

# Inhoud

Voorwoord	7
Distilleerderij H. van Toor Jzn.	13
Karssen Boeken en Kantoor	37
Meubelmakerij Moesman	59
Mobach Keramiek	83
Scheepswerf Balk	107
Blijdesteijn Mode	129
Bakkerij Carl Siegert	153
Van Luijn Natuursteen	179
Patisserie-Chocolaterie Vermeer	203
Zaanlandia Blik	225
Geraadpleegde bronnen	249
Fotobijschriften	253
‘Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier’	252

# Voorwoord

Eerst maar een wijdverbreid misverstand uit de weg ruimen: een bedrijf hoeft niet aan het hof te leveren om de eretitel Hofleverancier te mogen voeren. Het hofleverancierschap is als een lintje, maar dan voor bedrijven. Het predicaat 'Bij Koninklijke Beschikking Hofleverancier' wordt, ter gelegenheid van een jubileum of andere bijzondere gebeurtenis, samen met het koninklijk wapen uitgereikt aan wat kleinere ondernemingen die lokaal of regionaal van belang zijn en die minstens een eeuw bestaan. Grotere bedrijven mogen zich na het ontvangen van zo'n onderscheiding koninklijk noemen. De grens tussen de twee predicaten ligt momenteel op honderd werknemers.

Natuurlijk is het hofleverancierschap, aan het begin van de negentiende eeuw, wel vanuit de connecties tussen het koningshuis en het bedrijfsleven ontstaan. Bedrijven die zakendeden met Lodewijk Napoleon, konden die relatie zwart-op-wit bevestigd krijgen en mochten zichzelf voortaan koopman des konings noemen. Na 1815, onder koning Willem I, kwamen er voor het eerst richtlijnen en werd de term hofleverancier geïntroduceerd. In 1907 voerde koningin Wilhelmina voor de grotere ondernemingen het predicaat Koninklijk in.

Lange tijd werd het hofleverancierspredicaat vanuit twee motieven verstrekt: omdat een bedrijf daadwerkelijk aan het hof leverde of als blijk van waardering omdat een bedrijf zich op een of andere wijze verdienstelijk had gemaakt voor de samenleving. Nadat Juliana de troon had bestegen, schrapte zij het eerste motief en werd het hofleverancierschap een puur symbolische onderscheiding. Wat niet wegneemt dat er nog altijd bedrijven bestaan die onderscheiden zijn als hofleverancier en die bijvoorbeeld écht een taart voor koningin Beatrix maken. Van de in dit boek geportretteerde ondernemingen

heeft de helft ooit daadwerkelijk een product of dienst aan het hof geleverd. Meubelmakerij Moesman in Den Haag bijvoorbeeld voert regelmatig opdrachten uit voor de koningin en is dus een mooi voorbeeld van een hofleverancier van de oude stempel.

In 1987 viel het besluit de bezem door het systeem te halen. Dat was nodig omdat het nogal een rommeltje was geworden met de predicaten. Behalve de koningin mochten voor 1987 namelijk ook andere leden van het Koninklijk Huis het hofleverancierschap verlenen, waardoor uiteindelijk maar liefst 1600 ondernemingen zich hofleverancier konden noemen. Die ondernemingen voerden diverse wapenschilden en bovendien was het toezicht op het gebruik van de onderscheiding gebrekkig. Dus moesten alle predicaten worden ingeleverd, waarbij een uitzondering werd gemaakt voor een paar bedrijven (waaronder een jacht- en schietsportcentrum en een sigarenfabriek) die zich uit naam van prins Bernhard hofleverancier mochten noemen. Vervolgens begon koningin Beatrix – en zij alleen – aan de hand van strakkere regels opnieuw predicaten te verlenen. Op dit moment zijn er bijna vierhonderd ondernemingen onderscheiden als hofleverancier. Het is overigens heel aannemelijk dat Willem-Alexander straks zijn stempel op het predicaat zal zetten als hij de troon eenmaal heeft bestegen. Iedere monarch kneedt het hofleverancierschap nu eenmaal in een vorm die bij hem past.

