



De EDAH Museum Courant

Jaargang 4 nummer 13 september 2015 Redactie: museumcourant@online.nl

TOEKOMST



*Van de voorzitter
Reeds meer als een jaar
wordt er door het bestuur
van het museum naast de
zorg voor het welzijn van
iedere dag intensief gewerkt*

aan een goede toekomst.

*Dat is geen sinecure ! De aandacht dient primair
gericht te zijn op de inhoud, de kwaliteit en de
presentatie van het geheel, in combinatie met goede
huisvesting bereikbaarheid en parkeren voor auto,
bus en fiets.*

Tevens speelt dit totaal ook een belangrijke rol in het
cultuurbeleid van de gemeente, waarbij ook inhoud
en toerisme een belangrijke bijdrage aan Helmond
dienen te leveren.

*Wij prijzen ons gelukkig u te kunnen meedelen dat
we in de planning van dit totaal ver gevorderd zijn,
en we thans in de laatste stadia van overleg met
diverse instanties zijn gekomen.*

We weten dat er geruchten de ronde doen, maar
hiervan willen wij ons distantiëren.

Vriendendag: vrijdag 13 november 16.00 uur

Het EDAH Museum heeft een grote groep vrienden
die het museum een goed hart toe dragen. Elk jaar in
november organiseert het museum een bijeenkomst
voor deze vrienden. Zij worden dan bijgepraat over
de vele ontwikkelingen van het museum. Maar
het ontmoeten van andere vrienden is zeker zo
belangrijk.

De Vrienden ontvangen een aparte uitnodiging.
Wilt ook u tot deze geweldige club gaan behoren kijk
dan op www.edahmuseum.nl Vrienden/sponsors/
donateurs hoe u zich kunt aanmelden

Thieu de Wit
voorzitter

Nieuw in het museum: Turmac zijdjes

Altijd trek in een OLD MAC



De sigaretroker van weleer kent
ongetwijfeld bovengenoemde slogan nog.
Een variant daarop ging rond Old-Mac-In-
Ieders-bek.

Het merk ontstond na de tweede wereld
oorlog toen de surrogaat sigaret, (o.a.
onder de merknaam CONSI) bestaande uit
bramen en beuken bladeren, vervangen kon
worden door echte tabak. Deze bladeren
kwamen uit Turkije en Macedonie. Een
tabakhandelaar uit de nieuw geboren
natie Turkije (voorheen het Ottomaanse
rijk) de heer Klazim Emin Bey en de
Zevenaarse tabakhandelaar Willem Karel
Buschhammer richtten in 1920 de fabriek
op onder de naam Turmac in Zevenaar.

De merknaam Old Mac dat zo heerlijk
beekt is afgeleid van Macedonie. Waarom
nu deze info? Welnu, omdat het museum
sinds kort in bezit is gekomen van een
verzameling Turmaczijdjes. Deze turmac-
zijdjes waren een begrip. Ze werden toe-
gevoegd aan doosjes TURMAC sigaretten
als een verkoopbevorderend element. Deze
applicaties waren zeer geliefd bij de dames
om op hun kleding/blouse aan te brengen
waardoor het de mannen stimuleerden om
over te gaan op de sigaret met dit fleurig
cadeau.

awe



www.edahmuseum.nl

Oostende 167 | Helmond | (tussen Julianabrug en tankstation) | Tel. 06-41191491 | Email: info@edahmuseum.nl



Tenslotte boterde het toch!

tekst Anton Weterings

De boterhandel van Jurgens en Van den Bergh;

(Een vervolg op artikel in editie nr 12 van juni 2015)

