



DE LAATSTE PLEISTERPLAATS

De ontwikkeling van bruine kroegen in Arnhem en Nijmegen, 1980-2020

Masterscriptie Bram A. Kuijt (s1042712),
onder begeleiding van Dr. Floris Meens

15 juni 2025

Inhoudsopgave

Inleiding.....	2
<i>Status Quaestionis</i> en vraagstelling	3
Methode.....	6
Gebruikte concepten.....	6
Cauvins <i>Oral History</i>	6
Bronnenkritiek.....	7
Structuur.....	8
Hoofdstuk 1 – het interieur van de kroeg.....	9
Geschiedenis van de bruine kroeg.....	9
De moderne bruine kroeg	11
De kasteleins: balanceren tussen het heden en verleden	13
De stamgasten: <i>emotional communities</i> & nostalgie	16
Deelconclusie kasteleins en stamgasten	19
Hoofdstuk 2 – het exterieur	20
Omwonenden: een aparte <i>emotional community</i>	20
Omwonenden als stamgasten.....	21
De verhouding tussen bruine kroegen en overige omwonenden.....	23
Toerisme en bruine kroegen.....	25
Deelconclusie omwonenden, toerisme en bruine kroegen	28
Hoofdstuk 3: de gemeentes	29
Het Nijmeegse horecabeleid.....	29
De jaren '80: uitbreiding van sluitingstijden	29
De jaren '90: alcoholmatiging & betere kwaliteit horeca	31
De jaren '00: de Horecanota & nieuwe handhavingsprotocollen	33
De jaren '10: veranderend consumptiegedrag	34
Het Arnhemse horecabeleid.....	36
Deelconclusie horecabeleid.....	38
Afsluitende conclusie.....	39
Bibliografie.....	42
Literaire werken	42
Archiefmateriaal	44
Beeldmateriaal.....	45

Inleiding

De oude kroeg

*Ik houd zozeer van die verlaten kroegen
buiten de stad in het namiddaguur,
men droomt er rustig, wachtend op den vroegen
schemeravond, naast een gezellig vuur.*

*Sedert een eeuw misschien ligt hier wit zand
op de geschuurde en uitgesleten planken.
Alles is oud, de stoelen en de blanke
tafels. Dit is een huis, een vaderland.*

*'k Zie door het raam een tuin die druipt van regen,
de winterlucht is mistig, grijs en geel,
en alles wat ik lijdzaam heb verzwegen
dringt plots in kroppend snikken naar mijn keel.*

*En toch ben ik gelukkig, want nooit kende
mijn jeugd den vrede die ik nu gevoel;
'k weet mij nu nader bij mijn menslijk doel:
de dood, maar zonder 't masker der ellende.*

- Jan van Nijlen, 1948.

Zo beschrijft de dichter Jan van Nijlen zijn ervaringen in de oude, bruine kroeg.¹ Wat hij begreep en wat de vaste bezoekers al wisten is dat de bruine kroeg een plek is waar niet alleen bier wordt gedronken. De bruine kroeg is een bekend cultuurhistorisch fenomeen. Bruine kroegen zijn een vast onderdeel van het uitgaansleven in Nederland en Vlaanderen met een lange geschiedenis. Maar de afgelopen decennia neemt het aantal bruine kroeg af. Dit zorgt voor gemis onder de stamgasten van deze kroegen, omdat ze een plek zijn waar mensen samen komen om bij te praten over hun leven of de laatste politieke ontwikkelingen te bespreken. Bruine kroegen zijn plekken vol herinneringen, emoties en een hang naar authenticiteit en nostalgie. Helaas voor de oudere stamgasten veranderen bruine kroegen ook. Dit kan liggen aan de kasteleins (kroegeigenaren), vernieuwd gemeentebestuur of sociale veranderingen. Veel dingen in de bruine kroeg zijn hetzelfde gebleven, terwijl anderen zijn veranderd. Daarom kijk ik in dit onderzoek naar de ontwikkeling van bruine kroegen aan de hand van verschillende actoren, in de regio Arnhem-Nijmegen, van de jaren '80 tot medio maart 2020.

¹ Jan van Nijlen, *Verzamelde Gedichten 1903-1964* (Amsterdam 1964).

Status Quaestionis en vraagstelling

De geschiedenis van bruine kroegen gaat ver terug. Kroegen zijn al lang een plek waar mensen elkaar ontmoeten en waar de drankcultuur een indruk geeft van een lokale cultuur.

Drankcultuur is een relatief modern fenomeen in academische kringen, waarover vooral door sociologen veel is geschreven. Zij deden vooral onderzoek naar de verhoudingen tussen alcohol, de plekken waar het wordt gedronken en de gevolgen die dat heeft voor de maatschappij.

Historici hebben in het afgelopen decennium ook gepubliceerd over drankcultuur door de eeuwen heen. Veel van deze literatuur heeft betrekking op de gevolgen die alcoholgebruik en –misbruik hebben op een bevolking, zoals in het werk van een drietal promovendi van de Universiteit van Californië. In hun onderzoek verbinden ze de statistieken omtrent alcoholgebruik en andere factoren, zoals de financiële situatie en etniciteiten van de Amerikaanse bevolkingsgroepen, om conclusies te trekken over alcoholgebruik en –misbruik.² Ze schrijven daarnaast ook over de factoren die invloed hebben op het alcoholgebruik onder Amerikaanse inwoners. Voorbeelden hiervan zijn het alcoholgebruik van ouders tijdens de jeugd van hun kinderen of advertenties op sociale media en in de openbare ruimte.

Andere academici pleiten voor een kritischere blik rondom drankcultuur. Michael Savic en zijn collega's zijn voor een herziening van de term '*drinking culture*' en kijken onder andere naar de plaatsen waarop alcohol wordt gedronken.³ Ze stellen dat de sfeer in een kroeg het alcoholgebruik van klanten beïnvloedt. Een samenhang van de onderlinge verhoudingen van klanten en de inrichting van een horecagelegenheid waar alcohol wordt geschonken heeft een invloed op hoe mensen zich in kroegen gedragen.

Een bekend voorbeeld van een horecagelegenheid zijn de Britse *public houses*, bekend als '*pubs*'. De Britse onderzoeker Lynn Martin en haar collega's onderzochten bijvoorbeeld hoe een enkele brouwerij* is veranderd, zowel qua materiaal als qua bier dat er werd geserveerd. Martin stelt dat dit gebeurde om de kroeg duurzamer te maken, waardoor er ook in de toekomst klanten komen. Om te renoveren werden stamgasten geraadpleegd, zodat de door hun gekoesterde authentieke sfeer bleef bestaan. Tijdens de renovatie vervingen ze materiële en menselijke elementen, zoals het installeren van een WiFi-netwerk en gastronomische hervormingen.⁴ Martin et al. benadrukken de abstracte factoren die een kroeg tot een kroeg maken. Samen met de materialistische factoren heet dit de *pubscape*. Ze stellen dat naar de kroeg of *pub* gaan draait om de ervaring die klanten meenemen wanneer ze de kroeg verlaten.⁵ Ervaringen en emoties blijken sterk met elkaar verbonden te zijn wanneer een persoon besluit om naar een kroeg te gaan.

