

VIII

Kleinhandel en kramers. De verkoop van genotsmiddelen in Maastricht in de achttiende eeuw

E. STEEGEN

1. Inleiding

Kleinhandel en kleinhandelaars tijdens het Ancien Régime werden tot nog toe maar weinig bestudeerd. De distributie van handelswaar op lokaal niveau ontsnapte te vaak aan de aandacht. Consumenten die zich net als detailhandelaars op een laag aggregatieniveau bevinden, konden vooral de laatste jaren op heel wat meer belangstelling rekenen.¹ Onderzoek naar de consumptie en het gedrag van consumenten maakte, in tegenstelling tot het uitgangspunt van een aantal economische theorieën, duidelijk dat het niet volstond de aanbodzijde van een markteconomie te kennen.² Het bestuderen van verbruikers en de vraagzijde van de markt leidde tot het formuleren van een belangrijke hypothese: tijdens de achttiende eeuw zou het voor een steeds groter deel van de bevolking mogelijk geweest zijn om zich materiële goederen aan te schaffen, die voorheen voorbehouden waren aan de elite. Verwijzend naar deze ontwikkelingen op het niveau van de verbruiker spreekt men

1. Belangrijke werken over consumentengedrag zijn N. McKendrick, J. Brewer & J.H. Plumb, *The birth of consumer society. The commercialization of eighteenth-century England* (London, 1982); L. Weatherill, *Consumer behavior and material culture in Britain, 1660-1760* (London/New York, 1988); J. Brewer & R. Porter, *Consumption and the world of goods* (London/New York, 1992); A. Bermingham & J. Brewer, *The consumption of culture 1600-1800: image, object, text* (London/New York, 1995); J.L. Flandrin & M. Montanari, *Histoire de l'alimentation* (Paris, 1996).

2. Een meer diepgaande uitleg omtrent deze problematiek is te vinden bij J.C.G.M. Jansen, 'Wilt U koffie of thee? Consumentengedrag in Maastricht in de achttiende eeuw', in *NEHA-Jaarboek voor Economische, bedrijfs- en techniekgeschiedenis* 60 (Amsterdam, 1997) 36-40 en in de inleiding van Brewer, *Consumption and the world of goods*, 1-19.

wel eens van een ‘consumptierevolutie’.³ Volgens John Brewer lag de uitbreiding van het goederenaanbod, zowel naar aard als naar omvang, en de toename van het besteedbaar inkomen aan de basis van het groeiend verbruik van niet-levensnoodzakelijke consumptieartikelen.⁴ Deze veranderingen hadden eveneens hun uitwerking op de kleinhandelssector. Winkeliers beschikten tijdens de Nieuwe Tijd in toenemende mate over een gevarieerd winkelwarenaanbod. Vervolgens deden zich naar het einde van Ancien Régime toe, onder invloed van de stijgende consumptie, transformaties voor in de distributie van producten. Kleinhandelaars wisten met succes een positie te verwerven aan het einde van de distributieketen. Zij plaatsten zich tussen enerzijds de groothandelaars, grossiers of producenten en anderzijds de consumenten.⁵ Ondanks het consumentenvraagstuk op belangstelling uit historisch-wetenschappelijke hoek kan rekenen, slaagde men er vooralsnog niet in afdoende hypothesen over de opkomst van de detailhandel in de achttiende eeuw uit te werken. Dit euvel werd reeds door H. Mui en L.H. Mui naar voor gebracht. Met hun werk “*Shops and shopkeeping in eighteenth-century England*” ondernamen zij een poging om tegemoet te komen aan de broodnodige inzichten in de kleinhandelssector. Beide historici ondervonden dat sedert de eerste helft van de achttiende eeuw de detailhandel aan een sterke expansie onderhevig was: het aantal zaken groeide in snel tempo aan, terwijl nadien ook de verscheidenheid in type en grootte toenam. Belangrijk was hun stelling dat de distributie van goederen door kleinhandelszaken een bijdrage leverde aan de economie in het algemeen, een substantieel element was in de binnenlandse handel en tenslotte hand in hand ging met de opkomst van een ‘consumptie maatschappij’.⁶ Sindsdien werd het echter opvallend stil met betrekking tot diepgaande studies over kleinhandel.

In dit artikel is het de bedoeling de kleinhandel te bestuderen binnen de ‘afgebakende’ markt van een stad, namelijk Maastricht. Omdat zelfs de volledige kleinhandelssector als onderwerp te breed is van opzet, opteerden we ervoor ons op één onderdeel van de markt, de detailhandel in genotsmiddelen, toe te spitsen. In een laatste fase wordt zelfs teruggегреpen naar de probleemstelling omtrent de verkoop van tabaksartikelen. De kern van het onderzoek beslaat de relatief korte tijdsspanne van 1730 tot omstreeks 1760. Het is de bedoeling om na te gaan wel-

3. Neil McKendrick en John Brewer verwoordden deze gedachte in hun in 1982 verschenen werk *The birth of a consumer society. The commercialization of eighteenth-century England*. Hoewel zij toen enkel de ontwikkelingen van de Engelse consument onderzochten, hebben latere studies aangetoond dat deze hypothese vatbaar is voor grotere delen van Europa en Noord-Amerika.

4. Brewer, *Consumption*, 1-15.

5. F. Braudel, *Beschaving, economie en kapitalisme (15de-18de eeuw)* (Amsterdam, 1989) dl. II, 49-59.

6. H. Mui en L.H. Mui, *Shops and shopkeeping in eighteenth-century England* (Londen, 1989).

ke posities kleinhandelaars op de genotsmiddelenmarkt innamen en welke strategieën zij aanwendden om hun positie te verdedigen of te verbeteren. Indien mogelijk wordt aangegeven welke factoren invloed hadden op de marktposities en de gevolgde marktstrategieën. Dit brengt ons naar de periode vóór 1730, waarin zich reeds veranderingen voltrokken hadden die bepalend waren voor de kleinhandel in genotsmiddelen tijdens het vervolg van de achttiende eeuw. In het eerste deel zal dan ook vanuit regelgevend standpunt onderzocht worden op welke wijze de volledige kleinhandelssector in Maastricht georganiseerd was. Aangezien er sprake was van een corporatieve structuur worden de volgende vragen gesteld. Hoe verliep de institutionele inrichting van het ambachtsgilde van kleinhandelaars? Waren er verschillende beroepsgroepen aanwezig en hoe stonden ze in verhouding tot elkaar? Beschikte het ambacht over een regelgevende of politieke macht? Hoe werd deze aangewend? Het tweede deel, dat nog steeds de voorafgaande periode omvat, behandelt in hoofdzaak de transformaties op het vlak van de consument: we trachten binnen Maastricht een beeld te schetsen over de ontwikkeling die het verbruik van tabak, distillaten, koffie en thee doormaakten tot massaconsumptieproducten. Hierbij valt onmiddellijk op welke impact Maastricht als belangrijke vestingstad had. In de volgende twee onderdelen van het corpus komen uiteindelijk de marktposities en -strategieën van genotsmiddelenhandelaars (1730-1762) aan bod. We willen uit de doeken doen hoe de verkoop van genotsmiddelen verliep, of er marktschommelingen waren en hoe detailhandelaars hierop reageerden? En indien de genotsmiddelenmarkt geen gelijkmatig verloop kende, of dit invloed had op de wederzijdse competitiviteit tussen de verkopers? Waren er tenslotte grote verschillen tussen het handelsvolume van de winkelzaken of is er eerder spraken van nivellering? Dat kleinhandelaars naar strategieën zochten om aan hun winkelzaak een grotere bestaanszekerheid te geven, lijkt voor de hand liggend. Welke middelen ze hiervoor dachten te gebruiken wordt eveneens geanalyseerd.

Verklaringen zoeken voor de marktposities of strategieën is minder evident dan een beschrijving geven van de genotsmiddelenmarkt. In dit artikel worden als verklarende factoren aandacht besteed aan de uitbreiding van het winkelwarenaanbod ten gevolge van de internationale veranderingen op het vlak van productie en handel, het toegenomen verbruik van consumptiegoederen, en wat Maastricht specifiek aangaat vooral haar militaire functie en de ontwikkeling van het omliggende platteland als afzetgebied.

Met een bijdrage in de vorige editie van het NEHA-jaarboek over het 'Consumentengedrag in Maastricht in de achttiende eeuw' toonde J.C.G.M. Jansen aan dat het bronnenmateriaal betreffende navorsingswerk over consumptiegedrag én kleinhandel één van de grote hinderpalen vormt.⁷ In verband met detailhandel bevatten kasboeken van winkeliers of boedelbeschrijvingen belangrijke gegevens. Toch ge-

7. Jansen, *'Wilt u koffie of thee?'*, 39.

ven deze een fragmentarisch beeld, zodat slechts zelden de volledige sector in een stad kan bestudeerd worden. Net als bij Jansen wordt er ook in dit artikel teruggegrepen naar de manualen van accijnzen die in het achttiende-eeuwse Maastricht tot stand kwamen.⁸ Vooral de bronnen in verband met de verkoop van genotsmiddelen (1729/30-1761/1762) zijn belangrijk. Deze documenten zijn het resultaat van de administratie onder het beheer van de collecteurs, belast met de inning van accijnzen. In deze manualen noteerden boekhouders van 1 oktober tot 1 oktober van het volgende jaar per kleinhandelaar en per soort genotsmiddel – koffie en thee, tabak, wijn en jenever – alle data en hoeveelheden van de ingeslagen en de uitgevoerde soorten genotsmiddelen. Ook werd bij de export de plaats van bestemming weergegeven. Op basis van de gekende voorraad aan het begin van het rekeningjaar, de ingeslagen hoeveelheid in de loop van het jaar en de voorraad op het moment van de controle in de kleinhandelszaak, die regelmatig plaats vond, en na aftrek van de accijnsvrije uitvoer buiten de stad kon de binnenstedelijke omzet berekend worden. Na elke controle betaalde de winkelhouder een deel van de verschuldigde accijns en paste aan het einde van september het tekort bij. Hoewel deze rekeningen slechts voor een korte periode bewaard zijn gebleven, hetgeen dus een beperking van dit artikel inhoudt, geven zij toch een uiterst volledig en nauwkeurig beeld over de kleinhandel in genotsmiddelen tussen 1730 en 1762. Voorts mag niet vergeten worden dat de kleinhandelssector in Maastricht op een corporatieve basis georganiseerd was, en bijgevolg ook de archieven van het kramersambacht (1345-1796) een grote hoeveelheid materiaal aanreiken.

2. Kleinhandel in corporatief verband

De kleinhandelaars in de steden van de vroegmoderne Nederlanden waren verenigd in een ‘ambachtsgilde van kramers’, wat betekende dat zij zich op dit vlak aansloten bij de corporatief georganiseerde sectoren.⁹ In grote lijnen lieten zich binnen het Maastrichtse kramersambacht op basis van hun beroepsactiviteiten

8. Er zal getracht worden overlappingsen met het artikel van Jansen zoveel mogelijk uit de weg te gaan. Een kritische analyse van het bronnenmateriaal is terug te vinden in zijn bijdrage. Jansen, ‘Wlt ukoffie of thee?’, 39-44.

9. De term ‘cremers- of kramersambacht’ vraagt in het licht van regionale verschillen om enige verduidelijking. Eén van de tegenstellingen tussen de Noordelijke en Zuidelijke Nederlanden, mits uitzonderingen, betreft de terminologie ‘gilden’ en ‘ambacht’. Zowel in Noord én Zuid waren er vooral tijdens de Middeleeuwen koopmansgilden. Hiernaast kenden de Noord-Nederlanders ook gilden van handwerkslieden. De stedelijke nijverheid was per beroepsgroep of ambacht georganiseerd en in gilden verenigd. Om verwarring te voorkomen spreekt men van koopmansgilden en ambachtsgilden. In de Zuidelijke Nederlanden werd een corporatie van handwerkslieden een ambacht genoemd. De term gilde verwees in het zuiden veeleer naar een schuttersgilde of broederschap. In Maastricht dat tot de eerste

een tweetal groepen onderscheiden: 1. leden die niets produceerden, maar enkel goederen aankochten om ze weer verder te verkopen; 2. leden die zelf producten vervaardigden in een atelier en eventueel deze afgewerkte goederen te koop aanboden in een bijbehorend winkeltje.