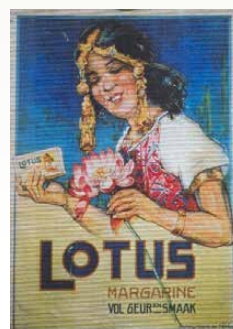
Eind 19e eeuw was boterhandel geconcentreerd in Friesland. Door de toenemende vraag uit Engeland kregen Brabantse boeren een kans om ook op die markt een plaats te veroveren. De vraag bleef voortdurend het aanbod overtreffen. De Brabantse handelaren haalden boter uit het Duitse achterland. De boter werd gemengd en vervolgens geëxporteerd. Dit mengen leverde zo nu en dan een kwalijke reputatie op. In Engeland wordt slechte waar *bosch* genoemd naar de regio waar toen de vermengde boter vandaan kwam. ('s Hertogenbosch). De Friese boeren daarentegen bleven volharden in het op kleine schaal produceren en verhandelen van eigen (kwaliteits) boter. In Brabant hadden twee families inmiddels een omvangrijke boterhandel opgezet: Jurgens en Van den Bergh, beide gevestigd in de kleine stad Oss aan de Maas. Aan het einde van de 19e eeuw was Jurgens de grootste boterhandelaar van Europa. Onder-tussen was ook de kunstboter ofwel margarine op de markt verschenen en op grote schaal geproduceerd. Het transport van deze producten begon geleidelijk een probleem te vormen. Het bedrijf verhuisde naar Rotterdam. Die andere familie Van den Bergh, ook gevestigd in

Oss, maakte barre tijden door met de *echte boter*. Op een bepaald moment belandde het bedrijf aan de rand van de afgrond. Om het tij te keren werden de twee oudste zonen, Jacob en Henry, naar



Londen gestuurd om dichtbij die Engelse markt te zijn. Deze beslissing markeerde een keerpunt in de geschiedenis van de onderneming van Van den Bergh. Er werd een begin gemaakt met de reorganisatie van de verkoop in Engeland. Ook introduceerden ze nieuwe verpakkingsmethoden, die ze hadden afgekeken van Franse

en Belgische importeurs. In plaats van kluiten werd de boter verpakt in de vorm van rollen, waar de Engelse afnemers de voorkeur aan bleken te geven. De boterhandel van Van den Bergh floreerde weer. Het was dan ook met meer dan gemiddelde belangstelling dat Van den Bergh kennisnam van de geruchten over een surrogaat voor boter. In Oss fluisterde men dat er bij concurrent Jurgens iets bijzonders aan de hand was: 'Bij de firma Jurgens ging het er zeer geheimzinnig aan toe. Bij de familie Van den Berg was men nieuwsgierig. Een citaat uit correspondentie van die tijd: ".....wij wisten niet precies wat daar gebeurde. Wij herinneren het ons nog levendig, op een avond kwam de heer Jan Jurgens bij onze ouders binnen met een schoteltje boter in de hand, hij liet ons vader proeven, die op dit gebied als een groot fijnproever bekend stond. Op de vraag wat vader van die boter dacht, antwoordde hij, dat zij naar vet smaakte, waarop Jurgens erkende dat zij inderdaad van vet was gemaakt en dat het een nieuw product was, een soort kunstboter en dat niemand het kon namaken, het was immers gebrevetteerd....." Van den Bergh's belangstelling was gewekt: Immers wie boter zelf zou kunnen maken, hoefde niet meer in alle uithoeken van Europa in te kopen. Wat men zich bij Van den Bergh



wel afvroeg was hoe Jurgens aan die kennis omtrent het nieuwe product 'kunstboter' was gekomen. Nieuwsgierigheid sloeg om in samenwerking en tenslotte fuseerde de concurrenten. De groei was niet te stuiten. De basis werd gelegd van het huidige levensmiddelen concern Unilever*.



Het EDAH Museum wint de 1e prijs in de categorie “Dagje Uit”.

Op 3 september jl. kregen we van de organisatie Eropuit in Eigen Land te horen dat ons museum door het Nederlandse publiek was benoemd tot het “beste dagje uit 2014 / 2015 “ Zo’n prijs hoop je altijd nog eens te winnen, maar nu is het werkelijkheid !