Nog een misverstand om uit de weg te ruimen: hofleveranciers zijn niet per definitie bedrijven die vanuit statige rijksmonumenten pittig geprijsde nostalgisch aandoende producten aanbieden. Met z'n vierhonderden vormen de hofleveranciers een mooie dwarsdoorsnede van het midden- en kleinbedrijf in Nederland. Onder hen bevinden zich opvallend veel bakkers en de nodige slaggers, maar bijvoorbeeld ook verschillende kapperszaken, aannemersbedrijven en machinefabrieken. Over het algemeen zijn het heel gewone bedrijven die heel gewone producten of diensten leveren, al zijn er natuurlijk wel uitzonderingen die de regel bevestigen (zoals een kaarsenfabriek en twee bouwers van kerkorgels). En wat de huisvesting betreft: de helft van de in dit boek geportretteerde bedrijven is in de afgelopen twintig jaar, en soms nog maar heel recentelijk, verhuisd naar een nieuw pand, een pand dat absoluut niet uitstraalt dat er een eeuwenoud bedrijf in is gevestigd.

Voor mij persoonlijk bood het schrijven van dit boek de mogelijkheid me langdurig met één onderwerp bezig te houden. Ik ben als journalist begonnen in een tijd dat je nog een hele pagina vol mocht schrijven in de krant, die toen nog op groot formaat werd gedrukt – en als je meer ruimte nodig had, hoefde je alleen maar een gil te geven. In de loop der jaren werden de achtergrondverhalen korter en korter en belandde steeds meer informatie in kadertjes. Dit project gaf mij de kans opnieuw de diepte in te gaan. Niks snelle telefonische interviewtjes, niks vijfhonderd woorden inclusief kadertje, maar alle tijd en ruimte om het onderwerp recht te doen.

Hoe is het mogelijk, zo vroeg ik me af toen ik voor het eerst de lijst met hofleveranciers doornam, dat bedrijven meer dan een eeuw het hoofd boven water weten te houden? Hoe hebben zij allemaal twee wereldoorlogen overleefd en evenzoveel crisissen, namelijk die van de jaren dertig en die van de jaren tachtig? Hebben de ondernemers strategieën ontwikkeld waarmee zij ook de huidige crisis het hoofd kunnen bieden? Doen ze op de een of andere manier hun voordeel met de ervaringen van hun voorgangers? Wat heeft een bedrijf in de kern eigenlijk nodig om ook in moeilijke tijden overeind te blijven?

Tussen januari 2010 en september 2011 bezocht ik met deze vragen in mijn achterhoofd tien bedrijven: een distilleerderij, een meubelmakerij, een pottenbakkerij, een scheepswerf, een modezaak, een bakkerij, een steenhouwerij, een kantoorboekhandel, een patisserie-chocolaterie en een blikfabriek. Ik ging mee naar klanten en beurzen, keek over schouders mee terwijl er gewerkt werd, ploos archieven uit en voerde tientallen gesprekken over het heden én het verleden.

Gaandeweg kwam ik allerlei mooie verhalen tegen. Verhalen waarin vaak een grote rol was weggelegd voor de familie. Zeven van de tien bedrijven in dit boek worden nog altijd geleid door nakomelingen van hun oprichters. Deze ondernemingen zijn generatie op generatie overgedragen, meestal op de zoon en een enkele keer op de dochter (in twee directies bevindt zich nu een vrouw). En ook in de overige drie bedrijven speelde vroeger één familie een belangrijke rol of doet ze dat nog steeds. Soms waren het kleine en ontroerende verhalen die me werden verteld. Over een grootmoeder op het etiket van een fles likeur bijvoorbeeld. Over bedelende kinderen in een bakkerswinkel. Over een zoon die een grafsteen maakte voor

zijn eigen vader. Soms waren het ook grote verhalen. Over de Tweede Wereldoorlog. Over de ontwikkeling van de economie. Over de afsluiting van de Zuiderzee.

Gaandeweg vond ik ook allerlei voorzichtige beginnetjes van antwoorden op mijn vragen.

‘Je moet tevreden zijn met wat je hebt,’ zei de een. ‘Het gevaar van het goede is altijd het betere.’ ‘In slechte tijden investeer je minder,’ zei de ander. ‘Je probeert de tijd gewoon uit te zingen.’ ‘Wij hebben een langetermijnvisie,’ benadrukten vrijwel alle ondernemers.

