

FAMILIES OP DE MARKT

DE ALBERT CUYP

Rineke van Daalen

AMSTERDAM 2021

© Rineke van Daalen, 2021

Omslag: Schilderij Akademie van Beeldende Kunsten

Brave New Books

ISBN 9789464188370

# Inhoudsopgave

---

<b>1</b>	<b>Families op de Albert Cuyp en in De Pijp</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Het begin van De Pijp en de Albert Cuyp</b>	<b>7</b>
	De Pijp, een nieuwe arbeidersbuurt . . . . .	7
	Het ontstaan van de Albert Cuyp . . . . .	11
<b>3</b>	<b>Marktfamilies</b>	<b>13</b>
	Vaders . . . . .	13
	De volgende generatie . . . . .	28
	Continuïteit en verandering . . . . .	31
<b>4</b>	<b>De kooplieden en de toekomst van de markt</b>	<b>37</b>
	Veranderingen . . . . .	37
	Goede tijden, slechte tijden . . . . .	44
	De buurt en de markt . . . . .	46
	Dalende winst . . . . .	48
	Hoe verder? . . . . .	54
	Alles verandert, ieder past zich aan. . . . .	57
	<b>Literatuur</b>	<b>61</b>
	<b>Dank</b>	<b>65</b>



# 1 Families op de Albert Cuyp en in De Pijp

---

De Albert Cuyp is een icoon van Amsterdam. Het is een unieke plaats. Waar word je in de 21e eeuw nog als ‘schat’ en als ‘dame’ aangesproken? Waar spugen kooplieden op het eerste geld dat ze ’s ochtends ontvangen om zo het geluk af te dwingen? De markt is een instituut, maar het is geen stilstaand water. Wat er in de stad en de wereld gebeurt laat zich ook aflezen aan de Albert Cuyp.

Op de Cuyp kan je alles kopen. Bloemen en planten, groenten, fruit, kaas, vis, kippen en noten, maar ook stekkers, kleren in soorten en maten, toiletartikelen, fietsbellen, garen en band. Er zijn kramen met groente en fruit van het seizoen, maar ook het hele jaar door papaya’s, mango’s, druiven of khaki’s. Er zijn goedkope aardbeien die snel moeten worden opgegeten en er is dure handel van topkwaliteit. De kaasman herinnert zich een stal met alleen het beste van het beste, zoals Frankendaler druiven – ‘dat waren schilderijtjes als de koopman die had opgesteld’. Sommige kramen specialiseren zich in een basisassortiment voor een schappelijke prijs; andere in bijzondere artikelen, zoals groente uit Suriname.

De markt is in de loop van de tijd gevarieerder geworden. Er is meer verscheidenheid in de koopwaar: naast de traditionele stallen met kaas of vis, fruit of groente, zijn er patates frites en stroopwafels. Ook zijn er nieuwe artikelen, zoals olijven, zongedroogde tomaatjes, *streetfood* uit Azië en Turkse pannenkoeken. De kooplui en de bezoekers vormen een diverser gezelschap dan vroeger. Er zijn de oude marktfamilies en de nieuwkomers, en ze verkopen alles door

elkaar heen – goedkoop en duur, zoet en zout, al dan niet eetbaar.

Vanaf het moment dat ik in Amsterdam woon (1966), ben ik een trouwe marktbezoeker. Eerst van de Dappermarkt, later van de Albert Cuyp, alleen, of met kinderen en kleinkinderen. Ik heb de Albert Cuyp zien veranderen, samen met De Pijp, de buurt waarin de markt ligt. In de zomer van 2020 waag ik me voor het eerst na de coronalockdown weer eens op de markt. De haringman en de bloemenstal staan ergens anders dan eerst, er lopen weinig mensen en er zijn maar weinig kramen. Ik vraag verschillende marktkooplieden hoe het met ze gaat, en ze vertellen me dat een paar collega's willen stoppen. Sommigen van hen zijn oudgedienden, die al eerder van plan waren om op te houden. Ze worden wat ouder en het valt ze zwaar om de hele dag achter hun stal te staan, de zaken gaan er niet op vooruit, en nu met corona vinden ze het welletjes.

