisting, die in een spontaan, natuurlijk proces het druivensap in wijn omzet en tal van andere interessante wijnzaken.



De rondgang was erg interessant ook omdat er tal van attributen rondom 'het vak' (zoals Evert Hellebrekers zou zeggen) te zien waren w.o. één van de flessen afkomstig van het VOC schip '*t Vlieghend Hert*' waarover wij in blad 133 uitvoerig hebben bericht. In een bovenzaal lag een enorme verzameling kurkentrekkers op ons te wachten alsmede een uitgebreide bibliotheek waar je ook nog iets over de geschiedenis van de fles kon opsteken. Daarna was er nog gelegenheid verschillende wijnen te proeven en schaarde het gezelschap zich genoegelijk om de proeftafels, nippend aan het glas en luisterend naar de toelichtingen van gastheer Marcel Donders .



OPNIEUW EEN GIFT VAN DE ZEE



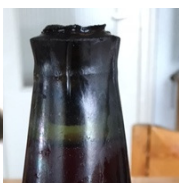
Weinig lezers van dit blad zullen geabonneerd zijn op 'De Terschellinger', het nieuws- en advertentieblad van Terschelling, maar een Rotterdamse vriend van mij, op het eiland geboren en getogen, is dat wel en zodoende kreeg ik het blad van 9 maart j.l. in handen met daarin het verhaal van Harald de Haan die, wandelend langs de vloedlijn, een flessenhals boven het zand zag uitsteken. Het is bekend dat er voor de kust van de Waddeneilanden een aantal scheepswrakken onder de zandbanken liggen zoals dat ook het geval is bij de Goodwins, aan de Engelse Oostkust en nabij Vlissingen en dat daarvan soms voorwerpen op het strand gevonden worden, bvan gebruiksartikelen tot grote delen scheepsrump. We schreven daar al over in resp. blad 127 (*The Gift of the Goodwins*) en 133 (*De Wrede Zee*). In dit geval bleek het te gaan om een gevulde en gesloten 18e eeuwse 'Kattekop'. Enig verder graafwerk leverde nog een fragment van een soortgelijke fles op.

Omdat de krantenfoto de fles niet goed weergaf nam ik contact op met de vinder met het verzoek om mij wat duidelijke afbeeldingen te sturen, vooral van bodem en monding. Hij had zijn vondst op advies van de conservator van museum Het Behouden Huis inmiddels met verdunde was behandeld zodat de fles er op de foto stralend bij staat.



Opvallend is dat de monding niet is afgewerkt met een rijf. Ik heb dat nog nooit eerder gezien maar misschien weten sommige van onze lezers daar meer over te vertellen. Een tweede fles, enkele dagen na de vondst van Harald de Haan op het strand aangetroffen, heeft wel de gebruikelijke afwerking.

Het gebeurt uiterst zelden dat een nog gevulde en gesloten fles op het strand van Terschelling aanspoelt, laat staan dat er twee bijna gelijktijdig gevonden worden. Inclusief de recente vondsten staat de teller thans op drie!



Met De Oude Flesch op de Verzamelaarsbeurs

John Poot



Het was een beetje vreemde beurs dit voorjaar in Utrecht. De beurs had een nieuwe organisator. De jaarbeursorganisatie doet het namelijk weer zelf dit jaar. Daarnaast ik heb meerdere 'Oude Flesch' leden gezien die in het verleden een eigen kraam hadden en nu wel als bezoeker zijn langs geweest maar geen eigen kraam hadden. Tenslotte, bij de Oude Flesch misten wij Klaas Prins en Arie Vijfinkel die op vakantie waren en ook Joke Andringa wegens verplichtingen elders.

Ook werkte het weer niet erg mee: het was gewoon mooi zomers voorjaarsweer, dik in de 20 graden en je verbaasde je dan ook dat er toch nog veel bezoekers waren. En die waren er echt, er zijn er zeker 6 bij onze kraam geweest die een of meerdere zaken te koop wilde aanbieden van posteleinflessen ed. tot een dame uit Limburg die van de drankfabriek van haar opa nog zo'n 6000 beugelbierflessen van net na de oorlog had staan met behakking en ook een partij met opdruk. Ook was er iemand die kwam

informerend naar inktflessen. Men was bezig in samenwerking met het van Gogh-museum een schilderij te onderzoeken waar een bepaalde inktfles op staat.