Deze ervaringen en emoties tellen niet alleen voor het individu, maar ook voor de gemeenschap. Een gevoel van saamhorigheid speelde in verscheidene historische contexten een belangrijke rol bij het bezoeken van een kroeg. Dit gaat gepaard met het ontstaan van *emotional*

² May Sudhinaraset, Christina Wigglesworth & David T. Takeuchi, 'Social and Cultural Contexts of Alcohol Use: Influences in a Social-Ecological Framework' in: Pamela Wernett eds., *Alcohol Research* 38:1 (2016) 25-45, aldaar 35-36.

³ Michael Savic, Robin Room, Janette Mugavin, Amy Pennay & Michael Livingston, "Defining "drinking culture": A critical review of its meaning and connotation in social research on alcohol problems", in: Torsten Kolind & Karen Duke eds., *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 23:4 (2016) 270-282, aldaar 274.

⁴ Lynn Martin, Anglia Ruskin, Bob Jerrard, Lucy Wright, 'Pubscape: innovation by design in the British pub' in: Fevzi Okumus eds, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 31:8, (Leeds 2019) 3018-3036, aldaar 3024-3029.

⁵ Martin et al., 'Pubscape', 3031.

communities in, onder meer, *emotional refuges*. Historici Barbara Rosenwein en William Reddy stellen dat op bepaalde plekken selecte groepen mensen een afgezonderde groep kunnen vormen op basis van gemeenschappelijke gevoelens, waarden en tradities.⁶ De Britse onderzoeker Thomas Thurnell-Read focust zich in zijn gerelateerde onderzoek op het gevoel van saamhorigheid en het verlangen om ergens bij te horen met betrekking tot de mensen die bruine kroegen bezoeken. Thurnell-Read beargumenteert dat de *pubscape* van Martin et al. veel sociale veranderingen heeft doorstaan. Hij neemt de opkomst van het nachtleven als voorbeeld. Jongeren drinken in bij kroegen, voordat ze naar een nachtclub gaan. Thurnell-Read benadrukt daarnaast dat de *pubscape* is gefragmenteerd. Kroegen komen tegenwoordig in vele soorten en maten voor, ook buiten het Verenigd Koninkrijk. Tegenwoordig zijn er kroegen waar specifiek speciaal bier wordt gedronken, waar *casual dining* populair is of waar simpelweg in een kleinere ruimte, zogenaamde *micropubs*, bier wordt gedronken.⁷

De bruine kroeg is niet uitgebreid besproken in Nederlandstalige vakliteratuur, maar niet afwezig. Historica Jelica Novaković-Lopušina stelt in haar artikel over het Nederlandse kroegleven dat de kroeg een plek is waar groepsvorming en communicatie belangrijke motivaties zijn voor klanten om naar de kroeg te gaan.⁸ Ze stelt dat het saamhorigheidsgevoel in kroegen, in combinatie met het drinken van alcohol, historische gebeurtenissen en ontwikkelingen heeft beïnvloed, zoals de Franse Revolutie. Novaković-Lopušina concludeert aan de hand van Nederlandse literatuur dat binnen kroegen een 'lossere' sociale cultuur te vinden is door de gezamenlijke nuttiging van alcohol. Ze stelt dat dit door de maatschappij werd getolereerd om mensen de kans te bieden om binnen een publieke, maar niet té openbare ruimte, te praten over persoonlijke problemen. Daarnaast bood het een plek om met vrienden en familie te praten over grotere problematische thema's en sociale uitdagingen, zoals politieke schandalen en armoede. Deze overkoepelende kenmerken beperken zich niet tot de Nederlandse en Belgische grenzen, maar zijn een fenomeen dat internationaal terug te zien is.

De moderne bruine kroeg is tenslotte een voorbeeld van veranderende tijden. Bij Thurnell-Read lezen we terug dat de Britse *pubs* zijn veranderd. Zo ook de bruine kroeg. Ze zijn nu symbolen van vroeger. Onderzoekers Stacey Baker en Courtney Azzari stellen dat mensen zich met bepaalde plekken verbinden dankzij nostalgische gevoelens.⁹ Hun collega Steven Ostovich sluit zich hierbij aan. Hij beargumenteert dat nostalgici, zoals stamgasten, verlangen naar hun jongere levensjaren.¹⁰ Voor stamgasten is de bruine kroeg authentiek. De onderzoekers Jillian Rickly, Nitasha Sharma en Brendan Canava schrijven in hun artikel over authenticiteit dat plekken die een authentieke reputatie hebben, zoals bruine kroegen,

⁶ Barbara H. Rosenwein, *Emotional communities in the Early Middle Ages* (Cornell 2006) 23-24. Barbara H. Rosenwein & Riccardo Cristiani, *History of Emotions* (Cambridge-Medford 2018) 36, 39.

⁷ Thomas Thurnell-Read, "'It's a Small Little Pub, but Everybody Knew Everybody': Pub Culture, Belonging and Social Change' in: Vicki Harman & Robert Meadows eds., *Sociology* 58:2 (2024) 420-436, aldaar 422.

⁸ Jelica Novaković-Lopušina, "'Dit is een huis, een vaderland.' De kroeg als openbare plaats en literaire ruimte.' in: Zdenka Hrnčířová eds., *Praagse Perspectieven* 5 (Praag 2008) 405-419, aldaar 406.

⁹ Stacey M. Baker & Courtney N. Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds: Moral Motivators of Consumer Identities, Decisions and Behaviours' in: Michael H. Jacobsen eds., *Nostalgia Now, Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 165-182, aldaar 170-171.

Steven T. Ostovich, 'Dangerous Memories: Nostalgia and the Historical Sublime' in: Michael H. Jacobsen eds., *Nostalgia Now, Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 101-115, aldaar 103-104.

¹⁰ Jillian Rickly, Nitasha Sharma & Brendan Canava, 'Authenticity: the state-of-the-art in tourism geographies' in: Joseph M. Cheer & Mary Mostafanezhad eds., *Tourism Geographies* (2023) 1-10, aldaar 4-5.

trekpleisters voor toeristen zijn. Dit kan leiden tot commercialisering van deze plekken, waarschuwen de drie. Historica en erfgoedsspecialist Laurajane Smith is het met hen eens. Hoewel ze pleit voor het openstellen van erfgoedssites voor het brede publiek, waarschuwt ze dat men moet vermijden dat financiële prikkels niet ten koste gaat aan de ervaring van het bezoeken van erfgoedssites.¹¹

Dat neemt niet weg dat bruine kroegen in Nederland en Vlaanderen, in welke vorm dan ook, in aantal afnemen. Bruine kroegen zijn tegenwoordig een relatief oud begrip, waarvan de stamgasten langzaam uitsterven. In recente jaren zijn er in Nederland wel werken verschenen over specifieke kroegen. Daarnaast is de (bruine) kroeg het onderwerp van een recent werk van de Nederlandse filosoof Hans Schnitzler. Hij duidt aan dat de kroeg een tussenruimte is, net zoals bij *pubs*, waar de grens tussen het openbare leven en privéleven vervaagt.¹² Andere schrijvers houden zich bezig met bloemlezingen over bruine kroegen, zoals Midas Dekkers in zijn werk *Volledige Vergunning*. Maar zoals Thurnell-Read in zijn inleiding beaamt, is de link tussen veranderende kroegen en sociale veranderingen nog nauwelijks onderzocht. Daarnaast is de impact van gemeentebestuur vaak afwezig in deze zaken. Kortom, de bruine kroeg is een op zichzelf staand onderwerp in het wetenschappelijke debat, maar de link met grotere ontwikkelingen op het gebied van culturele, economische, sociale en (lokale) politieke veranderingen is nagenoeg afwezig, vooral op lokaal niveau.