De eerste groep is die van de kleinhandelaars in de eigenlijke zin van het woord. Hiernaast waren een beperkt aantal grossiers actief en enkele handelaars die zich tot de grotere nationale en internationale markten richtten. Het opstarten van een kleinhandelszaak was alleen mogelijk indien men het statuut van meester-kramer wist te verwerven. Kinderen wiens ouders lid waren van het ambacht traden enkel na registratie in het ledenregister tot de kramerscorporatie toe. Buitenstaanders moesten het meesterschap aankopen voor een bedrag van 34 gulden 6 stuivers. Hiernaast waren er ook 'halve meesters' die slechts 17 gulden 3 stuivers neertelden, maar wiens kinderen met het oog op het meesterschap geen registratierecht bezaten. Inwijkelingen in Maastricht die meester-kramer wilden worden, zagen zich genoodzaakt om eveneens het poorterschap aan te kopen.¹⁰ Voor migranten liep de toelating om een winkeltje te openen al snel tot 150 gulden op. Hoewel het hier om een aanzienlijke som geld ging, rekenden andere Maastrichtse ambachten veel hogere bedragen aan die in sommige gevallen het twintigvoudige bedroegen

helft van de zeventiende eeuw binnen het territorium van het prinsbisdom Luik en het hertogdom Brabant lag, werden de organisaties van handwerklieden eveneens ambachten genoemd. In contrast hiermee duidde men de Maastrichtse (klein)handelaars, zoals in de meeste Zuid-Nederlandse steden het geval was, niet als meerseniers aan, maar werden ze net als in de Noordelijke Nederlanden kramers genoemd. Zie A.J.M. Brouwer Ancher, *De gilden* ('s-Gravenhage, 1895); L.H. Bruins, 'De herkomst van de termen gilde en ambacht', in *Ondernemende geschiedenis* ('s-Gravenhage, 1977); I.H. van Eeghen, *De gilden: theorie en praktijk* (Bussem, 1965); A. Perreau, *Recherches sur les corporations des métiers de la ville Maestricht* (Brussel, 1848); C. Wyffels, *De oorsprong der ambachten in Vlaanderen en Brabant* (Brussel, 1951). De laatste jaren is onder internationale impuls ook in Nederland en België de belangstelling voor ambachtsgilden weer toegenomen. Een aantal recente werken betreffende de Noordelijke Nederlanden zijn J. Lucassen, 'Het welvaren van Leiden (1659-1662): de wording van een economische theorie over gilden en ondernemerschap' en M. Prak, "'Een verzekerd bestaan", Ambachtslieden, winkeliers en hun gilden in Den Bosch (ca. 1775)', in: B. de Vries e.a. (red.), *De kracht der zwakken. Studies over arbeid en arbeidersbeweging in het verleden* (Amsterdam, 1992). Hiernaast verschenen in het *NEHA-Jaarboek 57* (Amsterdam, 1994) vijf artikelen over gilden. Aangaande de Zuidelijke Nederlanden vernoem ik in dit verband de beide bundels onder redactie van C. Lis en H. Soly, *Werken volgens de regels. Ambachten in Brabant en Vlaanderen, 1500-1800* (Brussel, 1994) en *Werelden van verschil. Ambachtsgilden in de Lage Landen* (Brussel, 1997). Dit laatste bundel bevat eveneens een drietal artikelen over Noord-Nederlandse gilden.

10. Rijksarchief Limburg in Maastricht, 13.DA, Archieven van de Maastrichtse ambachten en ambachtsbeurzen, nr. 33.

van het volwaardig meesterschap in het kramersambacht.¹¹ Behalve de vrij lage toelatingsdrempel beschikten de leden van de kramers over een uitgebreid handelsmonopolie dat zich uitstreckte over verschillende economische sectoren. Zo boden de niet-producerende kramers producten aan uit de kleding- en textielnijverheid, voedingswaren en dranken, specerijen, genotsmiddelen en ten slotte weelderige artikelen en huisraad van hout, aardewerk of metaal.¹²

De tweede beroepsgroep bestond uit producenten. In feite waren dit ambachtslieden die sedert het einde van de Middeleeuwen geïncorporeerd werden in het kramersambacht. In 1490 richtte het Maastrichtse stadsbestuur, naar aanleiding van een geschil tussen de kramers en de gewantmakers (lakenwevers), zich tot de steden Aken, Mechelen en Diest met de vraag onder welk ambacht de mutsen- en hoedenmakers aldaar ressorteerden.¹³ Deze beroepstak telde in Maastricht wellicht niet genoeg leden om een eigen ambachtsorganisatie in het leven te roepen, maar had wel de dringende noodzaak aan regularisatie: onder andere betreffende de opleiding, het meesterschap, de kwaliteitscontrole, restricties op de productiemiddelen en de productiecapaciteit, en monopolievorming binnen de stadsmuren.¹⁴ Het kramersambacht zag hierin een buitenkans om de verkoop van hoeden aan hun handelsmonopolie toe te voegen en gingen een juridisch gevecht aan met de gewantmakers die de ‘wolverwerkende’ mutsen- en hoedenmakers tot de eigen beroepsgroep beschouwden. Uiteindelijk wisten de kramers het pleit in hun voordeel te beslechten.¹⁵

De strijd om de mutsen- en hoedenmakers was geen alleenstaand gegeven. Vanaf het einde van de 15de eeuw tot het einde van de achttiende eeuw bewerkstelligde het kramersambacht de incorporatie van ondermeer de tingieters (1511), touwslagers (1544), koperslagers (1554), lint- en passamentwerkers (1611), knopenmakers (1707), producenten van garen, zijde en half-zijden stoffen (1788), blikslagers (1790), geelgieters (1790), pruiken- en poedermakers (?), en kousenmakers (?).¹⁶ Telkens ging het om een economische sector van beperkte draagkracht waarin de ambachtslieden behoefte hadden aan regularisatie van overheidswege.¹⁷ Het kramersambacht aarzelde niet om de nieuwe beroepsgroepen op te nemen, stelde zich

11. Een zoollerooier betaalde vóór 1736 280 gulden en daarna 400 gulden. Een brouwer verwierf het meesterschap voor een bedrag van 800 gulden, terwijl een vreemdeling zelfs 1000 gulden moest neertellen. P.J.H. Ubachs, ‘De Maastrichtse ambachten in de late middeleeuwen, in: *Publications de la Société Historique et Archéologique dans le Limbourg, Maastricht CXXVIII* (Maastricht, 1992) 239; R.A.L., 13.DA, nr. 33.

12. R.A.L., 13.DA, nr. 35.

13. R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 62, 1490.

14. R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 188-193, 1561.

15. R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 62, 1490.

16. Tussen haken staat, indien gekend, de vroegste datum van een reglementstekst die in het ‘kramersregister van statuten en reglementen’ werd opgetekend. Deze data komen echter niet altijd overeen met de incorporatie in het kramersambacht. R.A.L., 13.DA, nr. 35.

garant voor de naleving van de statuten van deze sectoren en genoot op zijn beurt van nieuwe handelsvoordelen. In feite fungeerde het ambachtsgilde van de kramers op die manier als een ‘verzamelambacht’. De geïncorporeerde ambachten beschikten, omwille van de uiteenlopende aard van het productieproces, elk afzonderlijk over een statuut en reglement, maar echter wel binnen de institutionele grenzen van het kramersambacht. Dit betekende dat deze ambachtsslieden naast de eigen reglementen zich tevens dienden te onderwerpen aan de bepalingen vanwege het kramersambacht. Eén van de opmerkelijkste verschillen met de kramers-kleinhandelaars was dat een ambachtsman die zijn vak uitoefende in een atelier pas meester werd nadat hij een beroepsopleiding had genoten en een proefstuk maakte als bewijs van zijn kunnen. Terwijl een kramer of toekomstig kramer een winkel kon openen zodra hij over genoeg kapitaalkracht beschikte. Jansen berekende dat een detailhandelaar in koffie en thee bij het opstarten van een zaak al gauw 160 Hollandse gulden aan bedrijfskapitaal nodig had. Inclusief de aankoop van het meesterschap en als we er verder van uitgaan dat minstens een deel van de winkelvoorraad van buiten de regio rond Maastricht aangevoerd werd, is er bij het openen van een gemiddelde handelszaak een financiële draagkracht van om en bij 200 gulden gemoeid. Gezien het gemiddeld inkomen per hoofd van de bevolking halverwege de achttiende eeuw ongeveer 90 gulden bedroeg, zal vooral de brede middenklasse zich aangetrokken hebben gevoeld om in Maastricht een handelszaak te vestigen.¹⁸

Ondanks de uitvoerige lijst van geregistreerde meesters is het niet mogelijk de verhoudingen tussen de verschillende beroepsgroepen binnen het kramersambacht in cijfers weer te geven. Zo is het op basis van het ledenregister evenmin duidelijk hoeveel kramers er op een bepaald tijdstip actief waren. De kramers waren blijkbaar niet geïnteresseerd in het aantal leden of welke nering uitgeoefend werd, maar enkel in wie deel uitmaakte van het ambacht en wie niet. Uit een andere bron, betreffende de stedelijke inning van de accijnzen op ‘cremerieproducten’, blijkt dan weer dat tijdens de jaren dertig van de achttiende eeuw het aantal vermoedelijke detailhandelaars schommelde tussen 556 en 687.¹⁹ Helaas biedt geen enkel document uitsluitsel over het aantal producerende kramers. Gezien de geringe omvang van de productiesectoren die onder het kramersambacht vielen, mag

17. Op het tijdstip dat het kramersambacht tot de incorporatie van deze groepen van ambachtsslieden overging, betrof het veelal nijverheden die opereerden voor de lokale markt. Pas later, in de loop van de tweede helft van de achttiende eeuw, stak bij een aantal producerende kramers de tendens naar een meer kapitalistische bedrijfsvoering de kop op. In hoeverre zij een stedelijke exportnijverheid wensten uit te bouwen, blijft vooralsnog een open vraag. Betreffende ondernemers met kapitalistische ideeën zie enkele rekestes van hoedenmakers, waarin zij vroegen om ondermeer de productiebepalende maatregelen op te heffen. R.A.L., 13.DA, nr. 35, 1 juni 1772; nr. 85, 1771.

18. Jansen, ‘Wilt u koffie of thee?’, 65.

aangenomen worden dat het hier slechts over enkele tientallen leden gaat. Knechten en leerjongens worden niet meegerekend. Zij maakten immers geen deel uit van het kramersambacht; net als vrouwen, die binnen de groep van kramers-producenten geen toegang tot het meesterschap konden bekomen. De kramers-handelaars van hun kant stonden het meesterschap aan vrouwen wel toe. Op basis van de registratie van de nieuwe leden binnen het ambacht blijkt dat tijdens de achttiende eeuw 15% van alle nieuwkomers vrouwen waren.²⁰ Over de gehele lijn beschouwd bleef het lidmaatschap van het kramersambacht in hoofdzaak een mannenaangelegenheid.

Het lijkt geen twijfel dat de kramers-handelaars ten opzichte van de producenten niet alleen in aantal maar ook bestuurlijk het sterkst voor de dag kwamen. Uitsluitend uit *hun* midden werden de twee ‘regerende’ meesters of dekens gekozen. Doorgaans werden zij om de twee jaar vervangen en waren zij belast met het dagelijks bestuur van het kramersambacht. Verder werden er eveneens tweejaarlijks een keur- en ijkmeester aangesteld. Zij zagen vooral toe op de kwaliteit van de aangeboden producten en op een correct gebruik van de maten en gewichten. De besluitvorming gebeurde in de ‘kramersvergadering’. Hierin zetelden de twee regerende meesters, de keur- en ijkmeester en alle ‘ouderlingen’ of oud-dekens. Het kramersbestuur werd ten slotte nog bijgestaan door een secretaris, een knaap, een dienstbode en een advocaat. De producerende leden waren net als vrouwen uitgesloten van het algemeen en bestuur. Wel beschikten de koperslagers, hoedenmakers, blikslagers, touwslagers en lintwevers van overheidswege over afzonderlijke keurmeesters die, zonder dat ze zitting hadden in de kramersvergadering, hun eigen beroepsgroep vertegenwoordigden.²¹

De kleinhandelaars en kramers-producenten leefden meer dan eens op gespannen voet met elkaar. Conflicten staken de kop op wanneer kramers-handelaars hun monopolie trachtten uit te breiden ten koste van de producerende collega's. In 1790 lag een geschil tussen de detailhandelaars en de blikslagers aan de basis van een nieuw blikslagersreglement. Door middel van een stedelijke verordening stipuleerde de Maastrichtse magistraat dat *ter voorkominge van de totaale ruinate der blikslagers (...)* de winkeliers voortaan geen goedkoop keukenmateriaal uit blik meer van buiten de stad mochten aanvoeren.²² De blikslagers hadden immers te lang en te ver beneden de marktprijs gewerkt. Wel was het aan de kramers-kleinhandelaars toegestaan *blik bij bladen in het gros of detail te verkopen*. Ook bleef het mogelijk om bijvoorbeeld Engels blikwerk – dat een hogere kwaliteit

19. R.A.L., Indivieze Raad, nrs. 438-443, Collecteursrekeningen, 1732-1735 en 1736-1739.

20. Dit percentage werd bekomen aan de hand van vijf vijfjaarlijkse steekproeven. R.A.L., 13.DA, nr. 33.

21. G.A.M., Indivieze Raad, nr. 224, Huldeboek, 1674-1792.

22. R.A.L., 13.DA, nr. 35, 1790.

23. Ibid.

dan het verwerkte blik volgens het Maastrichtse procédé bezat – in een winkel aan te bieden.²³ Dergelijke handelsbepalingen waarbij men de producerende beroepsgroepen probeerde te beschermen tegen de nietsontziende vrijhandelsdrang van kleinhandelaars waren legio.²⁴

Het omzeilen van de voorschriften door de kramers-verkopers berokkende heel wat schade aan de ambachtelijke productie binnen de eigen kringen. Evenmin deinsden de kleinhandelaars terug om de andere Maastrichtse ambachten te bekampen over welke producten, al dan niet terecht, tot het exclusieve ‘kramersgoederen-assortiment’ behoorden.²⁵ Eenmaal in het gelijk gesteld was het, tot nadeel van de ambachtelijke nijverheden, mogelijk om goedkope importproducten op de markt te brengen. De sterke positie van het kramersambacht valt te verklaren daar het handelsgebeuren in het achttiende-eeuwse Maastricht het belang van de stedelijke nijverheid reeds lang achter zich had gelaten.²⁶ Dit vertaalde zich niet alleen in het grote aantal kramersleden, maar ook op het politieke en rechterlijke terrein namen prominente kramers een plaats in. Tussen 1674 en 1792 waren nagenoeg onafgebroken één of meerdere meester-kramers als schepen, gezworene of burgemeester in de stadsmagistraat vertegenwoordigd. Dit terwijl de ambachten sedert het einde van de zestiende eeuw elke politiek-bestuurlijke inspraak ontzegd was. Omdat de stedelijke raadsleden verder ook zitting hadden in de diverse rechterlijke instellingen lieten de kramers ook hier hun medezeggenschap gelden. Ten slotte waren er, vooral tijdens de achttiende eeuw, leden van het kramersambacht actief als ‘paymeester’: de beheerder en verantwoordelijke van de stedelijke inkomsten en uitgaven.²⁷

3. De verspreiding van genotsmiddelen en aanvoer naar Maastricht

Dit artikel richt zich in hoofdzaak op de groep van kramers-kleinhandelaars die genotsmiddelen als tabak, brandewijn, jenever, likeuren, koffie, thee, cacao en wijn verkochten. Behalve de handel in wijn die al tijdens de Middeleeuwen in zwang geraakte, kan gesteld worden dat de verkoop van stimulerende en drogerende middelen in een tweetal fasen verliep.

