



PERSINFORMATIE

DE PILSCULTUUR IN AMSTERDAM: HET CAFÉ ALS HARTSLAG VAN DE STAD

Bier als eerste levensbehoefte

Stel je Amsterdam voor, vijf eeuwen geleden. Een stad waar het water uit de grachten stonk en schoon drinkwater een luxe was. In deze omstandigheden groeide het drinken van bier uit tot een eerste levensbehoefte, omdat het veiliger was dan water. Toch stond Amsterdam tot aan de Middeleeuwen niet bekend als 'bierstad'. Waar Haarlem, Delft en Gouda als brouwerssteden floreerden, moest Amsterdam schoon water laten aanvoeren per schip. Dat maakte bier kostbaar, maar óók een welkome bron van inkomsten voor het stadsbestuur, dat hoge belastingen oplegde. Omdat het drinken van water ongezond was, was bier een echte dorsteller. Het werd niet alleen gedronken bij feestelijke gebeurtenissen, maar óók bij het ontbijt of avondeten. De toenmalige brouwers brachten een licht-alcoholisch bier op de markt - dunbier of scharrebier - om te voorzien in deze dagelijkse bierconsumptie.

De Amsterdammers dronken bier niet alleen thuis, maar ook in de herbergen en taveernes die de stad rijk was. Hier komt ook de oorsprong van het Engelse woord 'pub' vandaan, wat een afkorting is van 'public house'. Deze 'publieke huizen' waren eigenlijk het verlengde van de huiskamer: plaatsen waar bier werd gedronken, je iets kon eten en kon slapen.

Groei van de bierconsumptie

In 1585 telde Amsterdam nog maar zestien brouwerijen, maar in eerste helft van de 17e eeuw keerde het tij. De Amsterdamse haven groeide uit tot een knooppunt van waaruit de wereld werd verkend en goederen uit verre windstreken Amsterdam inkwamen. De haven groeide, de handel bloeide en de behoefte aan bier - voor de zeelui die in Mokum aan wal kwamen en de stadsbewoners - nam toe. Tussen 1630 en 1669 verdubbelde de productie van 90.000 tot 180.000 vaten. Ook de kwaliteit bier werd steeds beter. Nu Amsterdam knooppunt was in een wereldwijd handelsnetwerk waren er hoogwaardige grondstoffen - zoals graan, tarwe en hop uit het Oostzeegebied - in overvloed en groeide de afzetmarkt. De kwaliteit ging omhoog, het aantal brouwerijen groeide en zo kon steeds beter worden voorzien in de snelgroeiende behoefte aan bier van goede kwaliteit.

Vrouwen als stille kracht in de Amsterdamse biercultuur

Aan het begin van deze bloeitijd - we schrijven 1592 - werd in hartje Amsterdam aan de Nieuwezijds Voorburgwal brouwerij De Hooiberg opgericht. Het was een vrouw, Weyntgen Elberts, die aan de wieg stond van deze brouwerij. Weyntgen's man had een mouterij opgericht en toen hij overleed, gebruikte ze de erfenis om een huis en erf en loods te kopen aan de Nieuwezijds Voorburgwal en hier een brouwerij te stichten. Zij, en later haar dochter, waren de stille kracht achter wat later zou uitgroeien tot één van de meest succesvolle brouwerijen van Amsterdam en Nederland.



De 19e eeuw: bier in de ban van de Industriële Revolutie

Brouwerij De Hooiberg heeft tussen 1592 en 1863 goede en minder goede tijden gekend. Toen de succesvolle brouwerij in 1863 te koop kwam te staan, zag de jonge Gerard Adriaan Heineken zijn kans schoon. Dat moment in de geschiedenis valt samen met een nieuwe bloeiperiode, de wederopstanding van Amsterdam als wereldstad. De Industriële Revolutie breekt aan en nieuwe technologieën doen hun intrede. Er zijn drie ontwikkelingen die in de modernisering van de Amsterdamse bierindustrie een baanbrekende rol speelden: kunstmatige koeling, pasteurisatie en de ontdekking van het A-gist.

Dankzij de uitvinding van de stoommachine werd het mogelijk om met behulp van ijsmachines kunstmatig ijs te fabriceren. Dat zorgde ervoor dat er geen ijs uit Noorwegen meer geïmporteerd hoefde te worden en brouwerijen het hele jaar door zelf hun brouwsels konden koelen. Dankzij pasteurisatie – een methode waarbij bier korte tijd wordt verhit, waardoor bacteriën worden gedood en de drank langer houdbaar wordt - kon Gerard Adriaan Heineken zijn afzetgebied vergroten. De derde doorbraak - het gecontroleerd kunnen kweken van zuivere gist - zorgde voor een constante smaak en kwaliteit. Deze toevoeging hiervan aan het recept stelde Heineken in staat de smaakbalans te optimaliseren tot de smaak waar mensen overal ter wereld van zijn gaan houden.