Vanwege deze lacune in het academische debat omtrent bruine kroegen en de horeca in het algemeen, kijkt dit onderzoek naar de invloeden van verschillende actoren op de ontwikkelingen van bruine kroegen. Specifiek gaat het om bruine kroegen in de gemeentes Arnhem en Nijmegen vanaf de jaren '80 tot medio maart 2020. De keuze voor de gemeentes Arnhem en Nijmegen is praktisch van aard, omdat de archieven van deze gemeentes goed bereikbaar zijn. Het onderzoek begint in de jaren '80, omdat de geïnterviewde stamgasten in deze tijd begonnen met het bezoeken van hun inmiddels vaste stamkroeg. Maart 2020 is als eindpunt gekozen, omdat in deze tijd de eerste coronamaatregelen werden getroffen. Hierdoor ging de samenleving op slot. De horeca sloot in deze tijd ook voor enkele jaren, waardoor dit een logisch eindpunt is voor dit onderzoek. De actoren in kwestie bestaan uit kasteleins en overige personeelsleden, stamgasten, omwonenden, toeristen en de gemeentes en individuele ambtenaren. Deze opstelling is gebaseerd op de actoren die de ontwikkeling van een bruine kroeg kunnen beïnvloeden. Andere actoren, zoals de verhuurders van het pand waar een bruine kroeg huist, zijn overwogen, maar niet gekozen in verband met de beperkte omvang van dit onderzoek, maar komen wel kort aan bod.

¹¹ Laurajane Smith, *Uses of Heritage* (Londen-New York 2006) 66-68.

¹² Robin Atia, "[Hans Schnitzler: 'In de kroeg leer je samenleven'](#)" in: Coen Simon eds., *Filosofie Magazine* (2024, geraadpleegd op 25-02-2025).

Methode

Gebruikte concepten

Vanwege de beperkte omvang van dit onderzoek worden enkel kroegen in de gemeentes Arnhem-Nijmegen bekeken voor dit onderzoek. De redenen hiervoor zijn vooral van praktische aard, aangezien er binnen de gemeentegrenzen van deze twee gemeentes een hoog aantal kroegen te vinden zijn is vallen onder de paraplu-term 'bruine kroeg'.

Dit onderzoek maakt gebruik van diverse concepten. Rosenweins *emotional communities* (emotionele gemeenschappen) zijn een belangrijke factor in dit onderzoek. Deze gemeenschappen zijn afgezonderde groepen die zich onderscheiden door hun eigen rituelen en gedragsregels. Ze zijn in alle vormen en op veel plekken te vinden. *Emotional communities* komen in dit onderzoek voornamelijk voor in de vorm van groepen stamgasten die, indien van toepassing, samen met het personeel een informeel afgesloten gemeenschap vormen. Meerdere *emotional communities* kunnen tegelijkertijd op één plek bestaan. Een verwant concept van de *emotional communities* zijn de *emotional refuges* van William Reddy. Reddy, een protegé van Rosenwein, ziet *emotional refuges* als plekken waar laksere emotionele normen en waarden gelden in tegenstelling tot het dagelijkse leven.

Naast deze twee concepten zijn er nog drie andere gerelateerde concepten: nostalgie, authenticiteit en erfgoed. De eerste is verbonden aan de *emotional communities*. Nostalgie omvat een breed scala aan emoties, dat iedereen anders interpreteert. Hierover heeft Michael Jacobsen een bundel geschreven, waarin meerdere kanten van nostalgie worden besproken. Dit onderzoek maakt vooral gebruik van de interpretatie van Baker en Azzari, die nostalgie als een bondingsmechanisme tussen mensen en plekken ziet. Het concept van authenticiteit is net zo subjectief als nostalgie. Dit onderzoek gaat uit van authenticiteit als een concept van Rickly et al., die zich vooral focussen op het gebruik van authenticiteit als *pull-factor* (aantrekkingskracht) voor toerisme. Het laatste concept, erfgoed, is hieraan verbonden. Smith beargumenteert dat concepten zoals nostalgie en authenticiteit redenen zijn voor mensen om erfgoedsites te bezoeken. Daarnaast ziet Smith erfgoed als een dynamisch en breed onderwerp. Dit onderzoek gaat uit van haar interpretatie van erfgoed, waarin erfgoed dynamisch, (im)materieel en *performative* kan zijn. Dit laatste houdt in dat mensen, zoals toeristen en stamgasten, deelnemen aan het erfgoedproces door erfgoedsites te bezoeken.

Cauvins Oral History

Voor dit onderzoek zijn interviews afgenomen met verschillende actoren. Deze actoren zijn: kasteleins, barmannen, stamgasten, omwonenden, een ambtenaar van de gemeente Nijmegen, en de coördinator van de *Citystores* Arnhem-Nijmegen. Ze zijn gekozen op basis van welke mensen direct en indirect invloed uitoefenen op de ontwikkeling van bruine kroegen. De interviews zijn afgenomen volgens de principes van *oral history* zoals Thomas Cauvin heeft vastgelegd.¹³ *Oral history* geeft historici de kans om getuigenissen van nog levende actoren vast te leggen, ook over gebeurtenissen uit het verleden. Bruine kroegen zijn immers al langere tijd een begrip. Cauvin pleit voor een aanpak waarbij de geïnterviewde zoveel mogelijk aan het woord is. De interviewer heeft een vaste lijst aan onderwerpen die hij of zij wilt bespreken, maar vermijdt een vaste vragenlijst. De bedoeling is dat deze wijze van interviewen leidt tot een semi-organisch gesprek. Uit eerdere ervaring is gebleken dat Cauvins methode goed werkt,

¹³ Thomas Cauvin, *Public History, A Textbook of Practice* (New York-Oxon 2016) 89-105, specifiek 92-95.

daarom is zijn methode voor dit onderzoek toegepast. De gespreksonderwerpen bestonden uit de achtergrond van de deelnemers, de impact van nostalgie op het verloop van de bruine kroeg, de vorming van *emotional communities* en bruine kroegen als mogelijke voorbeelden van (im)materieel erfgoed. Op basis van deze onderwerpen is doorgevraagd naar andere onderwerpen. Daarom was ieder gesprek anders. Tot slot zijn alle interviews op relevante plaatsen afgenomen. In de meeste gevallen waren dit bruine kroegen zelf, maar ook in het gemeentehuis van Nijmegen en een café in Apeldoorn zijn locaties waar gesprekken zijn gevoerd.