24. R.A.L., 13.DA, nr. 35; G.A.M., Indivieze Raad, Raadsverdragen, nrs. 43-87.

25. Tijdens de achttiende eeuw betwistte het kramersambacht de verkoop van nijverheidsgoederen met de het gewantmakersambacht (1717, 1720, 1726), het bakkersambacht (1748, 1789), het metselaarsambacht (1757, 1790), het cortespoelderambacht (1759), het grofsmedenambacht (1769), het kleermakersambacht (1775, 1781, 1782, 1790), het ooftmengersambacht (1786, 1789) en het schippersambacht (1789). R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 400 e.v..

26. C.G.M. Jansen, *Landbouw en economische golfbeweging in Zuid-Limburg, 1200-1800* (Assen, 1979) 97--146 en ‘Crisis en herstructurering in en rond Maastricht (1560-1640)’, in *Bijdragen tot de geschiedenis* 73 (Antwerpen, 1990) 141-163.

27. G.A.M., Indivieze Raad, nr. 224, Huldeboek, 1674-1792.

Kort na 1632, het jaar waarin Maastricht door Frederik Hendrik werd ingenomen, situeert zich het beginpunt van een eerste groeifase in de verspreiding van genotsmiddelen. Er verschenen toen een achttal stedelijke ordonnanties over de verkoop van tabak en brandewijn.²⁸ De bedrijvigheid door de magistraat aan de dag gelegd om de verkoop te controleren, was ingegeven vanuit een accijnspolitiek die erin bestond een deel van de militaire lasten te dragen. Onder Hollands bewind werd Maastricht immers uitgebouwd tot een bolwerk met als functie het afslaan van mogelijke aanvallen uit het zuiden. Tijdens hetzelfde decennium en de daaropvolgende jaren vermeldde het ledenregister van het kramersambacht annotaties als ‘Tabackverkooper’, ‘tabac cramer’ of ‘tabaquier’.²⁹ Mogelijk had de aanwezigheid van militairen de consumptie van tabak en distillaten in de hand gewerkt. De stedelijke heffing van indirecte belastingen en de aanwezigheid van handelaars bevestigden dat het verbruik, hoewel nog vrij marginaal, toch vaste voet aan grond kreeg. De echte doorbraak liet nog op zich wachten tot de jaren zeventig van de zeventiende eeuw. Tussen 1670 en 1680 bevond de hoofdelijke consumptie in Maastricht zich op ruim een halve kilogram per jaar. Hierna steeg het verbruik snel tot een jaarlijks verbruik van ongeveer 1,5 kilogram per capita. Volgens Carole Shammass was tabak omstreeks 1650 in Engeland het eerste kleinhandelsproduct uit de overzeese gebieden dat massaal geconsumeerd werd. Zij berekende dat er pas sprake is van massaconsumptie indien mensen uit verschillende inkomensklassen regelmatig een product aankopen. Concreet zou dit betekenen dat 25% van de volwassen populatie één maal per dag consumeert. In verband met tabaksverbruik stelt Shammass dat de jaarlijkse consumptie van één (Engelse) pond per hoofd van de bevolking aan de voorwaarden van massaconsumptie voldoet, terwijl twee pond overeen zou komen met het roken van minstens één pijp per dag.³⁰ Het is bijgevolg gerechtvaardigd om tabakswaaren in Maastricht in de loop van het laatste kwart van de zeventiende eeuw als massaconsumptiegoederen te beschouwen.³¹ Tijdens de periode 1672-1678 werd Maastricht achtereenvolgens belegerd en ingenomen door Franse militairen. Achteraf bleek de bezetting door een grote troepenmacht een stimulans te zijn voor de stedelijke consumptie van zowel tabak als distillaten. Gedurende de oorlogsjaren werd voor het eerst 2 liter brandewijn per hoofd van de stedelijke bevolking gedronken. Het was tijdens dezelfde periode dat in Maastricht het stoken van korenbrandewijn of jenever doorbrak. Aan het einde van de zeventiende eeuw was de

28 Gemeentearchief Maastricht, Archief van de Indivieze Raad, 89-91, Repertorium van trefwoorden, 1632-1637.

29 R.A.L., 13.DA, nr. 33.

30 De cijfers van de tabaksconsumptie zijn schattingen, gebaseerd op J.C.G.M. Jansen, *Landbouw en economische golfbeweging in Zuid-Limburg* (Assen, 1979) 108-116.

31 C. Shammass, ‘Changes in Anglo-American consumption from 1550 to 1800’, in: J. Brewer en R. Porter (eds.), *Consumption and the world of goods* (London/New York, 1992) 178-180.

hoofdelijke brandewijnconsumptie dan ook al tot bijna 4 liter opgelopen.³² De voortdurende stijging van het verbruik van genotsmiddelen tijdens het laatste kwart van de ‘Gouden Eeuw’ toont aan dat de eerdergenoemde troepenconcentraties geen incidentele groei teweeg brachten.

In wat een tweede ontwikkelingsstadium genoemd kan worden, staat de verkoop en consumptie van koffie en thee centraal. De aanvangsfase situeert zich aan het begin van de achttiende eeuw. Toch moeten we weer enkele decennia wachten alvorens er sprake kan zijn van massaconsumptie. Anders dan bij de ontwikkeling van tabak en brandewijn nam het kramersambacht het initiatief de verkoop van koffie, thee en chocoladedrank te reguleren; een doorgedreven accijnspolitiek vanwege de stedelijke overheid kwam pas later tot stand. In 1702 besloot het bestuur van het kramersambacht dat een te groot aantal personen zich inliet met de vrije verkoop van koffie, thee, chocolade en likeuren; waarschijnlijk verschenen deze producten voor het eerst op de Maastrichtse markt ten tijde van de Franse bezetting. Met het doel de illegale handel aan banden te leggen, stelde het kramersbestuur een reglement samen waarin de verkopers van dergelijke producten gehouden werden het statuut van meester-kramer te verwerven.³³ Dezelfde formule werd opnieuw bekrachtigd met betrekking tot de handelaars in brandewijn, jenever, tabak en wijn. Omdat de schenkers en stokers van distillaten veelal uit de lagere sociale kringen kwamen en minder kapitaalkrchtig waren, behoeften zij slechts 10 gulden te betalen. In een later stadium was het mogelijk het resterende bedrag bij te betalen om het meesterschap te verwerven. Andere soorten genotsmiddelen mochten dan eveneens in hun zaakje verkocht worden.

Hoewel het stadsbestuur de reglementtekst van 1702 onmiddellijk een wettelijk karakter meegaf, achtte zij pas in 1725 dat de consumptie van koffie en thee genoegzaam verspreid was binnen de stadsmuren om de stadskast te spijzen. Tegen 1729 werd een beleid uitgetekend waarbij niet alleen koffie en thee, maar ook gedistilleerd, tabak en wijn onder strenge controle kwamen te staan van de stedelijke financiën. Vier algemene controleurs, drie wegers, twee schrijvers, vier kwaliteitscontroleurs, twee bedienden, twee boden, een algemene boekhouder en een algemene ontvanger moesten er op toezien dat alle (semi-)grossiers, winkeliers, schenkers en branders in verband met genotsmiddelen te boek werden gesteld.³⁴ Alsook de precieze data en exacte hoeveelheden van de verkoop in de stad of de accijnsvrije leveringen buiten Maastricht. Hetzelfde gold voor de aanvulling van de voorraden. Op deze basis werd immers de heffing van accijnzen doorgerekend, die afhankelijk van het product verschillend was. De ‘manualen’ van de controleurs, die de gegevens van de hierbovengestelde criteria bevatten, lopen –

32 J.C.G.M. Jansen, ‘Jenever in opmars, 1650-1815’, in: A. Jenniskens en J. Koreman (eds.), *Campus Liber* (Maastricht, 1982) 274-275, 280.

33 R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 353-354, 1702 maart 6; Jansen, Wilt U koffie of thee?, 11.

34 G.A.M., Indivieze Raad, Raadsverdragen, 1725 januari 8, 1729 september 29 en 30.

mits enkele lacunes – van 1730 tot 1762. Mogelijk gaf de stedelijke overheid in 1762, wegens te duur en te omslachtig, de heffing van accijnzen op stimulantia en drogerende middelen uit handen. Hoewel verder onderzoek hieromtrent nodig is, wordt dit vermoeden gestaafd door enkele vage verwijzingen over openbare verpachting en de hierbij kenmerkende afgeronde opbrengsten in de verantwoording van het financiële beheer.³⁵

Aangaande de consumptie van koffie en thee berekende Jansen dat deze producten bij de invoering van het nieuwe accijnsstelsel in 1730 reeds massaconsumptiegoederen waren: elke stedeling dronk per dag gemiddeld één kop koffie en één kop thee. Het stedelijk verbruik beliep toen respectievelijk 8230 kilogram koffie en 2450 kilogram thee.³⁶ Indien de hogervermelde rekenwijze van Shammass gevolgd wordt, stellen we vast dat de voorgeschreven 25% regelmatige verbruikers heel wat vroeger in Maastricht aanwezig waren. Wegens een gebrek aan gegevens kan hier geen datum opgespeld worden. Belangrijker, dan het becijferen van dergelijke moeilijk toepasbare criteria, is de uiteindelijke hypothese dat de kleinhandelaars in tabak en brandewijn omstreeks 1680, en in koffie en thee rond 1730 op een massale belangstelling van de Maastrichtse consument konden rekenen.

De kern van dit onderzoek spitst zich toe op het tijdvak waarin zowel het verbruik van tabak en gedistilleerd als van koffie en thee in Maastricht gemeengoed zijn geworden: de periode na 1730. De verkopers op deze kleinhandelsmarkt situeerden zich tussen het aanbod van de groothandel en de vraag van de consumenten. Daarom is het van belang te verduidelijken via welke kanalen Maastrichtse kleinhandelaars hun winkelwaar betrokken. Onze bronnen zijn het resultaat van de stedelijke administratie betreffende de heffing van accijnzen op de aangevoerde en in de stad verkochte goederen. Dit ambtenarenapparaat schoot echter pas in werking zodra de met kleinhandelswaar geladen karren de stadspoorten binnenreden. Informatie over de wijze van aanvoer en de gevolgde transportroutes zijn omwille van die reden bijzonder schaars. In het hiervolgende overzicht beperken we ons noodzakelijkerwijs tot de grote contouren: de overzeese aanvoer en de meest waarschijnlijke handelstrafieken doorheen het binnenland.

Tabak werd tijdens de achttiende eeuw hoofdzakelijk vanuit Midden- en Noord-Amerika ingevoerd en was daarnaast in West-Europa tot een industriegegewas uitgegroeid. Amsterdam fungeerde als draaischijf in de internationale tabakshandel. Er ontwikkelde zich naast de overzeese import een tabaksverwerkende nijverheid van inlandse bladen die later als ‘melanges’ gecombineerd werden met vooral

35 G.A.M., *Indivieze Raad*, nrs. 753-759, *Rekeningen van de paymeesters, 1760/1761-1766/1767*.

36 Jansen, *Wilt 'U koffie of thee'*, 13-14.

Engelse tabaksbladen.³⁷ Het is meer dan waarschijnlijk dat de Maastrichtse kleinhandelaars, al dan niet rechtstreeks, rook- en snuiftabak van de Amsterdamse markt afnamen. Uit een lijst met maximumprijzen, opgesteld ter bevoorrading van de geallieerde troepen in 1748, blijkt dat ook rooktabak uit de Paltsstreek in die dagen vrij populair was.³⁸ Net als de transitfunctie voor tabak, groeide de Amsterdamse haven al vrij vroeg uit tot een spil in de distributie van gedistilleerd: zowel met betrekking tot de eigen Schiedamse jenever als de Franse brandewijnen, maar ook rum en diverse soorten van likeuren. Het lijkt geen twijfel dat de handelaars in Maastricht in belangrijke mate gedistilleerd betrokken uit de Hollandse provincies. Tijdens de tweede helft van de achttiende eeuw nam in Maastricht de stedelijke productie van jenever toe, maar de aankoop van Hollandse jenever en buitenlandse soorten gebeurde nog steeds via de Amsterdamse markt.³⁹

Tijdens de periode van 1730 tot 1762 waren de kramers-kleinhandelaars inzake koffie en thee eveneens aangewezen op Amsterdam of Middelburg. Arabische koffie bereikte via Marseille de Noord-Nederlandse havens, terwijl de Java-soort door de Verenigde Oost-Indische Compagnie aangevoerd werd. Jansen gaf reeds te kennen dat de Maastrichtse detailhandelaars thee importeerden uit Amsterdam.⁴⁰ In de vroegste grootboeken van de collecteur van de theeaccijns (1729-1732) komt aan het licht dat theebladeren ook via Oostende naar Maastricht geëxporteerd werden.⁴¹ De Oostendse Compagnie was tussen 1725 en 1728 met betrekking tot de import van thee zelfs marktleider in West-Europa. Pas nadat deze handelscompagnie in 1732 opgedoekt werd, veroverde de V.O.C., naast de East-India Company, een positie als importeur van Chinese thee.⁴² Wellicht speelde de Oostendse rederij voor het Maastrichtse distributienet een belangrijke rol tot het moment waarop thee er een massaconsumptieproduct werd. Of de Maastrichtse kleinhandelaars ook gebruik maakten van Oostende als aanvoerhaven van andere goederen blijft een open vraag.