‘Als je zelf oud wordt, worden je klanten ook oud,’ vertelde de meubelmaker. ‘Omdat ik geen opvolger had, nam ik geen personeel meer en begon ik minder te investeren,’ vertelde de steenhouwer. Kortom, een bedrijf heeft op tijd een opvolger nodig. En niet zomaar een opvolger, maar het liefst eentje met frisse ideeën en de moed om zo nodig een nieuwe koers in te zetten. Daan Kriek besloot de productie van blikken deels te verplaatsen naar China, terwijl zijn vader de Chinezen juist altijd als concurrenten had beschouwd, als een bedreiging. Carl Ernst Hugo Siegert veranderde de dorpsbakkerij van zijn vader in een ambachtelijke bakkerij voor de horeca (in een broodfabriek volgens zijn vader). Robin Peereboom vernieuwde bijna het hele assortiment van zijn patisserie-chocolaterie. Daan Balk liet de scheepswerf in Elburg achter zich, maakte een nieuwe start in Urk en kwam tot de conclusie dat een bedrijf als een goudvis is. ‘Houd je hem in een kommetje, dan blijft hij klein, maar geef je hem de ruimte, dan wordt hij vanzelf groter.’

Toen alle verhalen eenmaal op een rijtje stonden, zag ik in de geschiedenis van de tien bedrijven opeens de geschiedenis van Nederland weerspiegeld. Dat was op zich een klein wonder, want het is niet bepaald een prioriteit van ondernemers om het verleden te conserveren. Ondernemers zijn meer doeners dan praters. Hun blik is doorgaans strak op de toekomst gericht, op de productie, op het draaien van omzet. ‘Tijd is geld,’ zei een van de directeuren-eigenaren letterlijk tegen me. En dus zijn ondernemers niet geneigd stil te staan bij het verleden, want wat gisteren is geweest, brengt vandaag geen geld meer in het laatje. Wat niet wil zeggen dat ondernemers helemaal geen oog hebben voor hun eigen verleden. Verschillende van de hofleveranciers die ik bezocht, hadden jubileumboeken over hun eigen bedrijf in de kast, in het kantoor van Zaanlandia Blik stond

er bij de receptie een prachtig gerestaureerde machine, bij Van Luijn Natuursteen lagen er oude schetsboeken en gereedschap in vitrines, in de panden van Mobach Keramiek en bakkerij Carl Siegert zijn privé-musea ingericht en de oude scheepswerf van Balk in Elburg is zelfs een voor het publiek toegankelijk museum geworden. Heel bijzonder in dit verband waren de in 1970 opgetekende memoires van een van de zonen van de oprichter van Mobach Keramiek, die aan de Kanaalweg in Utrecht in de kast bleken te liggen. Met dit boek, dat aanhaakt bij de trend familieverhalen op te schrijven, hoop ik mijn eigen steentje bij te dragen aan het bewaren van de geschiedenis.

Soms bleek ik trouwens nog net op tijd te zijn. Op het moment dat ik dit voorwoord schrijf, zijn al twee van de mensen die ik voor dit boek heb geïnterviewd overleden: pottenbakker Bouke Mobach en Willie Klerk-du Mée, de kleindochter van de oprichter van meubelmakerij Moesman. Willie wist zich de komst van de eerste machines nog te herinneren, Bouke vertelde onder meer hoe hij als veertienjarige in de pottenbakkerij kwam werken en daar een rijksdaalder per week voor kreeg. Ik ben blij dat ik hun verhalen nog heb kunnen optekenen.

Hier past een woord van dank. Ten eerste aan alle ondernemers die hun kostbare tijd vrijmaakten om aan dit boek mee te werken. Ten tweede aan iedereen die zijn of haar herinneringen met mij wilde delen. En ten derde aan alle mensen bij wie ik over de schouders mocht meekijken terwijl zij druk aan het werk waren.

Als laatste nog een speciaal woord van dank voor mijn moeder. Zij liet voor mij thuis de boel op rolletjes lopen terwijl ik ergens in Nederland op reportage was of achter mijn laptop zat te schrijven. Zonder haar was dit boek er nu niet geweest.

Helga Warmels

Distilleerderij  
H. van Toor Jzn.

‘Dat is toch alleen maar voor de móóí?’ vraagt een vrouw vol ongeloof terwijl ze naar een fles knikt waarin stukjes bladgoud dwarrelen. Leo Fontijne (1964) schudt zijn hoofd en houdt de fles bruidstranen voor de tweede keer op de kop. ‘Je kunt deze likeur echt drinken, met goud en al.’