De geïnterviewden zijn vooral via de mail benaderd. De uitzonderingen hierop zijn Rick van café De Wacht, die zijn telefoonnummer persoonlijk aan mij doorgaf op een bierviltje, en de (omwonende) stamgasten van Café 't Moortgat en Café Jos, die ter plekke op het terras zijn benaderd. De opnames zijn opgenomen met mijn persoonlijke telefoon en vervolgens getranscribeerd met behulp van het [Automatic Speech Recognition Service](#) (ASRS) van Maarten van Gompel, ontwikkeld voor het *Centre for Language and Speech* van de Radboud Universiteit. De transcripten zijn na het gebruik van ASRS een tweede keer nagekeken op fouten, waarna deze zijn verbeterd. In het onderzoek zijn enkel de voornamen van de geïnterviewden gebruikt, om zo hun privacy te beschermen. Hun volledige namen zijn, indien gegeven, wel terug te vinden in de transcripten. Daarom lever ik enkel dit onderzoek aan voor het *Radboud Repository*, zonder de opnames en transcripten. Deze worden uiteraard wel aangeleverd ter beoordeling van dit onderzoek. Voordat de interviews werden afgenomen, zijn alle betrokkenen geïnformeerd naar het onderwerp, doel en methode van het onderzoek. Indien zij mee wilden doen aan het onderzoek, is van tevoren gevraagd of het gesprek opgenomen mocht worden. Alle deelnemers hebben hiervoor toestemming gegeven, nadat ze waren geïnformeerd over de academische aard van het onderzoek. Alle deelnemers hebben dus met hun *informed-consent* meegedaan aan het onderzoek.

Een nadeel van het toepassen van *oral history* is het risico van vooringenomenheid voor dit onderzoek. De verzamelde gegevens zijn immers gebaseerd op de mensen die wel en niet zijn benaderd. Om dit probleem te verhelpen zijn meerdere perspectieven in dit onderzoek verwerkt, zodat er geen eenduidig vooroordeel tot stand komt. Alle actoren hebben hun eigen opvattingen over bruine kroegen en deze zijn verwerkt in dit onderzoek. De enige actoren die niet zijn geïnterviewd zijn omwonenden die geen goede relatie hebben met een bruine kroeg. Hun meningen zijn aangevuld met informatie die beschikbaar is in archiefstukken.

Bronnenkritiek

Voor dit onderzoek zijn archiefstukken uit het Regionaal Archief Nijmegen (RAN) in Nijmegen en het Gelders Archief (GA) in Arnhem geraadpleegd. Om geschikte archiefstukken te vinden zijn termen als 'sluitingstijden', 'horecabeleid' en 'horeca', 'alcoholbeleid', 'hinderwet', 'handhaving' en verwanten gezocht. Daarnaast zijn foto's van het RAN en het GA geraadpleegd. Deze zijn conform het auteursrecht gebruikt. Op diverse foto's van het RAN rust auteursbescherming. Voor deze foto's is een aanvraagformulier aangevraagd, ingevuld en afgeleverd bij de studiezaal van het RAN. Daarnaast zijn enkele foto's van *Wikimedia Commons* gebruikt. Deze vallen onder het [Creative Commons Attribution 3.0 Unported](#) auteursrecht.

De geraadpleegde archiefstukken zijn allemaal beleidsstukken, vergaderstukken en gerelateerde correspondentie. Deze zijn opgesteld door gemeente- en politieambtenaren van de gemeentes Arnhem en Nijmegen. De beleidsstukken zijn opgesteld in ambtelijke taal en gaan over onderwerpen als handhavingsprotocollen en het uitbreiden van sluitingstijden. De

correspondentie is voornamelijk gericht naar collega-ambtenaren, maar bevat ook brieven van inwonersraden en de GGD. Bij eerstgenoemde schemeren de emoties van de omwonenden door, maar zijn over het algemeen zakelijk opgesteld. De GGD hanteert een vergelijkbare taal als de gemeenteambtenaren. De archiefstukken zijn op een heldere manier geïnterpreteerd. Dat wil zeggen dat eventuele gevoelens die in de teksten doorschemeren objectief zijn benaderd. Dit onderzoek neemt geen standpunt in over wat wel of geen goed gemeentebestuur is of was, maar laat dit vooral over aan de geïnterviewden en hun eigen perspectieven en meningen. Hun opvattingen zijn wel verwerkt in dit onderzoek.

Het zoeken naar en selecteren van archiefstukken ging niet zonder problemen. Bij het GA bleek dat het gemeentearchief van de gemeente Arnhem maar tot het eind van de jaren '80 loopt. Dit maakt het onmogelijk om het horecabestuur van Arnhem in zijn geheel te reconstrueren. Mijn plan was om dit op te lossen door te spreken met Arnhemse ambtenaren en wethouders, maar dit is ondanks herhaaldelijke pogingen niet gelukt. Het bleek lastig om een ambtenaar van zowel de gemeente Nijmegen als Arnhem te spreken. Om deze reden is het gedeelte over het Arnhemse horecabestuur aan het einde van het derde hoofdstuk relatief korter vergeleken met het stuk over het Nijmeegse horecabestuur.

Structuur

De structuur van dit onderzoek is gebaseerd op de interviews en hoofdstukken die op elkaar voortbouwen. De genoemde concepten worden aan interviews gekoppeld, van waaruit de volgende structuur tot stand is gekomen.

Het eerste hoofdstuk gaat over het 'interieur' van de bruine kroeg. Hieronder vallen de geschiedenis van de bruine kroeg en actoren die in de kroeg te vinden zijn. Deze actoren zijn kasteleins, overige personeelsleden en stamgasten. Kasteleins en personeelsleden komen eerst aan het woord, omdat zij de kroeg onderhouden. De stamgasten komen daarna aan bod. Het tweede hoofdstuk gaat over actoren die een externe relatie met de bruine kroeg hebben. Hieronder vallen omwonenden en toeristen. Eerst worden omwonende stamgasten behandeld, omdat zij een unieke relatie met de bruine kroeg hebben. Daarna komen de overige omwonenden aan bod, waarbij we hun gespannen relatie met de bruine kroeg bekijken. Vervolgens kijken we naar toeristen en hun impact op de ontwikkeling van de bruine kroeg. Het laatste hoofdstuk gaat over de rol van het gemeentelijke horeca- en alcoholbeleid. Dit gebeurt in chronologische volgorde.

Aan het einde van ieder hoofdstuk volgt een deelconclusie die de belangrijkste bevindingen van het betreffende hoofdstuk samenvat. Deze deelconclusies helpen bij het vormen van de afsluitende conclusie, die op het einde van dit onderzoek wordt gepresenteerd.