Welke binnenwegen de goederenstroom volgde op zijn route naar het meest zuidelijke punt van de Republiek valt heel wat moeizamer te traceren. Aangezien Holland een internationale draaischijf was van de belangrijkste genotsmiddelen

37. H.K. Roessingh, *Inlandse tabak. Expansie en contractie van een handsgewas in de 17e en 18e eeuw in Nederland* (Wageningen, 1976) zie o.a. 404-408; en van dezelfde auteur 'Stad en platteland in economisch-sociale wisselwerking: de inlandse tabaksteelt in de 17e en het begin van de 18e eeuw', in: *Economisch en sociaal-historisch jaarboek* 38 (1975) 95-108.

38. R.A.L., *Landen van Overmaas*, nr. 196.

39. Braudel, *Beschaving*, 236-240; J.I. Israel, *Dutch primacy in world trade, 1585-1740* (Oxford, 1991) 389, 390, 410; Jansen, 'Jenever in opmars, 272-275.

40. Jansen, 'Wilt u koffie of thee?', 7-8, 11-12.

41. G.A.M., *Indivieze Raad*, nrs. 502-504, 1729/1730-1731/1732.

42. J. Parmentier, *Thee van overzee. Maritieme handelsrelaties tussen Vlaanderen en China tijdens de 18e eeuw* (Gent, 1996) 110.

richten we onze aandacht op de handelswegen die van hieruit zuidwaarts liepen. Maarten Prak beschreef Den Bosch tijdens de tweede helft van de achttiende eeuw weliswaar als een regionaal verzorgingscentrum, maar niettemin met een belangrijke transitofunctie. Hier bevond zich immers het omslagpunt waar laders en lossers de vrachten ruilden tussen de schepen uit Holland en het landtransport naar het zuiden, het prinsbisdom Luik.⁴³ Deze handelstrafiek had omstreeks 1740 door de aanleg van een versteende weg naar Luik via Hasselt een nieuwe impuls gekregen. Maastricht werd links gelaten. Maar via de uitbouw van een regelmatige postdienst op Maaseik, Sittard, Aken, Herve, en met name Tongeren en Luik vond de stad onrechtstreeks toch aansluiting op de ‘noord-zuid-verbinding’ tussen het prinsbisdom en de Hollandse steden.⁴⁴ Hiernaast situeerde Maastricht zich pal op de Maasroute tussen Dordrecht en Luik. Door de vele tolplaatsen en de wisselvallige waterstand had de Maasvaart in die mate aan belang ingeboet, dat tijdens de achttiende eeuw de Maastrichtse detailhandelaars niet in staat waren ten volle van de gunstige ligging van hun stad gebruik te maken.⁴⁵ Ondanks de achteruitgang van de riviervaart en het ontbreken van een directe verbinding over land met het noorden, was het toch mogelijk vrij grote hoeveelheden genotsartikelen aan te voeren. Vooral koffie, thee en tabak beschikten in tegenstelling tot bulktransport over een laag soortelijk gewicht.⁴⁶ Relatief kleine hoeveelheden waren voldoende om een grote groep consumenten te bereiken. Met betrekking tot de Maasvaart betekende dit dat bij een laag debiet het wellicht toch de moeite loonde kleinere schepen met beperkte laadruimte in te schakelen. Een bewijs dat de Maasroute voor kleinhandelaars niet helemaal teloorgegaan was, vinden we immers terug in het archief van het Maastrichtse schippersambacht: er viel een duidelijk herkenbare verstrengeling tussen vooraanstaande schippersfamilies en belangrijke kramersgeslachten waar te nemen. Verder spreken de wederzijdse afspraken over het laden en lossen van de schepen, en de verkoop van goederen binnen en buiten de stad boekdelen.⁴⁷

43. Prak, ‘Een verzekerd bestaan’, 55.

44. Jansen, ‘Wilt u koffie of thee?’, 22.

45. E. Roebroeck, ‘Hoe hebben vaart en handel op de Maas zich ontwikkeld vanaf de Middeleeuwen tot het einde van de achttiende eeuw?’, in: *Studies over de sociaal-economische geschiedenis van Limburg*, XV (Maastricht, 1970) 70-74.

46. Transport van gedistilleerd was dan weer zwaarder. Echter, goedkope jenever werd in Maastricht zelf gestookt, terwijl de winstmarge van de geïmporteerde en kwalitatief betere soorten – waar consumenten een aanzienlijk hogere prijs voor betaalden – door kleinhandelaars voldoende geacht werd om de transportkosten te dragen. Dit blijkt uit de Manualen van de brandewijnaccijns. G.A.M., Indivieze Raad, nrs 478-488, 1729/1730-1755/1756.

47. R.A.L., 13.DA, nr. 35 en nr. 400, Register van het schippersambacht van reglementen en resoluties, 1425-1795.

4. Marktpositie van de kleinhandelaars

De vraag stelt zich hoe de posities lagen die heel wat kleinhandelaars tijdens de onderzochte periode 1730-1762 op deze markt innamen: was er sprake van een stabiele situatie of veranderden de verhoudingen voortdurend? We zullen immers aantonen dat de verkoop van genotsmiddelen aan marktschommelingen onderhevig was. Verder lijkt het ons aangewezen de consumptiegraad van genotsmiddelen te kennen en hiermee gepaard gaande de invloed van de verkopers op dit marktsegment. Een meer genuanceerd profiel van de diverse doelgroepen van gebruikers stelt ons vervolgens in staat verklaringen te vinden voor de marktschommelingen. Hoe de verkopers van genotsmiddelen in het algemeen, en de tabakshandelaren in het bijzonder reageerden op de bewegingen van de markt gaan we na door het concurrentieniveau en de concentratiegraad te bepalen. Op dit alles blijkt de belangrijke militaire functie van Maastricht zijn stempel gedrukt te hebben; hetgeen in de hiernavolgende tekst dan ook nadrukkelijk tot uiting komt.

De aanvoer van tabak, gedistilleerd, koffie en thee bestemd voor kleinhandelaars was niet het totale volume dat Maastrichtse consumenten verbruikten. De totale consumptie lag hoger dan wat de leden van het kramersambacht verkochten. Volgens tabel 1 brachten detailhandelaars tijdens de behandelde periode gemiddeld 48.250 kilogram tabak aan de man.⁴⁸ De stedelijke consumptie bedroeg ruim 54.500 kilogram.⁴⁹ De kleinhandel binnen de stad beschikte bijgevolg over een marktaandeel van 88%. Met andere woorden terwijl elke Maastrichtenaar zich jaarlijks aan 4,4 kilogram tabak tegoed deed, kocht hij 'slechts' 3,86 kilogram bij de plaatselijke winkelier.⁵⁰ De kleinhandel won echter snel terrein. Tijdens de eerste tien jaar dat de accijnzen in manualen werden opgetekend, had de sector 71% van de tabaksverkoop in handen. Gedurende de periode 1750-1762 was dit reeds 93%. De kleinhandel in geïmporteerde brandewijn en Hollandse jenever werd op een jaarlijks gemiddelde van respectievelijk 14.000 en 6.000 liter berekend. Dit was 96,5% van de markt. De totale consumptie van beide soorten beliep 20.700 liter. In vergelijking met de stedelijke productie van graanjenever bedroeg de import niet eens één tiende van het gehele verbruik aan gedistilleerd in Maastricht.⁵¹ Tussen 1730 en 1760 schreven zich 147 personen in het kramersambacht als jeneverbran-

48. Het gewogen gemiddelde beliep 47.086 kilogram.

49. G.A.M., Indivieze Raad, nrs. 489-501, Manualen van de collecteur van de tabaksaccijns, 1729/1730-1761/1762. Alle in Maastricht verkochte tabaksartikelen werden belast, ook indien niet verkocht door Maastrichtse handelaars.

50. De hoofdelijke consumptie werd berekend op een inwonersaantal van 12.500 zielen.

51. J.C.G.M. Jansen kwam voor de periode van 1730 tot 1760 de volgende tienjaarlijkse gemiddelden: 170.000, 296.000 en 193.000 liter. Jansen, 'Jenever in opmars', 280.

Tabel 1. *Verhandeld volume koffie, thee, tabak, brandewijn en jenever door klein-handelaars in Maastricht 1729-1762. Absolute cijfers in kilogrammen (koffie, thee en tabak) en in liters (brandewijn en jenever).*

Jaar Absolute cijfers*	koffie		thee		tabak		brande- wijn		jenever	
	volume	hande- laars	volume	hande- laars	volume	hande- laars	volume	hande- laars	volume	hande- laars
1729-1730	7.125	46	2.125	57	30.000	40	-	34	-	-
1730-1731	6.500	41	2.250	57	28.250	35	26.250	33	2.750	-
1731-1732	6.250	61	2.625	67	-	-	26.500	37	2.500	-
1732-1733	-	-	-	-	31.750	48	25.250	35	2.500	-
1733-1734	6.625	51	3.625	68	36.500	40	22.750	34	1.500	-
1734-1735	5.875	54	3.625	67	40.250	38	21.750	27	2.500	-
1735-1736	6.625	51	4.125	66	42.000	37	22.250	33	2.000	-
1736-1737	6.000	52	3.750	57	37.500	40	17.250	32	2.000	-
1737-1738	6.375	47	4.000	58	39.250	41	16.750	31	1.250	-
1738-1739	6.500	48	4.125	53	41.000	42	17.250	28	2.750	-
1739-1740	6.750	53	3.625	61	42.000	46	14.500	25	6.750	-
1740-1741	6.625	56	4.000	56	48.000	45	11.500	23	6.000	-
1741-1742	7.250	55	3.750	57	47.750	47	14.000	27	5.750	-
1742-1743	7.375	57	3.875	61	50.250	46	15.250	30	7.250	-
1743-1744	8.500	64	3.625	63	49.000	46	14.500	31	6.250	-
1744-1745	9.875	61	3.625	68	58.500	60	15.000	33	5.250	-
1745-1746	8.625	65	5.375	74	77.000	63	-	-	-	-
1746-1747	9.500	76	5.000	73	102.000	81	28.250	50	21.500	-
1747-1748	9.000	81	4.875	88	86.000	-	19.000	49	18.500	-
1748-1749	8.375	75	4.000	83	59.250	80	13.750	46	9.000	-
1749-1750	-	-	-	-	46.000	73	-	-	-	-
1750-1751	-	-	-	-	-	-	6.750	35	5.000	-
1751-1752	5.000	78	3.250	89	41.750	68	4.750	34	4.500	-
1752-1753	5.000	-	3.250	-	45.750	67	4.000	31	2.250	-
1753-1754	-	-	-	-	40.000	33	4.250	25	3.250	-
1754-1755	-	-	-	-	43.000	32	4.250	23	2.000	-
1755-1756	7.675	-	4.250	-	49.250	31	4.250	23	2.250	-
1756-1757	7.650	76	4.125	84	48.000	37	3.750	20	-	-
1757-1758	7.375	85	4.250	90	47.750	33	3.750	19	-	-
1758-1759	-	-	-	-	44.250	34	-	-	-	-
1759-1760	-	-	-	-	49.000	27	-	-	-	-
1760-1761	-	-	-	-	46.250	24	-	-	-	-
1761-1762	9.525	86	5.125	-	48.500	24	2.250	15	-	-

* Om niet de schijn van nauwkeurigheid te wekken werden de cijfers afgerond.

Bron: G. A. M., Archief van de Indivieze Raad, 478-514, Manualen van de collecteur van de brandewijnaccijns 1729/1730 tot 1755/1756, Manualen van de collecteur van de tabaksaccijns 1729/1730 tot 1761/1762, Manualen van de collecteur van de koffie- en theeaccijns 1729/1730 tot 1757/1758; 551-571. Collecteursrekeningen van de accijnzen 1729/1730 tot 1761/1762.

der in. Ten opzichte van het eeuwgemiddelde was dit een stijging van 9%.⁵² Aangenomen mag worden dat een aantal kleinhandelaars in brandewijn en jenever, zoals vermeld in tabel 1, tegelijkertijd ook stoker was. Precieze gegevens ontbreken voorlopig nog. Net als de handel in geïmporteerde sterke drank, kan aangevoerd worden dat de kleinhandelaars in koffie en thee reeds vanaf 1730 dit marktsegment sterk domineerden. Met een stedelijke consumptie van gemiddeld 8.100 kilogram koffie en 4.300 kilogram thee per jaar had de detailhandel hierin een aandeel van om en bij de 90%: een verkoop van achtereenvolgens 7.150 kilogram en 3.700 kilogram.