Beiers bier: het speciaalbier van de 19e eeuw

De industriële revolutie bracht niet alleen economische kansen, maar óók de dorst naar iets nieuws: Beiers bier. Een ondergistend pils dat eerst vooral in Duitsland en Tsjechië populair was, vond nu ook gretig aftrek in Amsterdam. Gerard Adriaan Heineken, toen nog een jonge twintiger, zag kansen. Hij zag dat Tsjechisch pils of Pilsener - 'het speciaalbier van de 19e eeuw' - snel aan populariteit won. Dit pils werd vooral gebrouwen in en rondom Plzeň in het huidige Tsjechië, en in Duitsland. Gerard Adriaan zag een gat in de markt. Drie jaar nadat hij De Hooiberg gekocht had, verhuisde de brouwerij - die inmiddels de naam Heineken voerde - in 1868 naar de Buitensingel, de huidige Stadhouderskade. Deze nieuwe brouwerij werd voorzien van de modernste technische snufjes, waarmee het op grote schaal brouwen van Beiers bier binnen handbereik kwam. Al snel was de Heineken Brouwerij, samen met de Amstel Brouwerij en de Koninklijke Beierse Bierbrouwerij Maatschappij, marktleider in Amsterdam en omstreken.



Investeren in de biercultuur in Amsterdam

Tegelijkertijd drukte Gerard Adriaan Heineken zijn stempel op de biercultuur in Amsterdam. In de decennia na de overname van De Hooiberg groeide de brouwerij mee met de stad. Zo investeerde hij flink in de Amsterdamse horeca, zoals in grand cafés als Milles Colonnnes (Rembrandtplein) en Die Port van Cleve (Nieuwezijds Voorburgwal), dat door de gebroeders Hulscher - die De Hooiberg in 1867 overnamen - was omgetoverd tot een chique grand café, waar ook Heineken werd geschonken. Gerard Adriaan Heineken kocht nog veel meer panden in de stad. Als hij geen eigenaar werd, verstrekke hij vaak leningen aan ondernemers. Hij had daar zelfs een eigen exploitatiemaatschappij voor opgericht, die later werd overgenomen door Heineken.

Freddy Heineken: 'Pils is een beleving'

De opvolgers van Gerard Adriaan zetten deze koers in de twintigste eeuw voort. Freddy Heineken was één van de meest markante ondernemers uit het Heineken-geslacht. De flamboyante ondernemer had niet alleen sterke ideeën over marketing, maar óók over wat een café een goed café maakte. Freddy Heineken besepte dat pils méér is dan een drankje, maar een beleving. Zo had hij uitgesproken ideeën over hoe een Amsterdams café eruit moest zien: bruin, gezellig, met kleedjes op tafel en een volks karakter. Zo was hij een graag geziene gast bij Café Hoppe. Freddy Heineken was dan ook een echte ambassadeur van het Bruine Café: het café als 'huiskamer van Amsterdam'. Brouwers als Heineken en Amstel, maar ook veel kleinere brouwerijen, hebben hun stempel gedrukt op Amsterdam en zijn onderdeel van het sociale weefsel van Mokum. Vandaag de dag zijn maar liefst 65 brouwers actief in de hoofdstad.

Het café als 'huiskamer van Amsterdam'

Of je nu in een bruin café in de Jordaan zit of op een hip terras aan het IJ: het café in Amsterdam is een ontmoetingsplaats. Al sinds de 17e eeuw, toen Amsterdammers en zeelieden in de taveernes hun dorst kwamen lessen, fungeert het café als een 'sociale smeltkroes'. Rijk en arm, student en toerist: allemaal schuiven ze aan bij de toog. Amsterdamse cafés zijn dan ook helemaal verweven met de ontwikkeling van Mokum. In sommige cafés proef en ruik je de geschiedenis van het Amsterdamse caféleven. In een ver verleden kwamen scheepslui zich in de taveernes laven na een lange reis; later kwamen er schrijvers, kunstenaars en muzikanten. En ook vandaag zijn cafés nog altijd het hart van Amsterdamse gezelligheid. Of je nu uit de Jordaan, Oost of uit de Pijp komt: elke buurt heeft zijn eigen stamcafés, met hun eigen verhalen en vaste gasten. Cafés zijn een deel van de ziel van Amsterdam en de 'huiskamers van onze stad', waar buurtbewoners samenkomen, Amsterdammers elkaar ontmoeten en de mooiste gesprekken en herinneringen ontstaan.