Verrast , dolgelukkig maar ook vooral dankbaar voor deze erkenning, die nog eens duidelijk maakt dat de inhoud van ons museum als zeer waardevol wordt erkend, maar tevens een groot compliment inhoudt voor het tonen van gastvrijheid en het uitvoeren van de vakkundige rondleidingen van de gasten.

Op 17 september jl. werd door het hoofd van de VVV , mevrouw Hetty de Groot , de bij deze prijs behorende oorkonde en beker in aanwezigheid van alle medewerkers uitgereikt.

Vol trots zal deze prijs in ons museum zijn plaats innemen, en ons stimuleren verder te werken aan een nog sterkere en zekere toekomst van ons museum.

Vooraf deze prijs en de vele duizenden tevreden bezoekers geven ons aan dat we hiermee op de goede weg zijn Thieu de Wit voorzitter.



ZieZo, vlot gedaan!

Het EDAH museum is een museum over verschijningsvormen van de levensmiddelen branche. Je hoort er verhalen, anekdotes en wetenswaardigheden over de detailhandel. Je ziet er de attributen, gereedschappen en materialen waarmee gewerkt werd. In vitrines de gadgets, de speldjes, batches, stickers. Voor vele bezoekers een feest van herkenning, een middag met tal van flash back's. De schrijver dezes had bij zijn bezoek in een tas 'n cursus plakkaatschrijven inclusief cijfermallen. Het paste mooi bij het verhaal van de kleurrijke handgemaakte affiches van de EDAH-pudding. Natuurlijk was het een hele stap om iets uit de eigen privé verzameling, met een emotionele waarde, over te dragen.

Toch voelt het goed omdat het zeer waarschijnlijk nog lang gekoesterd gaat worden in het museum. Moet er niet aan denken dat je erven straks bij het leeg opleveren van de woning alles via de klinker afvoeren omdat de emotionele binding der dingen ontbreekt. Lucebert dichtte het al “Alles van waarde is kwetsbaar”. We moeten het daarom beschermen. Waar kan dat





Ziezo, vlot gedaan, vervolg pagina 3

beter dan in een museum. Googlend op internet stoot je op tal van zaken zoals bijvoorbeeld het afgebeelde item. Dit was een speld, gedragen eind jaren vijftig bij de opkomst van de zelfbediening. Deze eerste formule van EDAH kreeg de naam ZIEZO mee, naar het Brabants voor vlot gedaan. Overigens is bovenstaande speld nog niet in het museum beland maar via een PC ontdekt.

Heb je nog iets uit vroegere tijden van de levensmiddelendistributie, laat het weten of geef het af bij een

bezoek! Indien zaken worden afgegeven bij het museum, bepaalt onze collectie beheerder vervolgens of het wordt opgeslagen in het depot voor thematische - of dat het een plaats krijgt in de permanente expositie.

AW



Verkoopbevordering is van alle tijden

In 1903 kende men het begrip verkoopbevordering, getuige deze fraaie plaat uit die tijd.

Kaarsen waren een belangrijk product aan het begin van de twintigste eeuw. Philips had nog niet in iedere huiskamer een gloeilamp. De olielamp en de kaars vormde de verlichting. Op dit affiche is te zien hoe de bewoner van een huisje gestimuleerd werd om de kaars tijdig aan te steken en tot in de klein uurtjes te genieten van andermans geluk of ongeluk door het lezen van de gratis roman.

Een andere manier om een artikel te promoten en de verkoop dus te bevorderen is het geven van een presentje. Sluit bijvoorbeeld een bon bij het artikel of voeg een cadeautje toe. Dit soort acties is van alle tijden en zo kennen we uit de vorige eeuw: het zijdje. De fabrikant die als eerste

deze kleurrijke zijden lapjes uitgaaf in 1878 was waarschijnlijk het Amerikaanse bedrijf Marquis de Lorne. De grote zijdjes konden in een lijstje als wandversiering gebruikt worden en de kleinere zag je als versiering op kleding of op allerlei handwerken. Bloemen, landen, insecten, wapens, sport en filmsterren zien we afgebeeld op de zijdjes.