Gelukkig wel meerdere bekende gezichten gezien maar helaas ik ben geen Joke dus er direct de juiste naam bij noemen is mij niet gegeven. Er waren leden uit het noorden tussen Zwolle en Groningen die langs kwamen voor genever kruiken en naar meen ik een lid uit Friesland die met zijn zoon over deze beurs liep vaker gezien, maar namen?. Meerdere Utrechtse leden kwamen langs en natuurlijk vaste bezoekers die zelfs een fles wijn meebrachten.

Sfeer was er wel maar Joke, Arie en Klaas werden toch gemist.

De vitrines waren gevuld met materiaal van het Jenever museum Schiedam en natuurlijk trekt zo'n promotiekraam veel kijkers. Op de verkoopkraam aan het gangpad had Henk Pluim een serie oude glazen en Jean Jetzers een serie grote en kleine flessen met ander glaswerk uit de Elzas uitgesteld. En dan gebeurden er ook nog vreemde zaken. Of het aan het warme weer lag weet ik niet maar een van onze burens gaf zaterdag bij Jean Jetzers aan op zondag niet aanwezig te zijn. Jean had voor de zondag dus wat extra flessen ed. meegenomen en op de kraam uitgesteld maar na een half uur kwam het mannetje melden dat hij toch de hele kraam nodig had om vervolgens na een klein uurtje alles in te pakken en aan Jean de hele kraam ter beschikking te stellen. Het was dus een bijzondere beurs dit voorjaar. Maar in het najaar zijn wij er weer. Doet U mee ?

..... en natuurlijk ook op het Jeneverfestival in Schiedam



Tijdens de komende Jeneverdagen in Schiedam zal door onze nieuwe secretaris stevig ingezet worden op het promoveren van onze vereniging met een tafel, vol reclamemateriaal en een flink aantal tijdschriften. Schiedam staat op zaterdag 11 en zondag 12 juni immers in het teken van het Jeneverfestival. Het wordt een vrolijke mix van proeverijen van excellente jenever, moderne gins en cocktailworkshops, omlijst met een sfeervol programma waarbij naast het Jenevermuseum de Havenkerk aan de Lange Haven, de Appelmarkt en het Stedelijk Museum Schiedam betrokken zijn.. Vorig jaar had het Jeneverfestival de eer om ruim 5500 bezoekers uit zowel binnen- als buitenland te verwelkomen. Uit zo'n grote groep moeten toch een aantal nieuwe leden / abonnees te werven zijn!

Het thema voor de Jeneverdagen is: 'Tasty!' Een weekend lang draait alles om smaak en de zintuigen. Het Jeneverfestival zal aansluiten bij de World Gin Day op zaterdag 10 juni. De zaterdag staat dan ook in het teken van Gin(-cocktails). Op zondag 11 juni

draait het geheel om jenever én jenevercocktails. Uiteraard zal de (jenever)cocktailwedstrijd weer traditiegetrouw op zondag plaatsvinden. Vorig jaar kwam bartender Olivier Jacobs van Jigger's uit Gent als winnaar uit de bus. Zijn cocktail bestond – naast Schiedamse jenever – uit rabarbersap, vlierbloesemsiroop en Nederlands bier.

Openingstijden

Zaterdag 11 juni: 13.00 - 20.00 uur

Zondag 12 juni : 13.00 – 20.00 uur

Toegang

Entree voor 2 dagen: €7,50
(inclusief 2 proefmunten)

Extra munten zijn op het festival los verkrijgbaar (2 en 5 euro per stuk). De munten zijn te besteden in de Havenkerk bij de distillateurs, bij alle foodtrucks en in de musea (activiteiten en rondleidingen). Kaarten voor het festival in zijn uitsluitend online verkrijgbaar (<https://aanmelden.jeneverfestival.nl/>).