Na een korte stilte: ‘Wilt u het proberen?’

Het is de vierde en laatste dag van de KunsthalKOOKT in Rotterdam. Leo Fontijne, eigenaar van H. van Toor Jzn. Distilleerderij in Vlaardingen, staat voor de tweede keer op dit culinaire evenement. Zijn doel: zo veel mogelijk bezoekers laten kennismaken met zijn producten. Wijn mag wel worden verkocht op de beurs, sterkedrank niet, maar Leo mag zijn drank wel laten proeven, aan iedereen die meerderjarig is tenminste.

In de ochtend blijkt het laten proeven nog een hele opgave; veel mensen vinden het simpelweg te vroeg voor een borrel. De vrouw die op het dwarrelende bladgoud is afgekomen, ziet in het tijdstip echter geen beletsel. Leo ontkurkt de fles en schenkt een vingerhoedsglaasje vol.

Over de Nederlandse grens heen staan bruidstranen bekend als Danziger Goldwasser. Het drankje werd voor het eerst op de markt gebracht door een Nederlander, Ambrosius Vermeulen, die in 1598 in het Poolse Gdańsk was komen wonen en daar een distilleerderij begon. Het idee voor de kruidenlikeur zou zijn ontstaan doordat hij bladgoud had zien dwarrelen in alcohol nadat vergulders er hun kwasten in hadden schoongemaakt.

‘De boventoon wordt gevoerd door kardemom, maar de likeur is gemaakt met diverse specerijen,’ doceert Leo terwijl de vrouw proeft. ‘Verder bevat deze drank bijna 30 procent suiker. Door die suiker blijft het goud een beetje drijven.’

‘Lekker,’ zegt de vrouw terwijl ze nog een keer van de likeur nipt.

‘Het goud symboliseert de tranen van de bruid,’ gaat Leo verder. ‘Vroeger huilde de bruid van verdriet omdat ze werd uitgehuwelijkt, tegenwoordig huilt ze van geluk.’

Wanneer de vrouw is doorgelopen, wijst Leo op de dame en heer op het etiket van de fles. ‘Mijn grootouders. Ze trouwden in de jaren twintig van de vorige eeuw, hier in Rotterdam. Ik vond de foto zo leuk dat ik mijn familie heb gevraagd of ik hem mocht gebruiken voor de bruidstranen.’



Twee jaar geleden ontmoette Leo tijdens de KunsthalкООКТ een trouwambtenaar uit Goedereede, het dorp waar zijn grootmoeder ter wereld kwam. De ambtenaar besloot de paren die ze in de echt verbond voortaan een fles bruidstranen cadeau te doen. 'Ik vind dat heel bijzonder. Het voelt alsof ik mijn grootmoeder een beetje heb teruggebracht naar haar geboortegrond.'

Het begint langzamerhand drukker te worden in de Kunsthal in Rotterdam.

'Wilt u iets proeven?' vraagt Leo met een grote glimlach op zijn gezicht aan een jongeman wiens blik op de flessen blijft rusten.

'Nu al?' reageert de jongeman.

Leo na een blik op zijn horloge: 'Ach, het is nu na twaalfen.'

Maar de jongeman laat zich niet overhalen.

Een oudere man met een snor gaat wel op de uitnodiging in. 'Kijk mij nou,' zegt hij terwijl hij een vingerhoedsglaasje moutwijnjenever omhooghoudt. 'Ik voel me net mijn opa: voor het middageten al een borrel.'

De liefde van Leo voor sterkedrank is al vroeg in zijn leven ontstaan. Hij groeide op in Schiedam, een kilometer of vijf van Vlaardingen af. Thuis vond hij het maar stinken; zijn vader had een bedrijf in pompen en motoren. Bij de bureн rook het veel lekkerder, die hadden een distilleerderij. Rond zijn tiende schuimde Leo de buurt af om etiketten te scoren voor zijn verzameling. Alleen al bij hem in de straat waren vijf distilleerderijen gevestigd: Dirkzwager, Rijnbende, Piet van Gent, De Koning en Herman Jansen. Later had Leo verschillende vakantiebaantjes bij branderijen en distilleerderijen; eerst stond hij achter de lopende band, later werkte hij als hulpje in het laboratorium. Op zijn negentiende stookte hij voor het eerst zelf drank, van zure wijn.