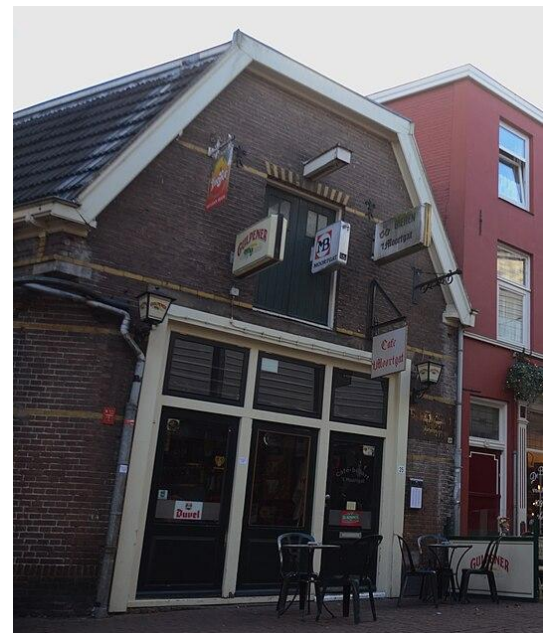
Hoofdstuk 1 – het interieur van de kroeg

In het eerste hoofdstuk staat het interieur van de bruine kroeg centraal. Hierin kijk ik naar de geschiedenis van de bruine kroeg, het letterlijke interieur van bruine kroegen en de personen die onderdeel van het meubilair zijn geworden. Voor dit hoofdstuk zijn interviews gehouden met kroegeigenaren, ook wel bekend als kasteleins, en stamgasten van diverse kroegen in Arnhem in Nijmegen. In dit hoofdstuk staat de vraag centraal hoe deze personen, maar ook de daadwerkelijke inrichting, de ontwikkeling van bruine kroegen beïnvloeden.

Geschiedenis van de bruine kroeg

De bruine inrichting van bruine kroegen is een Nederlands voorbeeld van de *pubscape*, waarin het donkere meubilair en de gedimde lichten moeten zorgen voor een huiskamergevoel onder de klanten. Dit stamt nog uit de achttiende eeuw, toen kleine herbergen en drinkhuizen onder meer in woonhuizen waren gesitueerd.¹⁴ Historicus Maarten Hell stelt dat kleine cafés, herbergen en andere pleisterplaatsen zich zonder veel moeite in huizen konden vestigen.¹⁵ Het voorhuis en de binnenhaard, de voorganger van de woonkamer, dienden als openbare drinkruimte. Aangezien de kastelein en diens mogelijke gezin ook in hetzelfde pand moesten wonen, waren enkele ruimtes gereserveerd als levensruimtes voor hen. De overige kamers deden dienst als gastkamers voor klanten. Hell stelt dat het daarom niet ongewoon was voor kleine kinderen om tussen vreemde volwassenen op te groeien. De klanten van deze primitieve bruine kroegen kwamen dus letterlijk in contact met de huiselijke sfeer. Het voorhuis bevond zich vaak aan de straat, waardoor het makkelijker was voor gasten om hier binnen te komen. Hier bevond zich veel drinkgerei, zoals glazen en kannen. Ook konden gasten hier eten, waardoor het beeld van een openbare gelagkamer ontstaat, aldus Hell.¹⁶ Tenslotte waren gelagkamers doorgaans gedecoreerd met bijvoorbeeld tapijten, wandversieringen, fraaie meubels en goudleer behang. De kamers waren verlicht met kaarslicht, wat voor een gedimde en intieme sfeer zorgde. Wanneer al deze elementen worden samengevoegd in één ruimte, namelijk de gelagkamer, ontstaat een drankgelegenheid waarin gasten in een huiselijke sfeer drank kunnen drinken bij kaarslicht. Deze gelagkamers zijn één van de voornaamste inspiratiebronnen van de interieurs van bruine kroegen zoals we die vandaag de dag kennen.

In de loop der tijd zijn deze herbergen en kleine cafés veranderd in het concept dat we nu kennen als een bruin café of een bruine kroeg. In de 19^e-eeuw was dit een veelvoorkomend fenomeen. Voorkamers van huizen werden omgetoverd tot kleine cafés, zodat de bewoners extra geld konden verdienen naast hun



Figuur 1: de voorkant van Café 't Moortgat. Hier is te zien dat het café in een voormalig woonhuis zit (Wikimedia Commons).

¹⁴ Maarten Hell, *De Amsterdamse Herberg 1450-1800: Geestrijk centrum van het openbare leven* (Amsterdam-Nijmegen 2017) 342.

¹⁵ Hell, *De Amsterdamse Herberg*, 343.

¹⁶ Ibidem, 344-345.

reguliere werkzaamheden.¹⁷ Katrien van Pellecom van het Instituut voor de Nederlandse Taal benadrukt in haar artikel over het fenomeen dat klanten veel rookten in deze cafés. De rook hiervan droeg bij aan de intieme en enigszins geheimzinnige sfeer die in dit soort kroegen te vinden was. Hierom was de kroeg ook een geschikte locatie waarin de verhalen van schrijvers en dichters zich afspeelden. Novaković-Lopušina en Hans Vandevoorde tonen aan dat (bruine) kroegen veelvuldig voorkomen in twintigste eeuwse literatuur. Novaković-Lopušina stelt dat kroegen impliciete sociale functies hebben, zoals het vermijden van sociale druk en het creëren van een saamhorigheidsgevoel.¹⁸ Deze twee karakteristieken zien we respectievelijk terug in de *emotional refuges* en *communities* van Reddy en Rosenwein. Klanten van bruine kroegen klonteren samen tot gemeenschappen met gedeelde emotionele normen en waarden. Dit doen ze op een plek waar ze kunnen ontsnappen aan de normale sociale normen en waarden.¹⁹ De intieme sfeer van de bruine kroeg bestaat vandaag de dag nog steeds.

¹⁷ Katrien van Pellicom/Instituut voor de Nederlandse Taal, ['Wat is er bruin aan een bruin café?'](#) (geraadpleegd op 05-06-2025).

¹⁸ Novaković-Lopušina, 'Een huis, een vaderland', 409.

Hans Vandevoorde, 'De functie van cafés voor de schrijvers van *De Nieuwe Gids* en *Van Nu en Straks*' in: Ben Pater, Tom Sintobin & Hans Vandevoorde eds., 'Allen zijn welkom': Ontmoetingsplaatsen in de Lage Landen rond 1900 (Hilversum-Amersfoort 2017) 283-300, aldaar 283-285.

¹⁹ Rosenwein & Cristiani, *History of Emotions*, 36, 39.