De beste klanten voor de zijdjesfabrikanten zijn decennia lang de tabaksproducenten geweest. Eén van de bekendste merken in Nederland was: Turmac – Turkish Macedonian Tobacco Company Constantinople Cavalla – die vanaf 1919 tot 2009 in Zevenaar gevestigd is geweest. De zijdjes van Turmac waren zo populair dat alle zijdjes aan deze firma werden toegeschreven, maar er waren meer sigarettenmerken die zijdjes uitgaven zoals bijvoorbeeld Effendi Frères. Deze zijdjes zijn als kunstweefsel zeer waardevol. Turmac gaf in 1930 albums uit waar men de zijdjes in kon bewaren. In het eerste album horen 83 wapens en



83 kleine vlaggetjes, in het tweede waren 83 landen met elk drie zijdjes vertegenwoordigd. In de jaren dertig van de vorige eeuw kwam er geleidelijk aan een einde aan de uitgaven van zijdjes in ons land. In de Eerste Kamer werd op 28 december 1933 de tabakswet gewijzigd, met de mededeling dat er vanaf 1 maart 1934 geen reclamematerialen bij de tabaksartikelen geleverd mochten worden. Daarom zullen veel albums niet compleet zijn. Regelmatig komen nu nog zijdjes tevoorschijn uit een nalatenschap en deze zijn altijd nog een geliefd verzamelobject.

De Turmac Collectie is te zien in het Liemers Museum te Zevenaar.





Alles komt goed terecht

Kupers busonderneming uit Nederweert bracht medio juni de ouderenvereniging St Rochus naar het museum. De buschauffeur had zijn trip erg goed voorbereid. Bij het opdraaien op de parkeerplaats zagen we de chauffeur in de rode bedrijfskleuren van EHAD. Bij nadere beschouwing bleek het een jasshort te zijn met het EHAD logo. Onze spontane reactie was: "Dat moet in de krant", bij deze. De chauffeur had, na verluid, goede herinneringen aan EDAH en had deze roodbonte jas tussen zijn carnavalskledij aangetroffen. De jasshort is nu aan de collectie toegevoegd

awe



Het Gastenboek.

Hoe hebben bezoekers het museum ervaren?

- Dinsdag 2 juni hebben wij met de Ouderen van Giessen en Rijswijk een bezoek gebracht aan het Edah-museum, we werden heel hartelijk ontvangen door de vrijwilligers.
Na de koffie en gebak werden wij door deze enthousiaste mensen rondgeleid en we hebben werkelijk genoten van alles.
We waren hier twee uurtjes maar eigenlijk was het te kort.
Mensen alle lof en veel succes, van een heel tevreden bus met ouderen en comm.leden. Hartelijk bedankt !!
- Bedankt voor de goede zorgen en geweldige dag. Het was een heel interessant museum met kundige gidsen.
- Interessant museum!! Weer veel opgestoken, we willen Jose Mollemans enorm bedanken voor haar enthousiaste rondleiding. We waanden ons weer helemaal in vroegere tijden. Complimenten. Liesbeth Swinkels.
- Het was het geweldig, ongelooflijk wat ik allemaal zag en uitgelegd kreeg. Vrijwilligers heel veel dank....Zonnebloem afd. Venlo. P.S. Als je dit niet gezien heb, dan heb je veel gemist.
- Ik ben van 1973, en ik vind het erg mooi en bijzonder om dit terug te zien. Prachtig, Talytha Dijkstra - Nijverdal.





Kruidenieren in de twintig- en dertiger jaren 1.

Tekst Marcel Sanders

Winkelinrichting.