Het zal de tijd niet stil gaan zetten, maar het begin van de 21e eeuw is een geschikt tijdstip om een historisch portret van de markt te maken. Een momentopname, nu het nog kan. Dat nam ik me destijds voor, maar ik wilde ook meer weten over de markt als instituut en hoe dat in de loop van de tijd is veranderd. Vooral de families op de markt heb ik altijd intrigerend gevonden, die stallen waar ik generatie na generatie achter de toonbank heb zien staan, bij sommige stallen drie generaties, bij één stal zelfs vier. Hoe kan je dat plaatsen in een samenleving waarin individuele keuzen zo belangrijk zijn voor iemands loopbaan, waar school en diploma's zo zwaar tellen, in een tijd van flexwerk en kortdurende arbeidscontracten?

Dit boek is daarom meer geworden dan een tijdsbeeld van de markt zoals die nu is. Het vertelt ook over de familiestallen en de familiale samenwerking, en het bestrijkt een langere periode. De kooplieden die na de Tweede Wereldoorlog zijn geboren heb ik een centrale plaats in het verhaal gegeven. Zij vertellen over hun eigen leven en zij geven een inkijkje in de verleden tijd. Toen we met elkaar spraken waren ze tussen de vijftig en tachtig jaar en de oudsten stonden ongeveer een halve eeuw op de markt. Zij hebben over hun familiebedrijven verteld, waarvan sommige al bestaan vanaf het moment dat de Amsterdamse markten ontstonden, zo'n honderd

jaar geleden. De levens van hun ouders en grootouders, hun ooms en tantes komen langs, en natuurlijk hun eigen jeugd en hun eigen geschiedenis. Zij putten uit eigen ervaringen en uit familie verhalen.

Ze vertellen over het dagelijks leven op de markt, ze filosoferen over wat ze hebben zien veranderen, en ze denken hardop na over de toekomst. Ze zijn in een periode begonnen waarin het in Nederland steeds beter ging, en waarin de buurt en de markt, vraag en aanbod, goed op elkaar waren afgestemd. Het was na de oorlog, de tijd van de wederopbouw, waarin de verzorgingsstaat werd uitgebouwd en de welvaart toenam. Maar uit hun eigen jeugd en uit de verhalen die ze van hun ouders en grootouders hebben gehoord, kennen ze ook de armoede en de hiërarchische klassenverhoudingen, die kenmerkend waren voor de eerste zestig jaar van de twintigste eeuw.

Het deel van de markt waaraan ik de meeste aandacht heb besteed begint bij de Ferdinand Bolstraat en strekt zich iets verder uit dan de Eerste Van der Helststraat. Het staat bekend als 'de eerste markt' en dat gedeelte van de markt is nogal traditioneel. Er staan veel stallen met bloemen, fruit, groente, vis en kaas, en slechts enkele kramen met accessoires. Een paar keer heb ik mijn actieradius verbreed en heb ik gesproken met mensen van 'de tweede en de derde markt'.

Afgezien van terloopse gesprekjes tussen de boodschappen door heb ik met negen kooplieden wat langer gepraat. Op het terras van het koffiehuis toen dat nog open was, per telefoon, zittend op de schragen van een stal die nog niet was ingericht of achter de stal op een stoel. Steeds op anderhalve meter afstand van elkaar. In een later stadium heb ik het beeld wat completer gemaakt door ook met de ondernemers van nieuwere bedrijven te praten. Zoals met Co Pietersma van de friteskraam bij de Van Woustraat die uit 1959 dateert, en met Rudi, de stroopwafelbakker die in 1978 is begonnen, vooruitlopend op de grote toeristenstroom. Ook de koffiehuisen stonden op mijn programma, maar door corona is me dat niet gelukt. Wel heb ik gesproken met de baas van het bedrijf waar de marktkooplieden hun karren huren. De koffiehuisen en de karrenbedrijven horen bij de grote marktfamilie. 'We kunnen niet zonder elkaar', zegt Bouke Burger van het karrenbedrijf. 'We vervloeken elkaar maar we moeten ook met elkaar verder.'