Uit het bovenstaande komt aan het licht dat de kleinhandelssector niet de gehele genotsmiddelenmarkt in handen had. Naast de reguliere heffing van accijnzen op detailhandelswaar bestond er ook een 'particuliere accijns'. Vrij onverwacht dus, kwam er concurrentie uit de hoek van de consument. Hoewel het niet altijd even duidelijk is op welke basis de 'particuliere accijns' omgeslagen werd, blijkt met name uit de wijnbelasting dat heel wat privé-personen wijn importeerden en hier de zogenoemde 'particuliere' heffing op afdroegen.⁵³ De meest voor de hand liggende redenen voor de aanvoer op privé-initiatief situeren zich op het vlak van de prijs, kwaliteit of het aanbod. Een stedelijke elite, niet verlegen om flinke prijzen te betalen voor het transport van bijvoorbeeld gedifferentieerde tabaksproducten van hoge kwaliteit, zou wel eens de drijvende kracht kunnen zijn achter de hoge inkomsten van de particuliere accijnzen. De kleinhandelssector vertoonde bijgevolg tekortkomingen op het vlak van het aanbod, wat consumenten ertoe aanzette de distributie geheel of gedeeltelijk op eigen kracht te verzorgen.

Tot het midden van de achttiende eeuw slaagden de kleinhandelaars in genotsmiddelen er onvoldoende in om particulieren van privé-ondernemingen te weerhouden. Waarom dit in de hiernavolgende periode wel lukte, kan verklaard worden door de belangrijke militaire functie van de Maastrichtse vesting. Reeds in 1747 trokken Franse troepen in het kader van de Oostenrijkse Successieoorlog op naar Maastricht. In de lente van het volgende jaar werd de stad daadwerkelijk belegerd, veroverd op de geallieerde troepen en door het Franse koninklijke leger ingenomen en uiteindelijk bezet tot het begin van 1749. De troepenconcentraties in en rond de stad verstoorden de aanvoer van handelsgoederen. J.F.R. Philips is van mening dat hierin de basis ligt voor de smaakveranderingen die zich na afloop van de Oostenrijkse Successiestrijd onder de Maastrichtse bevolking aftekenden. De toevoer van de Duitse tafelwijnen via het Rijnland was afgesneden en als noodgedwongen alternatief werd betere Franse wijn gedronken.⁵⁴ J.C.G.M.

52. Steegen, *Kramersambacht*, 218.

53. R.A.L., *Indivieze Raad*, 477-514, nrs. 524-537, Manualen van de collecteur van de accijnzen op brandewijn, tabak, koffie, thee en wijn, 1729/1730-1761/1762.

54 J.F.R. Philips, 'Familieperikelen van een Maastrichtse wijnhandelaar', in: *Studies over de sociaal-economische geschiedenis van Limburg* (Maastricht, 1996) XLI, 98-100.

Jansen voegt hieraan toe dat het realiseren van oorlogswinsten heel wat Maastrichtse burgers ertoe aanzette meer vlees te eten, roomboter te gebruiken en hoogwaardig bier te verkiezen. Na afloop van de oorlogsomstandigheden, toen de rust terugkeerde in de stad stond de bevolking voor een voldongen feit: ze waren gewoon geraakt aan de nieuwe smaken en zij die het zich konden veroorloven, wazen een terugkeer naar de oude voedsel- en drankgewoonten van de hand.⁵⁵ Uiteraard had dit ook zijn gevolgen voor de verkopers van kleinhandelswaar en hun greep op de markt. Het meest illustratief in dit opzicht is de detailhandel in rookartikelen. Vóór het losbarsten van de Oostenrijkse erfeniskwestie beschikten zij over marktaandeel van 71%, na de Vrede van Aken klom dit percentage op tot ruim 90%. Sedert enkele decennia viel er op de internationale tabaksmarkt een verbreding van het aanbod waar te nemen: de geparfumeerde snuiftabak nam in populariteit toe en na 1740 werden de zogenaamde 'andouilles', een Franse variant van de betere snuif, voor het eerst in de Verenigde Provinciën geproduceerd.⁵⁶ De grote aanwezigheid van Franse militairen tijdens de bezetting van 1748 had de consumptie van kwalitatieve tabak wellicht gestimuleerd en was genoegzaam verspreid opdat de Maastrichtse detailhandelaars hun aanbod permanent zouden uitbreiden. Na de terugtrekking van de Fransen verstevigden de tabaksverkopers hun invloed op de plaatselijke tabaksverkoop en werden dus minder tabaksbladen op privé-initiatief aangetrokken.

Tot nog toe gingen we betreffende de stedelijke consumptie van genotsmiddelen uit van het verbruik per hoofd van de bevolking. Om een meer genuanceerd beeld van de relatie tussen kleinhandelaars en consumenten te verkrijgen, is dit niet voldoende. Zo bestaan er bijvoorbeeld andere doelgroepen voor koffie en thee, dan voor tabak en sterke drank. Overigens was de relatie tussen roken en drinken van gedistilleerd in een horeca-achtige zaak vrij nadrukkelijk aanwezig. Winkeliers zouden hun afzet van tabak hoofdzakelijk afstemmen op de mannelijke volwassen bevolking.⁵⁷ Aangaande de consumptie van drank met een hoog alcoholpercentage is deze doelgroep wellicht té specifiek, terwijl onder de koffie- en theedrinkers de vrouwelijke populatie en mogelijk oudere adolescenten meegerekend kunnen worden. Vanuit het oogpunt van de detailhandel is het interessanter de hoofdelijke consumptie naar doelgroep te becijferen. Volgens de bevolkingspiramide aan het einde van de achttiende eeuw was in Maastricht 65% van de bevolking ouder dan 20 jaar. Het aandeel mannen hierin bedroeg 27%.⁵⁸ Dit zou resulteren in een bijzonder hoog jaarlijks tabaksverbruik van 16 kilogram per volwassen man. Al snel blijkt op basis van de verkoops cijfers van kleinhandelaars

55. Jansen, 'Wilt U koffie of thee?', 17-18.

56. Roessingh, *Inlandse tabak*, 400-401.

57. We mogen niet uitsluiten dat vrouwen en jongeren tabak gebruikten. In zeventiende- en achttiende-eeuwse getuigenissen wordt wel eens vaker een vermanende vinger uitge-

dat er meer aan de hand was. Tijdens de periode 1746-1748 verhandelden winkeliers achtereenvolgens 77.000, 102.000 en 86.000 kilogram tabak, terwijl de jaarlijkse verkoop tot hiertoe goed was voor een gemiddelde van 41.466 kilogram (1730-1745). Indien de consumptie naar doelgroep opnieuw berekend wordt, stellen we vast dat de aanwezigheid van militairen de cijfers sterk beïnvloedden. B.H. Slicher van Bath wees trouwens eerder al op de correlatie tussen garnizoenen en een hoog tabaksverbruik.⁵⁹ Als we ervan uit zouden gaan dat in vreedstijd ongeveer 4.000 militairen aanwezig waren, dan consumeerde de mannelijke bevolking geen 16 kilogram maar 7,4 kilogram tabak – waarvan 6,5 kilogram door de plaatselijke kleinhandel verstrekt werd. De uitzonderlijk hoge handelscijfers tussen 1746 en het einde van 1748 vielen dan ook niet toevallig samen met de reeds hoger aangehaalde krijgsverrichtingen van de Oostenrijkse Successieoorlog. Omstreeks deze periode had het militaire treffen zich immers verplaatst naar het prinsbisdom Luik met het doel de Maastrichtse veste te veroveren. De uiteindelijke berekeningswijze naar doelgroep, rekening houdend met de troepenconcentraties, wordt op twee vlakken gestaafd. Ten eerste zouden in 1747 en 1748, op basis van de hoofdelijke consumptie, achtereenvolgens 12.300 en 10.000 militairen en arbeiders voor korte of lange tijd in de vesting aanwezig zijn. De literatuur bevestigt deze aantallen.⁶⁰ Ten tweede benaderde de stijgende verkoop van koffie en thee tijdens de krijgsverrichtingen in en rond Maastricht geenszins de toename van tabak en gedistilleerd.⁶¹ Dit kan verklaard worden daar het garnizoen drogerende of roesverwekkende middelen boven stimulantia verkoos. Overigens maakten tabak en jenever deel uit van het dagelijks rantsoen.

Het verloop van het aantal handelaars in genotsmiddelen (tabel 1) geeft aan dat er sprake is van een chaotisch marktbeeld, waarin op korte termijn de concurrentie sterk toe- en afneemt. Met name de tabaks- en alcoholsector vertoont grote schommelingen: in 1747 was het aantal tabaksverkopers ten opzichte van 1730 opgelopen met 200%, daarna volgde in 1760-1762 een inkrimping tot 30% van het recordjaar. Het aantal verkopers van Franse brandewijn en likeuren kende eenzelfde evolutie. Een merkwaardig verschijnsel deed zich voor na 1753 wanneer de tabakshandelaars plotseling en in grote getale van de markt verdwenen, terwijl de curve van het tabaksverbruik tijdens dezelfde periode nauwelijks aan grote veran-

stoken naar vrouwen, of zelfs kinderen beneden 10 jaar, die pijp rookten. Toch denken we dat het slechts om een marginaal verschijnsel gaat. Zie ondermeer bij J. Harskamp, *Lof der zwakheid. Over de geneugten van koffie en tabak* ('s-Gravenhage, 1991) 17-19.

58. Deze cijfers zijn gebaseerd op de tellingen van 1799 en 1802. G.A.M., manuscript.

59. In C. Vandenbroeke, *Agriculture et alimentation* (Gent, 1975) 451.

60. Zie onder andere J.S.M. Daenen, M.J.L. Kellens, e.a., *De slag van Lafelt om Maastricht* (Maastricht, 1997) 87-102; M.P. Gutmann, *War and rural life in the early modern low countries* (Assen, 1980) 229-230.

61. Zie onder andere tabel 1.

deringen onderhevig was. Hierbovenop bevond de stedelijke kleinhandel in rookwaren zich net op zijn sterkste niveau en was er in tegenstelling tot koffie, thee en gedistilleerd geen permanente accijnsverhoging doorgevoerd tijdens het oorlogsjaar 1748. De dalende trend in het aantal distributeurs van import-brandewijn lijkt dan weer een logisch uitvloeisel te zijn van de tegenvallende verkoopcijfers vanaf de tweede helft van de achttiende eeuw. Uit de opbrengsten van de korenwaag en het kuipgeld voor jeneverstokers bleek dat de stedelijke productie dit verlies ruimschoots compenseerde.⁶²

Het aantal detailhandelaars, actief in de verkoop van één of meerdere genotsmiddelen, was bijzonder wisselvallig. Door het berekenen van de gemiddelde omzet die tabaksverkopers jaarlijks realiseerden, krijgen we een beeld van het concurrentieniveau en welk effect dit had op het aantal handelaars. Tijdens de beginfase 1730-1734 werd per winkel 783 kilogram over de toonbank verhandeld. Dit gemiddelde klom de volgende jaren tot ruim 1.000 kilogram. Hoewel tot de jaren vijftig van de achttiende eeuw het aantal verkopers voortdurend steeg, nam de concurrentie niet daadwerkelijk toe: meer handelaars verkochten meer tabak. De periode na afloop van de Oostenrijkse Successiestrijd vertaalde zich in een schokeffect. De handel stagneerde, liep zelfs terug, maar het aantal tabakshandelaars bleef vrij hoog. Hierdoor verscherpte de concurrentie – de gemiddelde omzet daalde tot 785 kilogram – en in één klap verdwenen 34 handelaars van de markt. Zij die overbleven plukten haast onmiddellijk de vruchten: de gemiddelde omzet steeg via 1.395 kilogram in 1755-1759 naar 1.921 kilogram na 1760.

Een wezenlijk onderdeel bij het bepalen van het concurrentieniveau is het vaststellen van de concentratiegraad: hoeveel winkeliers hadden hoeveel procent van de tabaksverkoop in handen? Deze berekening gebeurde op basis van de winkeliers die minstens 500 gulden aan accijnzen afdroegen op de jaarlijkse verkoop van tabaksartikelen. Dit stond gelijk aan een omzet van net iets meer dan 2.000 kilogram. De onderzochte periode werd voorts in drie tijdsspannes ingedeeld. Tussen 1729/1730 en 1738/1739 waren er slechts 6 verkopers in staat het omzetcijfer van 2.000 kilogram te overschrijden. Op jaarbasis betekende dit dat 4 handelaars of 9% van het totaal aantal tabaksverkopers 59% van de markt in handen hadden. Tijdens de periode 1739/1740-1752/1753, gekenmerkt door een grote hoeveelheid verkochte tabak en een hoog aantal verkopers, nam gemiddeld 6% van de winkeliers die tabak aanboden ruim 60% van de markt voor hun rekening. Zoals reeds hoger aangehaald viel vanaf 1753/1754 het aantal handelaars sterk terug en steeg de gemiddelde omzet. Voor zover bekend was het minstens tot 1762 gemakkelijker om de grens van 2.000 kilogram te overschrijden: 15% van de tabaksverkopers slaagde hierin, hetgeen goed was voor een gezamenlijk marktaandeel van 71%. Over de gehele periode beschouwd van oktober 1729 tot oktober 1762 verhandel-

62. G.A.M., Indivieze Raad, nrs. 477-488 en 563-570, Manualen en rekeningen van de collector, 1729/1730-1761-1762.

de in Maastricht 8% van de tabaksverkopers 61% van de totale hoeveelheid door kleinhandelaars verkochte tabaksproducten. Dit betekende dat voor 92% van het aantal winkeliers die tabak aanboden een marktaandeel van 39% resteerde. Steekproeven wijzen uit dat gemiddeld 63% procent van alle verkopers een jaarlijkse omzet realiseerden die beneden 600 kilogram lag.⁶³ Binnen deze groep deden zich ongetwijfeld de grootste verschuivingen voor. De concurrentie voor een bescheiden plaats op de tabaksmarkt was bijzonder sterk. Anderzijds leek het erg moeilijk om door te stoten tot de absolute top van kleinhandelaars of semi-grossiers in tabaksartikelen. Uit het onderzoek kwam aan het licht dat er aan de absolute top van de tabakshandel slechts plaats was voor twee à drie handelaars, terwijl nieuwkomers enkel konden doordringen indien een zwaargewicht afhaakte.