De moderne bruine kroeg

De bruine kroeg van nu bezit nog steeds het huiselijke interieur en sfeer van de oude gelagkamers en voorkamercafés. Het interieur van bruine kroegen, als onderdeel van de *pubscape*, bevat meubilair dat in woonkamers te vinden is.²⁰ Voorbeelden zijn stoelen, tafels en donkerbruine houten muren. De tafels en stoelen hebben in sommige gevallen al sporen van slijtage, die hun authenticiteit benadrukt of moet imiteren. In sommige cafés komt het voor dat de tafels zijn bedekt met een kleedje. Een bruine kroeg beschikt over een bar, vaak ook van (donker)bruin hout. In diverse gevallen hebben kroegen ook gezelschapsspellen en speeltoestellen waarmee klanten zich kunnen vermaken, zoals bij Café 't Haantje. Dartborden, sjoelbakken, speelkaarten en overige klassieke bordspellen (Café In de Blaauwe Hand, Café 't Moortgat, Café Jos), zoals Triviant, Ganzenbord en Mens-erger-je-niet zijn ook een vast onderdeel van het interieur. De gokautomaat behoorde tot recentelijk ook standaard tot het interieur van de bruine kroeg en is in veel bruine kroegen nog steeds terug te vinden, zoals Café 't Moortgat, Café De Kroon, Café Jos en vele cafés buiten Arnhem en Nijmegen. Hun aantal neemt door strengere kansspelregels af.²¹

Naast al deze tastbare elementen van een bruine kroeg, bevatten ze ook onaantastbare elementen. De verlichting in een bruine kroeg draagt bij aan de intieme sfeer. Kleine lampen en kaarsen zorgen voor de verlichting. In het geval van lampen staan deze op een gedimde helderheid om een intieme sfeer te creëren. De kroegen beschikken ook over gordijnen, zodat de ramen kunnen worden afgedekt na sluitingstijd. Uit gesprekken met stamgasten is gebleken dat sommige bruine kroegen het Rookverbod na sluitingstijd negeren. In dit geval worden de gordijnen na sluitingstijd, vaak na middernacht, dichtgedaan, waarna de asbakken op tafel komen. Sinds het landelijke Rookverbod van 2008 is het niet meer toegestaan om in bruine kroegen te roken. Dit gebeurt wel, maar enkel in aanwezigheid van kasteleins en een kleine groep stamgasten. Door het Rookverbod is een belangrijk element van de huiselijke sfeer in bruine kroegen gemarginaliseerd. Rokende gasten moeten nu buiten de kroeg op het terras roken. Hiermee worden zij door landelijk beleid verdrongen uit hun vaste omgeving. Het verdwijnen van binnenshuis roken zorgt voor het verlies van een stukje authenticiteit in de bruine kroegen.

Authenticiteit speelt een belangrijke rol in de levensloop van bruine kroegen. In loop der tijd zijn diverse bruine kroegen vercommercialiseerd om zo meer omzet te verdienen aan de



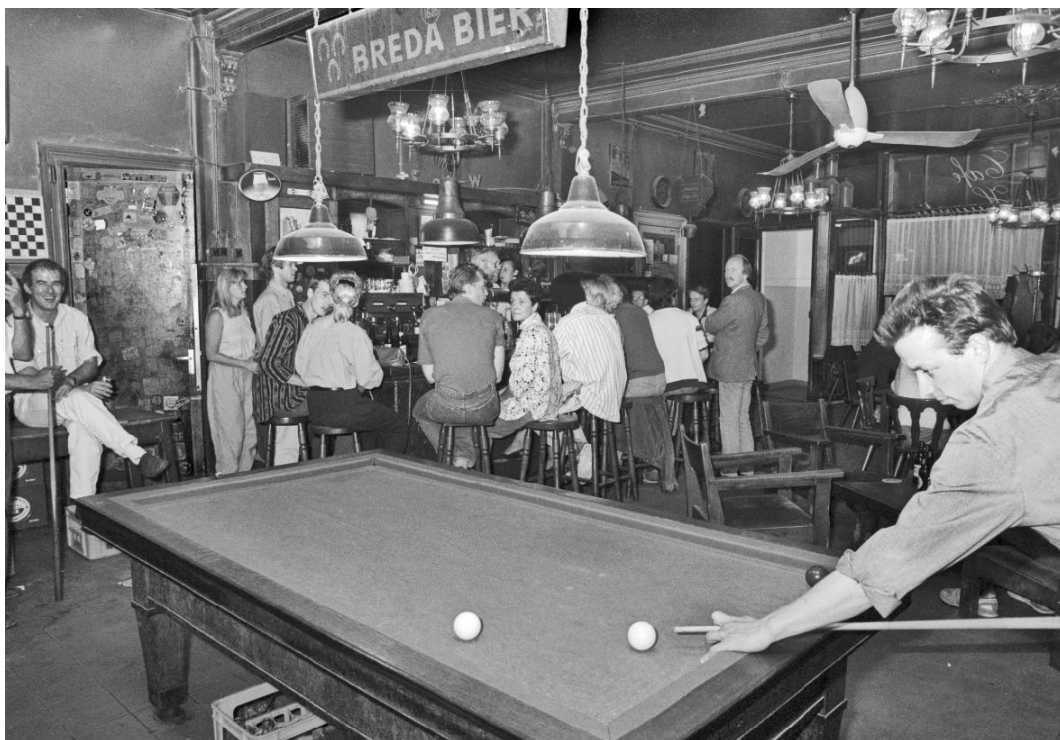
Figuur 2: Het interieur van een bruine kroeg in Velp, nabij Arnhem (Wikimedia Commons).

²⁰ Deze observaties zijn gedaan tijdens veldonderzoek, maar worden ondersteund door de bovengenoemde literatuur.

²¹ Kansspelautoriteit, *Wegwijzer speelautomaten voor gemeenten* (Den Haag 2021) 18; Eva Schouten, '[Gokkast verdwijnt uit straatbeeld](#)', NU.nl (2023, geraadpleegd op 13-06-2025).

authentieke sfeer. Dit is een breder fenomeen binnen de erfgoedwereld, zo stellen Rickly et al.²² Dit zorgt voor een verdienmodel waarin authenticiteit een financiële motivator is geworden voor kasteleins. Of dit echte authenticiteit is, of kunstmatige slijtage is lastig te zeggen. De eigenaren van bruine kroegen, zoals kasteleins en brouwerijen, geven het interieur vorm, maar houden rekening met de stamgasten. Martin et al. stellen dat klanten anders wegblijven, vooral stamgasten.²³ De commercialisering van bruine kroegen is bovendien terug te zien in de ouderwetse advertenties van brouwerijen die aan de wanden hangen. Bruine kroegen zijn afhankelijk van brouwerijen voor hun diensten.²⁴ Dit kan komen doordat het pand waarin de kroeg huist eigendom is van een brouwerij. Maar dit kan ook komen doordat een brouwerij een deal sluit met een kastelein voor het afnemen van een afgesproken hoeveelheid bier. Bruine kroegen zijn dus afhankelijk van brouwerijen op het gebied van interieur en exterieur, zoals het geval is bij de kleine brouwerij van Martin et al.²⁵

De aanwezigheid van deze advertenties legt bovendien de nadruk op de gewoonte om bier te drinken in deze kroegen. Daarnaast roept het nostalgische gevoelens op bij klanten.²⁶ Pas sinds de tweede helft van de twintigste eeuw zijn kasteleins hun drankaanbod gaan uitbreiden om nieuwe potentiële doelgroepen, zoals vrouwen en geheelonthouders, te verleiden naar de kroeg te komen. Daarnaast benadrukt het ook de band die bruine kroegen met brouwerijen hebben. Zonder de financiële steun van brouwerijen was het aantal bruine kroegen in Nederland en Vlaanderen wellicht nog lager geweest.