Schiedam, de geboorteplaats van Leo, is van oudsher dé jeneverstad van Nederland. De jeneverindustrie omvatte behalve branderijen en distilleerderijen ook korenmolens, kuiperijen, glasfabrieken en drukkers (vanwege de etiketten). Rond 1880, de bloeiperiode van de Nederlandse jeneverindustrie, herbergde Schiedam krap vierhonderd branderijen en twintig molens. De molens maalden in die tijd per jaar 150 miljoen kilo graan, waar 80 miljoen liter jenever van werd gestookt. De kades van de havens stonden vol met vaten; jeneverflessen en -kruiken waren tegen de gevels opgestapeld. Ge-

middeld bevond zich ongeveer een half miljoen liter drank open en bloot op straat.

Leo: 'Jenever uit Nederland werd over de hele wereld gedronken. Wij kochten zo ontzettend veel scheepsladingen graan in op de wereldmarkt dat de Russen hier kwamen kijken wat die gestoorde Nederlanders er in vredesnaam mee deden.'

De leefomstandigheden in Schiedam waren in die tijd ronduit slecht. Het gros van de Schiedammers ging gebukt onder schrijnende armoede. Arbeiders werden vaak deels in drank uitbetaald, velen van hen kampten met een alcoholprobleem. Door de roetuitstoot lag er continu een zwarte waas over de stad. 'Des zomers lag zij te midden van het sappigst Hollands weidelandschap te braken als een zwarte vulkaan,' schreef F. Bordewijk, die jarenlang als advocaat in Schiedam praktiseerde, in de novelle *Verbrande erven* (1944) over het Schiedam aan het einde van de negentiende eeuw.

Anno 2010 zijn er in Schiedam nog maar twee branderijen, vier distilleerderijen en vijf van de oude korenmolens over. Molen De Noord, waarin nu een restaurant is gevestigd, is met 33,3 meter de allerhoogste van het vijftal. De hoogte was in Schiedam nodig om de wieken boven de pakhuizen uit wind te kunnen laten vangen.

Een paar dagen voor de Kunsthalкоокт, in Vlaardingen. Leo loopt in zijn productiehal voor de stellingen heen en weer. Wat neemt hij straks mee naar de Kunsthal en wat niet? Twee jaar geleden had hij in Rotterdam zijn hele assortiment uitgesteld. Nu lijkt het hem handiger een selectie te maken. *Less is more*, tenslotte. 'Maar ja, wat zet ik wel in mijn stand en wat niet? Denk, denk, denk...'

De productiehal oogt alsof de tijd er stil is blijven staan. De benedenverdieping is hoog, smal en lang en er dringt maar weinig daglicht naar binnen. De vloer bestaat uit klinkers, de muren zijn gemaakt van rode baksteen. Links staan stellingen, rechts tafels.

De moutwijnjenever gaat mee, daarover geen twijfel. Moutwijnjenever is de eerste drank die Leo zelf ontwikkelde na de overname van de distilleerderij in 2000 en bovendien zijn persoonlijke favoriet uit eigen huis. De basis van de jenever is een Schiedamse moutwijn, gemaakt van mout, rogge en mais. Leo deed er een jaar over om de juiste balans te vinden tussen de wijn en de kruiden.

Ook over de Schelvispekel geen twijfel. Schelvispekel is Van

Toors bekendste product. Leo stookt de drank volgens een recept uit 1920, het oudste bewaard gebleven recept van de distilleerderij. De oorsprong van Schelvispekel gaat echter nog veel verder terug dan 1920. Vlaardingse vissers maakten deze drank al in de zeventiende eeuw. Zij deden dit door kruiden te laten trekken in brandewijn. De kruiden kregen de vissers van de Verenigde Oost-Indische Compagnie, in ruil voor gepekeld haring. Aan het begin van de twintigste eeuw nam Van Toor de productie van Schelvispekel op zich. Decennialang produceerde de distilleerderij de drank exclusief voor de Vlaardingse vissers; pas in de jaren zestig vond Schelvispekel een bredere verspreiding.

Leo: 'In Vlaardingse gaat het verhaal dat ik nog elk jaar een fles Schelvispekel naar David Bowie stuur. Ad Visser vindt Schelvispekel zelf nogal lekker en hij heeft het in zijn *Toppop*-tijd aan allerlei artiesten laten proeven, en dus ook aan David Bowie.'