Het begin van de jaren dertig van de achttiende eeuw werd aanvankelijk gedomineerd door tabaksverkopers als Caspar Pluckers, Wijnand Vroegop en Adriaan Veerman. Al snel moesten de twee laatstgenoemden plaats ruimen voor Arnold Pauly, die dan weer einde 1739 zijn winkel letterlijk zag overgaan in handen van Jan Cericy. Ondertussen werd ook C. Pluckers verdrongen door Walter Blereau. Cericy en Blereau hadden tussen 1739 en 1749 de tabaksmarkt sterk in hun greep. Tijdens deze periode bereikten zij een persoonlijk omzetrecord van respectievelijk 14.700 (1745/1746) en 19.400 (1744/1745) kilogram tabak. Blereau hield het hoge verkoopspeil tot halverwege de vijftiger jaren van de achttiende eeuw vol, maar in feite werd de markt toen al gedomineerd door Nicolaas Van Den Berg en François Blondin.⁶⁴ Jan Cericy was hetzelfde lot beschoren als andere topverkopers: een omzet die gestaag terugviel tot een gemiddeld niveau. Omdat een beperkt aantal handelaars een groot deel van de tabaksmarkt voor zichzelf opeisten, waren de winstmogelijkheden gerelateerd aan de grootte van de omzet voor de meeste winkeliers vrij beperkt.

Ten slotte kan wat de winst op de verkoop van tabak betreft alleen maar een ruwe schatting gemaakt worden. De verkoopprijs op de Amsterdamse termijnmarkt schommelde tussen 1730-1762 rond 3 stuivers per pond inlandse tabak en 4 stuivers per pond van het populaire Virginiablād. Buitensporige prijsfluctuaties deden zich tijdens deze periode enkel voor bij het Havanna-tabaksblad: 105 gulden voor 100 pond in 1745.⁶⁵ Aan het einde van de jaren veertig van de achttiende eeuw bedroegen de detailhandelsprijzen in Maastricht voor roltabak en 'Paltzer-tabak' 8 stuivers, en voor 'Taback d'Hollande' 12 stuivers.⁶⁶ Bij roltabak werd de

63. Omdat de gegevens uit de rekeningen 1732/33, 1746/47, 1747/48, 1750/51, 1752/53, 1757/58 niet altijd toereikend waren, werden zij in deze berekeningen niet opgenomen. G.A.M., *Indivieze Raad*, 489-501, 551-571, *Manualen en rekeningen van de collecteur van de tabaksaccijns, 1729/1730-1761/1762*.

64. *Ibid.*

65. N.W. Posthumus, *Nederlandse prijsgeschiedenis* (Leiden, 1943) dl. I, 199-208.

66. G.A.M., *Indivieze Raad*, nr. 831, 1748.

in koorden gesponnen tabak door de winkelier van een houten spil gerold, naar de gewenste hoeveelheid afgesneden en met een mes op een bord gekerfd.⁶⁷ De winst die een verkoper maakte kan, na aftrek van de marktprijs in Amsterdam, de transportkosten en een stedelijke heffing van 2,25 stuivers, nooit meer geweest zijn dan 1 à 2 stuivers per pond. De heruitvoer buiten Maastricht leverde dan wel een accijnsvoordeel op, maar bracht weer nieuwe transportkosten met zich mee.

5. Marktstrategieën van tabaksverkopers

Vanaf het tweede kwart van de achttiende eeuw waren in Maastricht de verschuivingen op het vlak van de consumptie van genotsmiddelen duidelijk te onderscheiden. Deze hadden onmiskenbaar hun neerslag op de kleinhandelssector. Winkeliers zochten naar verkoopsstrategieën om zo accuraat mogelijk in te spelen op de toegenomen vraag naar tabak, koffie, thee, distillaten en wijn. Hoewel de winst die zij realiseerden slechts gedeeltelijk berekend kan worden, is het wel mogelijk de organisatie van de kleinhandel, de bewegingen van de markt en de ambities van detailhandelaars meer diepgaand te onderzoeken aan de wijze waarop winkeliers de concurrentie te lijf gingen of eenvoudigweg probeerden te overleven binnen de kleinhandelssector. Aan de hand van het bronnenmateriaal over de tabaksverkoop werden vijf belangrijke marktstrategieën onthuld en geanalyseerd: detailhandelaars die zochten naar een marktsegment dat snelle winsten mogelijk maakte, het nastreven van oorlogswinsten, risicospreiding door een verbreding van het winkelaanbod, uitvoer naar het platteland en als laatste het uitbouwen tot een speciaalzaak.

Tabaksverkoop als snelst groeiend marktsegment

Als eerste strategie wordt nagegaan of kleinhandelaars zochten naar een onderdeel van de markt dat snel groeide en snelle winsten mogelijk maakte. Een indicatie voor deze strategie kan afgeleid worden uit het feit of winkeliers al dan niet verkozen een duurzame verkoop van tabakswaaren op te zetten. Eén van de meest markante verschijnselen binnen de kleinhandelssector bleek nu juist de discontinuïteit te zijn van de handel in een genotsmiddel. Van alle kramers-kleinhandelaars die tussen 1729 en 1762 tabak verkochten, hield slechts 30% dit langer dan tien jaar vol. Eén op vijf bevond zich nauwelijks één jaar op de markt en één op drie verhandelde niet langer dan vijf jaar tabak. Ook bij de distributie van koffie en thee tekende zich eenzelfde beeld af.⁶⁸ In tabel 2 werd het vijfjaarlijks gemiddelde tabakshandelaars geplaatst tegenover het vijfjaarlijks gemiddelde handelaars dat elk jaar tot de tabaksmarkt toetrad of afhaakte. Over de hele periode be-

67. Roessingh, *Inlandse tabak*, 392.

68. Jansen, *Wilt U koffie of thee?*, 29.

schouwd, was ruim een kwart van de handelaars voortdurend in beweging: voor elke zes nieuwe verkopers verdwenen er evenveel. Van de 165 winkelzaken – in 1762 nog actieve handelaars werden niet meegerekend – waren er zelfs 26 die een tweede maal deelnamen aan en weer afhaakten van de tabaksverkoop, vier die het een derde maal en drie die het een vierde maal opnieuw probeerden. Eén van de vier tabaksverkopers die drie pogingen ondernam was Jan Rookcx. Behalve dat hij tijdens de jaren dertig van de achttiende eeuw een winkeltje bezat, is er over zijn handelszaak weinig bekend. Wel weten we dat Rookcx nooit enig genotsmiddel verkocht tot hij in 1733 een voorraad tabak insloeg en zijn geluk op dit segment van de kleinhandelsmarkt beproefde. In zijn eerste twee jaren als tabaksverkoper bracht hij nauwelijks enkele pakken tabak aan de man. Hij had een omzet van 33 kilogram in het eerste en 35 kilogram in het tweede jaar, waaruit hij concludeerde de handel in tabaksproducten op te geven. In oktober 1736 besloot hij opnieuw zijn kans te wagen. De resultaten waren nog meer bedroevend dan tijdens zijn eerste poging en opnieuw haakte hij af. Tenslotte liet Jan Rookcx zich voor het rekeningjaar 1739/1740 voor een derde maal registreren als tabaksverkoper. Al snel moest hij het nutteloze van zijn handelen inzien en na 1740 ondernam hij geen enkele poging meer om nog als genotsmiddelenhandelaar aan de bak te komen.

Tabel 2. *Gemiddeld aantal handelaars in tabak en hun stedelijke omzet in kg; gemiddeld aantal tabakshandelaars die toetreden en afhaken van de markt. Vijfjaarlijkse gemiddelden*.*

Jaren	Aantal tabaks-handelaars	Gemiddelde omzet in kg	Toegetreden tabakshandelaars	Afgehaakte tabakshandelaars
1730-1734	41	783	16	8
1735-1739	40	1013	4	5
1740-1744	46	1031	6	5
1745-1749	72	1060	9	5
1750-1754	60	785	3	12
1755-1759	33	1395	3	4
1760-1762	25	1921	2	4
Tot. gemiddelde	46	1114	6	6

* Alle cijfers werden afgerond.

Bron: als tabel 1.

De jaarlijks weerkerende verschuivingen van nieuwkomers en verlaters wijst erop dat heel wat kleinhandelaars de gok waagden om door te dringen op de markt van tabakswaaren. Ze zochten inderdaad naar een marktsegment dat snel groeide en waar de winst de gedane inspanningen overtrof. Zelfs als de natuurlijke verlaters

van de markt, sterfgevallen, ziektes of te hoge ouderdom, meegerekend worden, waren er veel nieuwkomers, zoals het voorbeeld van Jan Roockx aantoonde, die beneden de verhoopte winstmarge bleven en teleurgesteld van de markt afdropen. De vraag stelt zich op welk niveau de gemiddelde jaaromzet groot genoeg was om de tabakshandel als lucratief te beschouwen. Hiervoor onderzochten we hoeveel kilogram een kleinhandelaar die de markt verlaten had in zijn laatste jaar verkocht. Uit een aselechte steekproef 1729-1749 komt naar voren dat deze winkeliers een omzet realiseerden van 107 kilogram tabak. Er kan vervolgens van uitgegaan worden dat zich hier de grens bevond tussen de tabaksverkoop met een minimale winstmarge en een handelszaak waarin de opbrengst de gedane inspanningen niet overtrof. Na een korte inzinking steeg in de loop van de jaren vijftig van de achttiende eeuw de gemiddelde jaaromzet per verkoper gevoelig (zie tabel 2). Dit had bijgevolg zijn weerslag op de verkochte hoeveelheid tabak die beschouwd werd als de drempel tot een lucratieve handel in rook- of snuifwaren. Tussen 1750 en 1762 verkochten kleinhandelaars in tabaksartikelen in hun laatste jaar gemiddeld 197 kilogram, een toename van 84% ten opzichte van de voorgaande periode. De meeste detailhandelaars die afhaakten probeerden hun voorraad, buiten Maastricht of aan collega's binnen de stad, accijnsvrij van de hand te doen. Topverkopers Nicolaas Van Den Berg en François Blonden toonden zich maar al te graag bereid de voorraad van collega's over te nemen. Een enkele keer gebeurde het zelfs dat de overgebleven tabak per openbaar opbod werd verkocht.⁶⁹

Hoewel winkeliers voortdurend pogingen ondernamen om een plaats op de tabaksmarkt te bedingen, zagen ze hun inspanningen even vaak niet beloond worden. Zelfs meer succesvolle kleinhandelzaken hielden het aanbod van tabaksproducten slechts een relatief korte tijd vol. In een vrij dynamische markt maakte dit dat kleinhandelaars zich flexibel opstelden en wat de levensduur van hun ondernemingen betreft zich een sterke discontinuïteit vertoonden.