Figuur 3: interieur van Café 't Haantje, inclusief biljarttafel en reclamebord van 'Breda Bier', 1989 (Flip Franssen, RAN).

²² Rickly et al., 'Authenticity', 4-5.

²³ Martin et al., 'Pubscape', 3025, 3029.

²⁴ Julie Bower, 'Vertical and financial ownership: Competition policy and the evolution of the UK pub market' in: Christina Lubinski & Niall MacKenzie eds., *Business History* 58:5 (2015) 647-666, aldaar 656-659.

²⁵ Martin et al., 'Pubscape', 3020.

²⁶ Baker & Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds', 170-171.

De kasteleins: balanceren tussen het heden en verleden

De eerste groep die we onder de loep zullen nemen zijn de uitbaters en de gezichten van bruine kroegen: de kasteleins. Het zijn deze mensen die vaak achter de bar staan en die het meeste baat hebben bij het voortbestaan van hun (bruine) kroeg, aangezien ze daar werken. Voor dit gedeelte is een drietal kasteleins van respectievelijk Café Samson, Café Jos en Café In de Blaauwe Hand in Nijmegen geïnterviewd. Daarnaast zijn twee barmannen van Café 't Moortgat in Arnhem geïnterviewd. De kasteleins en het barpersoneel zijn naast uitbaters en tappers degenen die het sociale aspect van een bruine kroeg faciliteren.²⁷ Het personeel weet vaak wat speelt bij hun klanten en kan hierop inspelen. Stamgasten kunnen hun verhaal kwijt aan de barman of kastelein, wat ook een band tussen de twee partijen schept. Een kastelein of een barpersoneelslid met ervaring in de horecasector kan de sfeer in een bruine kroeg 'proeven' en deze desgewenst aanpassen. Dit creëert een flexibele sfeer en draagt bij aan de laagdrempelige en ontspannende sfeer. Die dragen bij in het vormen van een band tussen enerzijds de stamgasten en het personeel.²⁸ Kasteleins hebben hierdoor een relatief betrouwbare inkomstenbron, waarvan ze zichzelf en hun kroeg onderhouden.

De diversiteit aan bruine kroegen trekt veel soorten klanten, die ieder hun eigen voorkeur hebben qua drankaanbod. De ontwikkeling van een bruine kroeg is afhankelijk van de type klanten die de kroeg bezoeken.²⁹ Dit is bijvoorbeeld het geval bij Café 't Moortgat, Café Jos en Café Samson. De drie kroegen verschillen onderling van elkaar en specialiseren zich alle drie in andere onderwerpen. Café 't Moortgat is door de tijd heen nauwelijks veranderd. Café Jos specialiseert zich in alle soorten drank, alcoholisch en niet-alcoholisch. Daarnaast heeft het een wijkverzorgende functie. Café Samson profileert zichzelf als een ouderwetse bruine kroeg, waar de obers in overhemden met strikjes lopen. Door deze elementen spelen de kroegen in op de verschillende interpretaties van nostalgie en de zoektocht naar authenticiteit van hun (oudere) klanten; een relatief nieuw fenomeen binnen de erfgoedwereld volgens Smith en Rickly et al.³⁰ Door zich op deze manier te profileren krijgen klanten een band met de desbetreffende bruine kroegen. Baker en Azzari stellen dat plekken waar mensen samenkomen voor vermaak, zoals pretparken en cafés, een bondingsactiviteit teweeg brengen.³¹ Bruine kroegen leveren mensen dan wel geen fysieke souvenirs op, maar wel herinneringen en verhalen aan vervlogen goede tijden. Thurnell-Read sluit zich hierbij aan en beargumenteert dat kroegen met een simpele inrichting en concept nostalgische gevoelens teweeg brengen bij klanten.³² De aankleding van een bruine kroeg is dus afhankelijk van kasteleins, maar ook van de wensen van klanten. En deze wensen veranderen door de tijd heen.

Uit gesprekken met de kasteleins wordt duidelijk dat bruine kroegen moeten innoveren, mits ze willen blijven bestaan. En daarbij spelen conflicterende motivaties mee. Martin et al. schrijven dat vernieuwingen in *pubs* op basis van trends onder klanten een positieve impact hebben op de omzet en winst hebben.³³ De kastelein heeft echter niet altijd een vrije keuze hierin. Ze zijn vaak afhankelijk van de wensen van de eigenaar van het café, regelmatig een

²⁷ Rob Desalle & Ian Tattersall, *A Natural History of Beer* (New Haven (Yale University Press) 2019) 40-41.

²⁸ Martin et al., 'Pubscape', 3020.

²⁹ Ibidem, 3030-3031.

³⁰ Smith, *Uses of Heritage*, 69.

Rickly et al., 'Authenticity', 4-5.

³¹ Baker & Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds', 172-173.

³² Thurnell-Read, 'It's a Small Pub', 426.

³³ Martin et al., 'Pubscape', 3019.

brouwerij, en klanten.³⁴ Maar ook de gemeente bepaalt hoe en wanneer een kroeg moderniseert. In Nijmegen hielp de Horecanota uit 2007 kasteleins met het vernieuwen van bruine kroegen. De nota van wethouder Hannie Kunst bood eigenaren de kans om hun kroegen te moderniseren. De eisen voor het aanvragen van vergunningen voor het aanbrengen van bijvoorbeeld airconditioning en een nieuwe bar werden versoepeld. Daarnaast renoveerden kasteleins toiletruimtes, zodat vrouwen fatsoenlijk naar het toilet konden gaan. Voor deze renovaties was naar de WC gaan voor vrouwen geen fijne ervaring, omdat de WC-ruimtes krap, vuil of allebei waren. In Café Samson hangen tegenwoordig televisieschermen, omdat klanten naar sportwedstrijden willen kijken. De kastelein is hiervoor verantwoordelijk. De kasteleins die niet hun kroeg bezitten willen wellicht niet altijd de kroeg laten moderniseren, omdat de klanten dat niet willen. Maar hij moet dit mogelijk wel van de eigenaar van de kroeg, zoals een brouwerij. De kastelein neemt dan een precaire positie in. Hij moet enerzijds de huidige klanten tevreden houden en nieuwe klanten aantrekken, maar moet ook renovaties van de brouwerij of een andere eigenaar uitvoeren. Tenslotte moeten ze zich houden aan de regelgeving van de gemeentes. Kortom, de kasteleins staan voor een lastige keuze. Ze willen in de meeste gevallen wel vernieuwen, maar moeten hierbij rekening houden met hun klanten, mogelijke kroegeigenaar en de gemeente.

De vernieuwingen zijn niet alleen aan het interieur te zien, maar zijn ook zichtbaar op drank- en eetmenu's. Thurnell-Read schrijft dat het consumptiegedrag van horecabezoekers de afgelopen decennia is veranderd.³⁵ Hij spreekt van een opkomst van *pubs* en andere vormen van drankgelegenheden waar tegenwoordig eten wordt geserveerd, naast het vaste aanbod aan alcoholische dranken. Dit is terug te zien bij andere bruine kroegen, zoals Café 't Moortgat. Tijdens het interview vertellen de barmannen Eddy en Ruud over het vernieuwde aanbod in eten en drinken. De kroeg biedt nu eetoepies en meer niet-alcoholische dranken aan, zoals koffie, thee en alcoholvrij bier.