Op YouTube is een filmpje te vinden uit 1974 waarin Ad Visser David Bowie een Edison Award uitreikt voor zijn lp *Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, waarna de presentator van *Toppop* voorstelt te proosten 'with this old fishermendrink with the difficult pronunciation of Schelvispekel'. David Bowie, breed lachend: 'It is made out of old fishermen.' Het is gemaakt van oude vissers. Grapje van Bowie.

Cheers.

Maar klopt het verhaal? Krijgt David Bowie inderdaad elk jaar Schelvispekel opgestuurd vanuit Vlaardingse?

Leo tovert een grote glimlach tevoorschijn. Sommige vragen zijn te mooi om er antwoord op te geven.

Distilleerderij Van Toor is een eenmansbedrijf. In het drankensegment is de distilleerderij een onbeduidende speler. Leo: 'Ik ben een keer bij een grote distillateur geweest die zei dat hij alles onder de vijftigduizend liter saneerde. Nou, als dat mijn maatstaf zou zijn, kon ik dit hele bedrijf wel opdoeken.'

Van Toor was niet altijd een eenmansbedrijf. In 1908, toen het bedrijf een kwarteeuw bestond, had oprichter Hendrik van Toor Jacobszoon acht medewerkers en daarnaast zeven vertegenwoordigers die op provisiebasis door heel Nederland reisden. Op een foto van het personeel, genomen in 1933, staan elf mannen (keurig in pak) en drie vrouwen (keurig in het midden). In de jaren vijftig

van de vorige eeuw, de hoogtijdagen van het bedrijf, waren er zestig mensen in dienst. Daarna ging het langzaam bergafwaarts. In 1971 was het personeelsbestand geslonken tot twintig personen. Twaalf jaar later waren er nog maar drie werknemers over: twee vrouwen en meesterknecht Jaap Schaar, die op veertienjarige leeftijd in dienst was gekomen en uiteindelijk vierenvijftig jaar voor Van Toor zou werken. Vanaf 1995 draaide het bedrijf zonder personeel.

‘Heerlijk vond ik dat,’ vertelt toenmalig eigenaar Jacques van Toor in zijn bovenwoning, die zich op loopafstand van de distilleerderij bevindt. ‘Ik was eindelijk verlost van de Arbeidsinspectie. Want viel er een medewerker van een trap zonder leuning, dan betekende dat oorlog met de inspectie. In mijn eentje kon ik veel meer ontspannen werken, want als ik een been brak, maakte dat niemand iets uit.’

Jacques van Toor zag toen, halverwege de jaren negentig, voor zichzelf al geen toekomst meer in het familiebedrijf, waarin hij de vierde generatie van de familie Van Toor vertegenwoordigde. Kinderen hadden hij en zijn vrouw niet, en ook in de familie was niemand bereid de fakkel over te nemen. ‘Ik heb doorgemodderd totdat Leo in beeld kwam,’ zegt hij zelf over die tijd.

Even leek het een optie het bedrijf te verkopen. De overname ging niet door, maar de directeur van het bedrijf dat interesse had, kende wel ‘een enthousiaste jongeman’ die een distilleerderij zocht. Die enthousiaste jongeman, die toen overigens al halverwege de dertig was, heette Leo Fontijne.

Jacques en Leo werkten anderhalf jaar samen. Daarna stond Leo er alleen voor. Hij nam het bedrijf in etappes over. De twee mannen onderhouden nog steeds contact. Jacques: ‘Af en toe hop ik even bij hem binnen. Dan hoor ik wat er speelt in het vakgebied en drinken we samen een neut. En Leo belt me altijd op als hij nieuws heeft. Bijvoorbeeld toen het bedrijf het predicaat Hofleverancier kreeg.’

Nu woont het echtpaar Van Toor een groot deel van het jaar in Zuid-Frankrijk, tussen de wijngaarden. ‘Het leven is daar goed voor ons.’

Jacques is meer een man van wijn dan van gedistilleerd, altijd geweest ook, al kan hij wel genieten van een calvados op zijn tijd en drinkt hij na het schaatsen graag een glaasje Schelvispekkel. Tot de overname in 2000 maakte een wijnhandel deel uit van het bedrijf. Samen met zijn vrouw reisde Jacques van Toor de leveranciers af.