Groeimogelijkheden op zeer korte termijn: politiek-militaire omstandigheden als marktsignaal

Ten gevolge van de Oostenrijkse opvolgingskwesie verzamelden zich in 1746 Franse troepen in de streek rond Maastricht. Ook de geallieerde legers – Hongaarse, Duitse en Hollandse troepen – trokken samen in en rond de vesting. Achtereenvolgens leverden zij slag in de Luikse plaatsen Roccourt en Haccourt. De volgende campagne mondde uit in een strijd om het gehuchtje Lafelt (2 juli 1747), vlakbij de Maastrichtse vesting. In 1748 werd Maastricht belegerd en op 7 mei ingenomen door de legers van Lodewijk XV.⁷⁰ Tijdens deze periode nam het verhandeld volume van koffie, thee, tabak, brandewijn en jenever uitzonderlijk grote proporties

69. G.A.M., Indivieze Raad, nrs. 489-501, Manualen van de collecteur van de tabaksaccijns, 1729/1730-1761/1762.

70. Daenen, *De slag van Lafelt*, 35-51.

aan. Het lijkt geen twijfel dat dergelijke troepenconcentraties voor kleinhandelaars uiterst interessante groeimogelijkheden met zich meebrachten. Het aantal tabaksverkopers steeg tot 81, het hoogste cijfer tijdens de bestudeerde periode. Gedurende de belegering van Maastricht van 16 april tot 7 mei 1748 voorzagen 62 detailhandelaars de ongeveer 10.000 militairen onafgebroken van tabak. Sedert einde juli 1746 waren een veertiental handelaars betrokken bij het verkopen en transporteren van tabak naar de troepen die regelmatig rondom Maastricht gelegerd waren. Alleen al tijdens de zomermaanden van 1746 vonden 106 tabakstransporten plaats.⁷¹ De aanwezigheid van troepen deed zodoende bij een aantal kleinhandelaars de idee ontstaan via lucratieve export snelle winsten te realiseren. De eerste die inspeelde op dit gat in de markt was de eerder genoemde Walter Blereau. Op 26 juli vervoerde hij ruim 50 kilogram tabak *naer d'armee* gelegen buiten de stadsmuren. Het succes was van die aard dat Blereau tijdens de maanden augustus en september zijn cliënteel op platteland en in andere steden links liet liggen om zijn voorraden volledig op de verkoop aan legerstroepen af te stemmen. De snelle winst die hij wist te verwezenlijken, werd al snel door andere verkopers nagevolgd. Er was zelfs ene Christiaan de Ceuleneer die op 10 augustus een vat van 700 pond tabak insloeg en, hoewel hij nog nooit een pond tabak verhandelde, verkocht hij de volgende morgen het volledige vat in het legerkamp. Dit was, in 1746, zijn eerste en ook laatste wapenfeit in de tabakshandel.⁷² Hiertegenover stond dan weer Nicolaas Van Den Berg die juist van de oorlogsomstandigheden gebruik maakte om een duurzame handel in tabakswaren uit te bouwen. Op 32-jarige leeftijd verliet hij zijn geboortedorp 's-Gravenvoeren in het huidige Belgisch-Limburg en vestigde zich in Maastricht als kramer-winkelier.⁷³ Het was toen maart 1746 en weldra zouden de eerste legerstroepen hun kampen in en rond de stad opslaan. Aanvankelijk probeerde Van Den Berg een doorsnee kleinhandelszaak draaiende te houden. Aantrokken door de grote winst die genotsmiddelenhandelaars tijdens de zomermaanden bewerkstelligden, besloot hij over te schakelen op de verkoop van tabaksproducten. Van Den Berg legde een voorraad van 1.100 kilogram tabak aan, die hij al vrij snel kwijtraakte aan militairen binnen en buiten de stad. De aanhoudende militaire aanwezigheid tot het begin van 1749 was voor Nicolaas Van Den Berg een schot in de roos. Zijn onderneming groeide in korte tijd uit tot één van de belangrijkste in Maastricht: in 1748 was hij reeds de derde grootste tabaksverkoper en nog eens vijf jaar later verkocht hij met een omzet van 10.600 kilogram de meeste tabak binnen de stadsmuren.⁷⁴

Het nastreven van oorlogswinsten betekende echter ook dat er risico's moesten genomen worden. De bevoorrading liep gevaar en het vroegtijdig inslaan van stocks

71. G.A.M., Indivieze Raad, nrs. 493-494, 1744/1745-1745/1746.

72. G.A.M., Indivieze Raad, nr. 494, 1745/1746.

73. P.J.H. Ubachs, *Nieuwe burgers van Maastricht, 14de eeuw-1795* (Geleen, 1993) 49.

74. G.A.M., Indivieze Raad, nr. 494-499, 1745/1746, 1748/49-1753/1754.

maakte dat winkeliers mogelijk te kampen kregen met overschotten en een overaanbod. Uit de rekeningen van het beleg van 1748 blijkt dat een aanzienlijke hoeveelheid aangevoerde tabak, maar ook andere levensmiddelen, onaangeroerd bleven.⁷⁵ Deze voorraden werden niet vergoed en aangezien de winkeliers op krediet leverden, konden ze in het beste geval niet anders dan de aangevoerde waar terug ophalen. Een gelukkig toeval was dat Maastricht nog tot het begin van het volgende jaar door de Fransen bezet werd. Ten slotte moeten de oorlogswinsten gerelativeerd worden. De sterke groei van het aantal handelaars veroorzaakte dat de gemiddelde omzet van tabak nauwelijks hoger lag dan het voorbije decennium. Wel waren er meer handelaars dan ooit die hun slag thuishaalden op de tabakmarkt en een kleine tot gemiddelde omzet bewerkstelligden. De groeimogelijkheden tijdens deze periode waren ten opzichte van de reeds bestaande tabaksverkopers minder groot dan de kansen voor nieuwkomers om met een bescheiden omzet te overleven, uitzonderingen niet te na gesproken.

Differentiatiestrategie

Kleinhandelaars zochten naar middelen om de risico's van hun onderneming zoveel mogelijk te spreiden. Een belangrijke marktstrategie met dit doel was de differentiatie van het winkelwarenaanbod: detailhandelaars verkozen een gevarieerd aantal productsoorten boven de specialisatie in één of enkele producten. Volgens hedendaagse begrippen over kleinhandel betekende de verruiming van het goederenaanbod eerder dat een winkelier de concurrentie trachtte te ontlopen dan dat hij de concurrentie met een andere winkelier zou aangaan.⁷⁶ Voorts kan gesteld worden dat het grote aantal detailhandelaars deel uitmaakte van een voor de klant onoverzichtelijke markt. Hierbovenop trof de consument op basis van het uitgebreide kramersmonopolie vaak een ondoorzichtig goederenaanbod in de diverse winkels aan. Dit maakte dat het verhandelen van additionele producten om zo'n ruim mogelijk aanbod te creëren, het voordeel had dat in een markt waar de klant honderden kleinhandelszaken vindt, hij steeds terecht kan bij een winkelier in de wetenschap dat er een grote verscheidenheid van goederen verkocht wordt. Het omgekeerde, de focusstrategie waarbij er sprake is van een speciaalzaak in tabak biedt overigens hetzelfde kennisvoordeel. Voorts mag niet vergeten worden dat ook de vertrouwensrelatie met de klant en de subjectief-emotionele gebondenheid met een winkelzaak van belang zijn.

75. G.A.M., *Indivieze Raad*, nr. 831, Grootboek van uitgaven tijdens het beleg van 1748, 1748.

76. W. van der Aa en T. Elfring, *Management van dienstverlenende bedrijven* (Schoonhoven, 1996) 135-145, zie onder andere het hoofdstuk over groeistrategieën, waarin ook de kleinhandel aan bod komt. De verwijzing naar een hedendaagse studie over kleinhandel lijkt mij gerechtvaardigd omdat een aantal aspecten, zoals het zoeken naar een uitbreiding van de doelgroepen of de concurrentiepositie ten opzichte van collega-winkeliers, in vergelijking met de achttiende-eeuwse kleinhandel niet eens zo drastisch gewijzigd is.

Door het nemen van steekproeven (tabel 3) wordt aangetoond welke andere producten een ‘tabakshandelaars’ in zijn zaak aan de man bracht. De relatie met koffie en thee was vrij groot. De consument kon in respectievelijk 57% en 60% van de winkels terecht waar tabak verkocht werd om er eveneens koffie en thee in te slaan. Gemiddelde 30% van de handelaars in tabak verkochten ook brandewijn en slechts 13% wijn. Wijn werd slechts zelden verkocht in combinatie met andere producten; hetgeen erop wijst dat dit vooral speciaalzaken waren. De steekproef van 1733 laat uitschijnen dat de differentiatie strategie aanvankelijk niet door iedereen gevolgd werd. Steekproeven over latere data tonen aan dat tot in de jaren vijftig van de achttiende eeuw meer kleinhandelaars over een groter aanbod beschikten. In 1762 hadden alle 24 resterende tabakshandelaars ooit koffie en thee verkocht. Meer dan de helft kon in 1762 één van beide producten nog steeds tot zijn assortiment rekenen. Geen enkele van deze winkeliers deed nog in wijn of brandewijn. Er dient opgemerkt te worden dat 1762 het laatste jaar is waar gegevens voor beschikbaar zijn. Het voorgestelde beeld wordt hier enigszins door vertekend.

‘Cremersambacht’, kleinhandelswaar van uiteenlopende aard die tot het cremers- of kramersambacht behoorden, konden slechts voor twee steekproeven bestudeerd worden. Onmiddellijk valt op dat heel wat verkopers van tabak (63%) niet alleen andere genotsmiddelen te koop aanboden, maar in feite een veel breder assorti-

Tabel 3. *Aantal tabakshandelaars (in %) die handelen in andere kleinhandelsproducten. Per steekproef.*

Jaar	Koffie		Thee		Brandewijn		Wijn		Cremersambacht*	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
1733	21%	40%	23%	44%	19%	27%	4%	8%	63%	79%
1740	43%	63%	46%	65%	24%	35%	4%	9%	-	-
1748	51%	64%	55%	64%	29%	35%	8%	14%	45%	54%
1752	44%	56%	49%	65%	19%	25%	13%	18%	-	-
1762	54%	100%	58%	100%	0%	0%	0%	0%	-	-
Tot. Gemiddeld.	42%	57%	44%	60%	23%	30%	8%	13%	52%	63%

A: handelaars die per afzonderlijke steekproef tabak én een andere productsoort verkopen.
B: handelaars die tussen 1730-1762 tabak verkopen en in minstens één van de steekproeven een andere productsoort verhandelen.

* Aangaande de steekproef van 1748 werden gegevens verzameld betreffende de periode van het beleg van Maastricht en de voorbereidingen, april-juni 1748.

Bron: als tabel 1; 438, Collecteursrekening van de oude of kleine firmiteiten, 1732/1733; 831, Grootboek van uitgaven tijdens het beleg van 1748, 1748.

Tabel 4. *Aantal verkopers in verhouding tot het aantal verkochte productsoorten. Per steekproef.*

Aantal producten	1739/1740		1751/1752		1761/1762		1732/1733		1747/1748	
1*	16	33%	23	50%	27	35%	32	47%	10	52%
2	18	38%	3	7%	8	10%	2	3%	0	0%
3	2	4%	11	24%	8	10%	18	26%	14	58%
4	7	15%	8	17%	15	19%	14	21%	0	0%
5	4	8%	1	2%	19	25%	2	3%	0	0%
6	1	2%	-	-	1	1%	-	-	-	-
Totaal	32	67%	23	50%	51	65%	36	53%	14	58%
N=	48		46		78		68		24	

*Komt overeen met kleinhandelaars die tijdens het onderzochte jaar enkel tabak verkochten.

Bron: als tabel 3.

ment bezaten. Tijdens de jaren dertig waren cremerijen geprefereerde kleinhandelswaren voor verkopers van tabak. Wellicht moet deze stelling omgedraaid worden: heel wat winkels met een uitgebreid aanbod verkochten ook tabak. De percentages van 1748 zijn niet erg representatief, maar de steekproef geeft wel enige informatie over de soorten cremerijen. Omdat het over de bevoorrading van het garnizoen ging, betrof het in hoofdzaak voedingsmiddelen. Tot geleverde cremerijen konden de volgende producten gerekend worden: boter, diverse kaassoorten, fijne en grove gerst, gepelde gerst, zout, spek, rijst, suiker, witte kandijnsuiker, gort en boekweitmeel. Andere producten waren linnen stoffen, zandzakken, pijpen, kaarsen en schrijfmateriaal.⁷⁷

In tabel 4 wordt nagegaan hoeveel genotsmiddelen en/of cremerijen door tabaksverkopers verhandeld werden. In de genotsmiddelensector verkocht de helft tot 58% van de zogenaamde 'tabakshandelaren' meer dan alleen maar tabaksbladeren. Hier mag echter niet uit geconcludeerd worden dat de resterende winkelzaken louter speciaalzaken zouden zijn. De cijfers gelden uitsluitend voor het onderzochte jaar: indien een tabaksverkoper het jaar nadien ook koffie verkocht werd dit immers niet meegerekend. Voorts bood de detailhandelaar eerder drie of vier dan twee soorten genotsmiddelen aan. Vooral de combinatie koffie en thee met een derde product scoorde goed in het aanbod van kleinhandelszaken. De steekproeven 1732/1733 en 1747/48 bevatten eveneens gegevens over de handel in cremerijen. Hieruit blijkt dat het aantal personen die met betrekking tot deze steekproeven enkel tabak verkochten, daalde tot ongeveer een derde. In 1748

77. G.A.M., Indivieze Raad, nr. 831, 1748.

gingen zelfs bij een kwart van de kleinhandelaars vijf verschillende productensoorten over de winkelbank.

Het begrip ‘tabakshandelaar’, net als ‘thee- en koffiehandelaar’ of ‘handelaar in distillaten’, dient sterk genuanceerd te worden. Slechts zelden verkocht een winkelhouder uitsluitend of bijna uitsluitend één productsoort; enkel de term ‘wijnhandelaar’ lijkt gerechtvaardigd. Risicospreiding en het vergroten van de omzetmogelijkheden lagen veelal aan de basis waarom in kleinhandelszaken een gevarieerd winkelwarenaanbod te vinden was.