Jan de Boer Sr, medeoprichter van de Boer Winkelbedrijven vertelt over het Albino-filiaal in Veelerveen dat hij in 1921 onder zijn hoede kreeg het volgende: Behalve koffie, thee en tabak was er praktisch



niets verpakt; alles was in vakken achter de toonbank opgeslagen. Op de toonbank stond een weegschaal met daarnaast een blok gewichten. De winkel had nog een tweede toonbank, maar deze werd zelden gebruikt. Er stonden drie kasten op, gevuld met allerhande snuisterijen en ook meer dagelijkse gebruiksartikelen, zoals pijpen, zakmessen, tabaksdozen en horlogekettingen. Achter de toonbank was een wirwar van klompen.

Administratie? Hoezo?

De Hr Hopman medio jaren dertig aangesteld bij de R.K.Kruideniersbond vertelt over

de administratie in die jaren het volgende: Vader nam uit de la en uit de winkel, moeder nam uit de la en uit de winkel en de lieve kinderen volden hun voorbeeld. De boekhouding was opgeborgen in een margarineendoos onder het bed en een avondboekhouder werkte die gegevens voor de belasting in een soort balans uit. Als die balans winst liet zien, werd er feestgevierd,. Als er verlies was, werd de balans in een la geschoven met de opmerking 'nou ja, volgend jaar beter'.

Horen en bezorgen.

Niet iedereen kwam naar de winkel: tot de Tweede Wereldoorlog was de uitbreng, ofwel het 'horen en bezorgen', het ophalen van het bestelboekje bij de klant en vervolgens weer naar de klant voor het thuisbezorgen van de boodschappen, een belangrijk onderdeel van het kruideniersbedrijf. Het 'horen en bezorgen' was rendabel, dankzij de lage lonen waarvoor de loopjongens door weer en wind naar de klant fietsten. Tot deze in de jaren dertig werd verboden, werd bij de bezorging

ook de hondenkar ingezet. Vele bekenden uit de supermarktwereld zijn in het begin van hun carrière met horen en bezorgen opgegroeid. Een oud inkoper van Albert Heijn verklaart de opkomst en ondergang van dit systeem als volgt: De winkelier had contact met zijn klanten. Er waren jongens in dienst, die op de fiets de klanten afrekenden, de order klaarmaakte en weer afleverde bij de klant. Niet onbelangrijk was, dat dit systeem gekoppeld was aan kredietverlening. Alleen al om die reden was er sprake van een geweldige klantenbinding. Het leek dat dit tot in de eeuwigheid zou kunnen voortbestaan. In de jaren dertig kon je jongens zat krijgen. Er was een overschot aan arbeidskrachten, sociale voorzieningen bestonden nauwelijks, er waren lange werktijden en de lonen waren laag.





Prietpraatjes,

Gehoord van kinderen in ons museum

- Er was een jongetje met zijn opa in het museum en het jongetje bleef maar kijken naar de telefoon die op het bureau staat in het kantoor bij de oude boekhouding. Opeens komt hij overeind en vraagt: “Opa, hoe deden jullie die telefoon vroeger in je zak?” ,
- Bij de typemachine: “waar is het beeldscherm?”.
- Een museummedewerker brengt een kleuter naar het toilet. Roept het jongetje achter de deur: “Klaar!” Hij deelde mede, dat hij maar een klein papiertje gebruikte omdat “hij” ook maar klein was.
- Meisje dat naar het toilet is geweest: “In de tulletten is een schijnwerper, dan kun je je billen goed zien”. Wat blijkt? Er zit een kaal peertje als lamp in de betreffende wc en er is daarom daar ook extra veel licht.
- Mooie uitspraak van een bezoeker: Bij de uitgestalde zeep van OMO staat de volgende kreet:

Doe uw voordeel met OMO. Bezoeker maakt er een tweede regel bij en dan krijg je:
Doe je voordeel met OMO en je achterdeel met VIM.



www.edahmuseum.nl