‘Bij een van die wijnboeren in Doura in Portugal hebben we ooit een tuinfoest meegemaakt met achthonderd gasten. Na afloop sliepen we in een *quinta*, een wijnboerderij. Mooie herinneringen zijn dat.’

Trouwens ook een mooie herinnering: hoe hij in zijn woonkamer, op een steenworp afstand van het bedrijf, op de uitkijk stond voor de douane en net zolang wachtte tot de dienstdoende douanier afdroop – om vervolgens lekker aan de slag te gaan. De controles door de douane duurden Jacques van Toor veel te lang, zeker toen hij eenmaal alleen werkte. Hij had er helemaal geen tijd voor, en bovendien geen zin in.

Leo koos rigoureuus voor het gedistilleerd, een beslissing die het einde van de wijnhandel betekende.

De tijd die vrijkwam nadat hij zijn bedrijf van de hand had gedaan, besloot Jacques van Toor te vullen met schrijven. In 2008 publiceerde hij een boek over de geschiedenis van de scheikunde. Momenteel werkt hij aan een boek over de relatie tussen kloosters en drank. In zijn werkkamer hangt een kaart van de Benelux, waarin hij punaises en spelden heeft geprikt. De rode punaises markeren de trappistenkloosters, de spelden de overige kloosters. Voor de research probeert hij er, samen met zijn vrouw, zo veel mogelijk te bezoeken. Met een knipoog: ‘Het is leuk werk, want je moet een hoop proeven.’

Nog altijd kijkt Jacques van Toor in verwondering terug op de kennismaking met Leo Fontijne. ‘Zonder Leo was het bedrijf er niet meer geweest. Hij maakt nu allerlei nieuwe producten. Dat creatieve is een gave die ik ontbeer. Ik was ook totaal ongeschikt voor het bedrijfsleven. Drank maken vond ik leuk, maar ik had moeite met de commerciële kant, met het verkopen. Dat is nog een reden waarom ik zo blij ben met Leo. Hij kent een hoop mensen en staat op allerlei beurzen.’

Leo reageert verbaasd. Hij op allerlei beurzen? Dat valt wel mee, vindt hij zelf. Hij bezoekt er twee, hooguit drie per jaar. ‘Maar ik vind het wel hartstikke leuk, dat directe contact met de consument, dat klopt, ook al heb ik aan het eind van de dag stalbenen van het staan en voel ik me soms net een papegaai omdat ik constant dezelfde dingen zeg. En dat ik creatief zou zijn, klopt ook wel. Vooral wanneer ik op vakantie ben, krijg ik veel ideeën. In Italië bijvoorbeeld. Daar groeit laurier als onkruid, viel me afgelopen zomer opeens op.

En wist je dat sinaasappelbladeren een heel mooie geur verspreiden als je ze fijnwrijft? Nou, met die geur zou ik wat kunnen creëren. En ik heb ook bedacht dat ik een proef wil doen met de naloop, het deel dat je weggooit na het distilleren. Misschien dat het me lukt daar nog wat moois van te maken.'

Net als Jacques heeft Leo geen kinderen die de zaak ooit zouden kunnen overnemen. Soms maakt hij zich daar wel zorgen over. 'Ik produceer ons vloeibaar erfgoed. Ik vind dat zulk belangrijk werk dat ik dat graag zou overdragen aan de volgende generatie. Maar ja, hoe dan? Het bedrijf verkopen aan een grote producent? Een instituut oprichten voor oud-Hollandse dranken? Ik ben er nog niet uit. Maar gelukkig heb ik nog wel een paar jaar te gaan tot mijn pensioen.'

Op de KunsthalkOOKT, tegen een echtpaar dat langs zijn stand schuifelt: 'Wilt u proeven?'

Leo zal blijven staan, zo heeft hij zich voorgenomen. Dus heeft hij geen stoel neergezet in zijn stand. Hij zal blijven staan én blijven lachen. Maakt niet uit hoe zeer zijn benen gaan doen, maakt niet uit of hij kramp in zijn kaken krijgt of niet. En ook niet stiekem tegen de tafel gaan hangen of zo. Nee, rechtop staan! En lachen! Zó doe je dat op een beurs.