Platteland als nieuwe doelgroep

De manualen van de accijnzen op koffie, thee, tabak, brandewijn en wijn bevatten naast de stedelijke verkoop ook belangrijke informatie over de distributie van genotsmiddelen buiten de stad. Omstreeks 1730 waren nauwelijks enkele kleinhandelaars in tabak begaan met het verwerven van een afzet buiten de stadsmuren. Tegen het einde van het decennium was op korte tijd de passieve houding ten opzichte van een buitenstedelijk afzetgebied volledig doorbroken. Reeds 29,6% van de tabaksverkopers beperkte zich toen niet langer meer tot de stedelijke markt. Een nadeel bij handelsstrategieën is dat ze gemakkelijk te imiteren zijn. Zo ontdekte het minieme aantal exporteurs aan het begin van de jaren dertig van de achttiende eeuw al vrij snel concurrentie van andere kleinhandelaars die voortaan ook tabak uitvoerden. Na een innovatiefase bleef, met uitzondering van de oorlogsjaren, het aantal exporteurs toenemen. Tijdens de periode 1755-1762 steeg het percentage van tabaksexporteurs van 55,5% naar 65,2%. Ook was in tussentijd het handelsvolume sterk toegenomen.⁷⁸

Naast de groei van het aantal tabaksexporteurs en de verkochte hoeveelheid tabak buiten de stadsmuren viel er tussen 1730 en 1762 een verschuiving van het afzetgebied waar te nemen. Het aantal handelaars dat tijdens de jaren dertig van de achttiende eeuw tabak uitvoerde, richtte zich hierbij in belangrijke mate op andere steden: Aken, Luik, Visé, ‘s-Hertogenbosch, Nijmegen, de ‘Hollandse steden’, Keulen en Frankfurt. Pas geleidelijk aan wisten de tabaksverkopers door te dringen tot het omliggende platteland. Vanaf de jaren veertig van de achttiende eeuw werd het duidelijk welke voordelen de onmiddellijke omgeving van Maastricht, de streek rond Sittard-Geleen, Eijsden-Visé-Voeren, Verviers en Hasselt-St.-Truiden, als afzetregio te bieden had. De vervoerskosten lagen door hun nabijheid heel wat lager en omdat de vraag groot genoeg was, steeg de frequentie van het aantal transporten naar eenzelfde plaats. Illustratief is het voorbeeld van Jan

78. Het lijkt geen twijfel dat naarmate meer verkopers tabak buiten Maastricht afzetten het handelsvolume ook daadwerkelijk toenam. Hoewel precieze gegevens hieromtrent voorsnog ontbreken, kunnen we er ten slotte toch van uitgaan dat niet alleen de toename van exporteurs, maar vooral de stijging van het aantal transporten per verkoper verantwoordelijk was voor de groeiende export van tabak.

Cericy die tussen 1740 en 1750 een regelmatige uitvoer op Sittard wist te organiseren. Dit stadje had zich na 1730 weten te ontwikkelen tot een regionaal verzorgingscentrum en wellicht plaatsten de lokale kleinhandelaars bestellingen bij Jan Cericy, zodat zij op hun beurt de eigen stad en de omliggende dorpen van tabak voorzagen.⁷⁹ In 1744 leverde Jan Cericy wekelijks tot zelfs tweemaal per week een vat tabak van 150 pond of 68 kilogram aan Sittardse winkeliers.⁸⁰

In zijn artikel over de verspreiding van koffie en thee ondervond ook J.C.G.M. Jansen dat meer dan 90% van de uitvoer van deze producten bestemd was voor een gebied dat binnen een straal van 35 kilometer van Maastricht lag.⁸¹ Een getuigenis uit 1640 onthult dat de inwoners van Tongeren, Bilzen, Hasselt, Sittard, Valkenburg, Herve, Verviers, Visé en andere omliggende plaatsen toen hun inkopen deden bij kleinhandelaars in Maastricht.⁸² Een eeuw later boden de Maastrichtse detailhandelaars een nieuwe combinatie van diensten aan. Zij trokken voortaan zelf naar de plaatselijke verzorgingscentra en het platteland.

Tabel 5. *Aantal exporteurs van tabak in verhouding tot het aantal tabaksverkopers. Per steekproef.*

Jaar	Tabaksexporteurs	Tabaksverkopers	Procentuele verhouding
1730-1734*	3,5	40,8	8,6%
1735-1739	13,4	39,6	29,6%
1740-1744	17,6	46,0	38,3%
1745-1749*	20,6	67,6	30,5%
1750-1754*	20,3	57,6	35,2%
1755-1759*	18,3	33,0	55,5%
1760-1762	16,3	25,0	65,2%

*Ontbreken van gegevens voor één of meerdere jaren.

Bron: als tabel 1.

De focusstrategie of speciaalzaak

Hoewel een speciaalzaak zelden voorkwam, was het aanbieden van één enkel product en gespecialiseerde varianten vooral voordelig om een bepaalde doelgroep te bereiken. De winkelier trachtte in te spelen op de wensen van zijn cliënteel. Modeverschijnselen op het vlak van de tabaksproductie moesten op de voet

79. Wat de groei van lokale distributiecentra rond Maastricht en Aken betreft, zie onder andere Jansen, *Landbouw*, 114-127.

80. G.A.M., Indivieze Raad, nrs. 489-501, 1729/30-1761/1762.

81. Jansen, 'Wilt U koffie of thee?', 24.

82. R.A.L., 13.DA, nr. 35, f° 249, 1640.

gevolgd worden, zodat een grote kennis van producten, mogelijke leveranciers en contacten noodzakelijk was. De meeste producten die aangeboden werden in een tabaksspeciaalzaak waren schaarser op de markt en vaak lag de kostprijs hoger. Verder moest niet alleen de kwaliteit van het product beter zijn, maar ook de dienstverlening aan de consumenten die zich wellicht in de betere sociale kringen bevonden. Indien een dergelijke doelgroep bereikt werd, kwam een duurzaam concurrentievoordeel tot stand. Dit maakte het mogelijk om zijn producten beter af te schermen van concurrenten en imitatiegedrag te beperken. Gegevens over dergelijke speciaalzaken zijn schaars en zeker niet terug te vinden in een accijnsregister. Veelal zal gezocht worden naar winkelboeken uit privéarchieven of bronnen die behoren tot gerechtelijke dossiers.

In Maastricht verwierf de 30-jarige Charles Hubert de Bournelle uit het Franse Cambrai op 2 oktober 1749 het burgerschap.⁸³ Twee jaar later, vanaf oktober 1751 werd hij ingeschreven als tabakshandelaar. Uit de correspondentie die over zijn zaak bewaard is gebleven, blijkt dat de Bournelle een speciaalzaak had in de Franse ‘andouilles’ of ‘karotten’ van het Saint-Vincenttabaksblad. Karotten waren in cilindervorm geperste snuiftabak van betere kwaliteit en merkelijk duurder. Het raspen gebeurde door middel van een handrasp door de consument zelf of door de detailhandelaar.⁸⁴ Hubert de Bournelle beschikte over een uitgebreid net van handelscontacten. De karotten werden vanuit Duinkerken verzonden naar een tussenpersoon in ‘s-Hertogenbosch en via deze weg getransporteerd naar Maastricht. Hiernaast onderhield hij contacten met leveranciers in Londen en een tussenpersoon in Utrecht.⁸⁵ Naast wijn, eau-de-vie, azijn, zout, boter en Vlaamse lakens behoorde tabak tot de voornaamste producten die gelost werden in Duinkerke. De Noord-Franse haven vormde dé verbinding met Engeland en had verder relaties met Spanje, Portugal, Noord-Europa en de Verenigde Provinciën.⁸⁶ Andouilles of karotten werden tot aan de tweede helft van de achttiende eeuw bijna uitsluitend via de haven van Duinkerken naar de Nederlanden geëxporteerd.⁸⁷

Van juli 1752 tot januari 1754 verhandelde de Bournelle 5.600 kilogram tabak, waarvan minstens de helft Franse karotten uit Duinkerken waren. Slechts 350 kilogram werd in Maastricht verkocht. De handelaar gebruikte de centrale ligging van de stad als transitfunctie en leverde van hieruit grote hoeveelheden naar Keulen, Aken en Luik. Hiernaast deed hij ook kleinere plaatsen aan zoals Sittard, Herve, Haccourt en de nabij Maastricht gelegen dorpen Lafelt en Smeermaas. Ten slotte verkocht de Bournelle nog 300 pond karotten aan zijn collega Frans Blondin, één van de grote tabaksverkopers van Maastricht. Om onbekende rede-

83. Ubachs, *Nieuwe burgers*, 65.

84. Roessingh, *Inlandse tabak*, 400-401.

85. R.A.L., 16.1139, nr. 14, Stukken afkomstig van particulieren.

86. E. Levasseur, *Histoire de commerce de la France* (Paris, 1911) dl.I, 452.

87. Roessingh, *Inlandse tabak*, 401.

nen hield de speciaalzaak 'de Bournelle' in 1754 op met bestaan. Op 1 februari werd de nog resterende voorraad verkocht.⁸⁸

6. Conclusie

In Maastricht had de stedelijke overheid al vrij vroeg begrepen dat de handel in nieuwe producten door de heffing van accijnzen interessante winstmogelijkheden opleverde. De corporatie van detailhandelaars reguleerde de verkoop en nam het snelgroeiend aantal handelaars in genotsmiddelen binnen haar structuur op. Hoewel omstreeks 1730 tabaksartikelen, distillaten, theebladeren en koffiebbonen in Maastricht op grote schaal geconsumeerd werden, beschikte de kleinhandelssector niet volledig over deze markt. Pas enkele decennia later wist ze haar tekortkomingen tegenover privé-initiatieven weg te werken. Tussen de kleinhandelaars zelf tekenden zich grote verschillen af. Omdat een beperkt aantal handelaars in staat was een omzet van vele duizenden kilo's te realiseren, moesten negen op tien verkopers zich tevreden stellen met een marktaandeel dat ver beneden de helft van de totale verkoop in de stad lag. Binnen deze omvangrijke groep was de concurrentie dan ook het hevigst. Wat echter het meest opviel was de grote flexibiliteit die detailhandelaars in hun verkoop van tabak aan de dag legden. Aanhoudend traden nieuwe tabakshandelaren tot de markt toe en keerden anderen zich af. Vaak werd een tweede, derde en zelfs vierde poging ondernomen om de tabaksverkoop in hun handelszaak voldoende van de grond te krijgen. Slechts een klein aantal slaagde erin een langdurige handel in rook- en snuifwaren op te bouwen. Maar omdat heel wat kleinhandelaars vooral ook rekening hielden met de marktschommelingen en zochten naar snelgroeiende marktsegmenten is het twijfelachtig of continuïteit wel altijd nagestreefd werd. De grootste schommelingen betreffende de verkoop van genotsmiddelen deden zich voor toen militaire troepen tussen 1746 en 1749 samentrokken in en rond de Maastrichtse vesting. De spectaculaire stijging van de consumptie van genotsmiddelen veroorzaakte toen een sterke groei van het aantal kleinhandelaars op deze markt. Zelfs reeds bestaande tabaksverkopers ijverden om bestellingen van militaire kampen binnen te rijven, waardoor ze hun normaal cliënteel verwaarloosden. De invloed van Maastricht als vestingstad was onmiskenbaar en de gevolgen van de krijgsverrichtingen in het kader van de Oostenrijkse Successieoorlog bleven wat de tabaksverkoop betreft zelfs aanwezig tot voorbij de jaren vijftig van de achttiende eeuw. Het grote aantal kleinhandelaars dat oorlogswinsten nastreefde, haakte na de militaire verwickelingen niet onmiddellijk af. De markt raakte blijkbaar oververzadigd en in 1753/1754 halveerde hun aantal eensklaps, zodat er meer ademruimte kwam voor de overblijvers. Behalve inspelen op de tabaksmarkt als groeipool met snelle winstmogelijkheden,

88. R.A.L., 16.1139, nr. 14, Stukken afkomstig van particulieren.

zoals de periode vanaf 1730 toen de verkoop gestaag toenam en een climax bereikte ten tijde van de troepenconcentraties, vonden kleinhandelaars ook andere marktstrategieën. Een uitbreiding van de aangeboden winkelwaren verhoogde de omzetmogelijkheden van een winkelzaak in zijn geheel. Voorts werden bij deze strategie de risico's van de onderneming ingedijkt indien de verkoops cijfers van een bepaalde productsoort sterk achteruitliepen. Toch waren er ook kleinhandelaars die zich toegeden op een gespecialiseerd aanbod. Uit het voorbeeld van Bournel werd vooral duidelijk dat export noodzakelijk was en dat met name een kapitaalcrachtige elite als doelgroep moest aangeboord worden. Een laatste belangrijke marktstrategie, die omwille van de omvang van het bronnenmateriaal vooralsnog niet uitvoerig onderzocht kon worden, was de op een buitenstedelijke markt gerichte export van Maastrichtse kleinhandelaars. Een heuse expansie van de uitvoer kwam met name tot stand toen het besteedbaar inkomen op het omliggende platteland toenam en er steeds meer niet-levensnoodzakelijke producten geconsumeerd werden. Dit viel duidelijk af te leiden uit het organisatiepatroon van de buitenstedelijke leveringen: daar waar tijdens de jaren dertig bestellingen kwamen uit het Rijnland, de Verenigde Provinciën, Brabant en Luik, verkleinde de geografische verspreiding van de export zich tijdens de volgende jaren tot een gebied binnen de regio Aken-Hasselt-Luik-Maastricht. Binnen de grenzen van een sterk ingekrompen afzetgebied ondernamen, in dit geval, tabaksverkopers pogingen om op een beperkt aantal plaatsen een zo regelmatig mogelijke afzet te bewerkstelligen met een zo groot mogelijk handelsvolume.

Het vraagstuk omtrent de opkomst en de ontwikkeling van de kleinhandel tijdens de achttiende eeuw blijft vanuit historisch-wetenschappelijk oogpunt ondergewaardeerd. Nochtans biedt dit onderzoeksveld heel wat inzichten over de distributiewijze van massagoederen op wereldvlak naar de consument op lokaal vlak. De toename van het aantal goederen en de verruiming van het aanbod had niet alleen een belangrijke invloed op de veranderingen in het consumptiepatroon, maar ook de kleinhandel evolueerde mee. Hoewel H. Mui en L.H. Mui formuleerden dat de transformaties binnen de kleinhandelssector hun weerslag hadden op de economie in het Engeland van de achttiende eeuw, moet hiernaast dringend onderzocht worden welke invloed deze veranderingen hadden op sociale, politieke en zelfs culturele aspecten van de achttiende-eeuwse samenleving.