Halverwege de middag trekt een miniatuurdistilleerketel in de stand de aandacht van een passerende vrouw. 'Dit is een distilleerketeltje,' opent Leo het gesprek. 'Vroeger werd dit keteltje gebruikt in het laboratorium.'

De dame knikt. Ze vertelt dat ze in een laboratorium werkt en dat zij en haar collega's een keer een poging hebben gedaan bisschops-wijn te maken. 'De wijn was een aanfluiting, maar we hebben wel veel lol gehad.'

Behalve met het keteltje heeft Leo zijn stand aangekleed met een paar bosjes tarwe. Op de achterwand hangen oude zwart-witfoto's van de fustenopslag en de bottelarij en een glas-in-loodafbeelding van het schild dat bij het hofleverancierschap hoort. H. van Toor Jzn. Distilleerderij verwierf het hofleverancierschap op 21 juni 2008, bij het 125-jarige bestaan van het bedrijf.

'Ik wilde het jubileum niet ongemerkt voorbij laten gaan,' vertelt Leo. 'Op een rustige middag dacht ik: ik ga de burgemeester eens bellen, kijken wat er mogelijk is.'



Dat bleek veel te zijn.

Het telefoontje resulteerde in een aanvraag van het predicaat, waarin Leo aangaf het als zijn missie te zien oud-Hollandse dranken bij de slijter op de plank te houden en de vraag ernaar bij de consument te stimuleren. Na gedegen onderzoek werd de aanvraag goedgekeurd. Leo: 'Toen heb ik echt wel even een vreugdedansje gemaakt. Bij de provincie kreeg ik later te horen dat het heel bijzonder is dat dit predicaat wordt verleend aan een eenmansbedrijf.'

Om de toekenning van het hofleverancierschap te vieren stookte Leo een speciale variant van zijn Schelvispekkel. Als basis gebruikte hij brandewijn die vijftien jaar in een eiken fust had liggen rijpen. In die tijd verdampt de helft van de alcohol door de poriën van het hout: het deel voor de engelen. De zogeheten Vintage Schelvispekkel kwam in een gelimiteerde oplage van veertienhonderd genummerde flessen op de markt. De eerste twee flessen gaf Leo weg op de dag van de uitreiking van het predicaat, aan de commissaris van de



Koningin in de provincie Zuid-Holland en aan de burgemeester van Vlaardingen.

Een van de typerende oud-Hollandse dranken die Leo bij de slijter op de plank wil houden, is kandeel. Jacques begon in 1981 met de productie van kandeel. Nu is Van Toor een van de laatste twee producenten in Nederland die deze oud-Hollandse drank nog maken.

Kandeel wordt traditiegetrouw gedronken bij de geboorte van een kind. Heel vroeger droeg de kersverse vader voor die gelegenheid een speciale kamerjas en een kraamherenmuts met pluim. De kandeel roerde hij met een versierde kandeelstok of met een pijpje kandeel. Oorspronkelijk dronken alle aanwezigen uit één beker, in de zeventiende eeuw kreeg ieder een eigen kommetje en in de achttiende en negentiende eeuw werden er zelfs speciale porseleinen kandeelstellen vervaardigd, bestaande uit een kan met twaalf beertjes.

Prins Claus greep na de geboorte van kroonprins Willem-Alexander in 1967 terug op deze traditie. Nadat hij zijn zoon in het stadhuis van Utrecht had aangegeven bij de burgerlijke stand, dronk hij met alle aanwezigen een kopje kandeel. Ook bij de aangifte van zijn tweede en derde zoon hield prins Claus de kandeeltraditie in ere.

Er bestaat een oud-Hollands versje dat refereert aan de bereiding van kandeel.

*Kaatje, ben je boven?  
Ja, juffrouw.  
Ik wil je wat beloven.  
Goed, juffrouw.  
Tien pond suiker, zes flessen wijn.  
Doe dat in een keteltje,  
roer dat met een lepeltje.  
O, wat zal dat heerlijk zijn.*

Leo heeft een paar flessen kandeel meegenomen naar de Kunsthal in Rotterdam.

‘Is dat een soort advocaat?’ vraagt een vrouw.

‘Dat is kandeel, een dunne advocaat met kruidnagel- en kaneel-distillaat,’ antwoordt Leo. ‘Ik gebruik agar-agar, een natuurlijk verdikkingsmiddel.’