Modernere inrichtingen, nieuwe eetoepies en een veranderende clientèle, de bruine kroeg van nu vraagt om een verzorgde indruk. Het personeel is hiervoor verantwoordelijk. Een onverzorgde bruine kroeg laat een slechte indruk achter bij klanten en overtreedt de Hygiëncode van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) en Koninklijke Horeca Nederland (KHA).³⁶ Het klassieke beeld van plakkerige vloeren en rookdampen is vrijwel verdwenen, mede door NVWA-regels en veranderende hygiënische normen. Al met al maken de bezochte kroegen een verzorgde indruk. Dit moet ook op basis van de Hygiëncode die de NVWA



Figuur 4: het gemoderniseerde interieur van Café In de Blaauwe Hand, inclusief digitale kassa, 2025 (eigen werk).

³⁴ Bower, 'Vertical and financial ownership', 648.

³⁵ Thurnell-Read, 'It's a Small Pub', 421-422.

³⁶ Koninklijke Horeca Nederland, Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit, [Hygiëncode 2016](#) (2016, geraadpleegd op 06-06-2025).

voorschrijft. Bij navraag bleken geen van de benaderde kroegen in aanraking te zijn gekomen met de NVWA op gronde van overtredingen op het gebied van slechte hygiëne. Dit wordt bevestigd op de website van de NVWA-inspecties, waaruit blijkt dat geen van deze kroegen zijn opgenomen in de lijsten met inspectieresultaten.³⁷ Het romantische beeld van de bruine kroeg waar de vloer en het meubilair plakken van het bier en waar een walm en geur van rook hangt komt nagenoeg niet meer voor. Het interieur, het drank- en eetaanbod en de samenstelling van klanten zijn veranderd, maar de stamgasten zijn gebleven.

³⁷ Particulieren kunnen een melding doen van hygiënische overtredingen bij horecabedrijven. De resultaten verschijnen op de website voor [openbare inspectieresultaten](#) van de NVWA (geraadpleegd op 06-06-2025).

De stamgasten: *emotional communities* & nostalgie

De bruine kroeg is voor stamgasten een belangrijke plek. Stamgasten zijn de ziel van een bruine kroeg. Ze bouwen een band op met andere stamgasten en het personeel, maar ook met de locatie zelf. Door het delen van herinneringen en gevoelens met elkaar ontstaat een *emotional community* binnen een bruine kroeg.³⁸ Rosenwein stelt dat haar concept van *emotional communities* performatief is. De relatief kleine *emotional community* binnen een bruine kroeg heeft eigen normen en waarden. Dit is soms al merkbaar aan de lichaamstaal.³⁹ Een concreet voorbeeld is de stamtafel waar stamgasten aan zitten. Hier zijn buitenstaanders, bijvoorbeeld toeristen, liever niet welkom. Of wanneer stamgasten op barkrukken aan de bar zitten en hun rug naar de andere klanten afwenden. Hierdoor zonderen ze zichzelf af van de rest van de aanwezigen en houden ze hun eigen *emotional community* in stand. Ze bouwen voor een lange tijd een emotionele band met elkaar en het personeel op. De *emotional communities* bestaan regelmatig uit vriendengroepen. Deze (vrienden)groepen bestaan soms al decennia, zoals het geval is bij de stamgasten van Café 't Moortgat. Rosenwein benadrukt dat de normen, waarden en gebruiken van *emotional communities* lang doorwerken.⁴⁰ De gebruiken van de groepen stamgasten krijgen vaak traditionele kenmerken. Een goed voorbeeld hiervan is de zogenaamde 'Palingrace'. Dit jaarlijkse evenement wordt geheel georganiseerd door stamgasten van Café 't Moortgat. Hierbij fietsen de sportievere stamgasten naar Harderwijk om daar paling op de markt te halen en deze weer terug in Arnhem op te eten bij het café. Een ander voorbeeld is een muur in Café Jos, waar ingelijste foto's van overleden stamgasten hangen. Het zijn deze kleine tradities die de groepen stamgasten van verschillende kroegen karakteriseren. De *emotional communities* van een bruine kroeg organiseren zelf hun eigen tradities en vertellen onderling verhalen over het verleden, wat zij als een bondingsactiviteit beschouwen. Een andere bondingsactiviteit is het uitdelen van rondjes, waarbij één iemand een bestelling plaatst voor een groep(je) mensen. De verhalen zijn doordrenkt met nostalgie naar het verleden, toen klanten van Café 't Moortgat voor het eerst naar de kroeg gingen.

Sindsdien vonden verschillende soorten stamgasten hun heil in de bruine kroeg. Ze komen op verschillende momenten en vormen verschillende *emotional communities* tegelijkertijd. Meestal staan deze gemeenschappen op goede voet met elkaar, maar de oudere stamgasten erkennen dat de jongere generaties de bruine kroeg hebben (her)ontdekt. Hoewel dit niet voor ergernis zorgt, merken ze wel dat de jongere generaties andere soorten drank bestellen dan zijzelf. Twee geïnterviewde stamgasten dronken bijvoorbeeld enkel koffie en thee, terwijl naast hen een jongere klant bier aan het drinken was. Deze kleine verschillen onderscheiden de stamgasten en de gevormde *emotional communities* van elkaar. Daarnaast is er een verschil tussen het dag- en avondpubliek. Alle geïnterviewde stamgasten gaven aan dat ze enkel overdag komen, aangezien ze het te druk vinden in de avonden. Bovendien is het avondpubliek in hun ogen rumoeriger, naarmate de liters alcohol vloeien. Wat de verschillende groepen stamgasten echter verbindt zijn de tradities die zij creëren, zoals de Palingrace. Rosenwein stelt dat deze gemeenschappen ontstaan door sociale eigenschappen als tradities en het vertellen van verhalen.⁴¹ De stamgasten hebben een gemeenschappelijk motivatie bij het bezoeken van een bruine kroeg. Sommigen komen langs om sociale contacten warm te houden.

³⁸ Rosenwein & Cristiani, *History of Emotions*, 39.

³⁹ Ibidem, 59.

⁴⁰ Ibidem, 109.

⁴¹ Rosenwein, *Emotional Communities*, 24-25.

Andere zoeken juist naar rust in een bruine kroeg, maar allen komen voor de ontspannen sfeer.

De ontspannen sfeer is onder andere tot stand gekomen door een gebrek aan formele huisregels. Bij navraag bleek dat Café Samson, Café 't Moortgat en Café In de Blauwe Hand geen formele huisregels hebben. De dienstdoende barmannen en kasteleins vertellen dat dit ook niet nodig is, aangezien dit nooit nodig was. Wanneer (stam)gasten grensoverschrijdend gedrag vertonen, past het personeel maatwerk toe, afhankelijk van de ernst van de zaak. Een foute opmerking wordt bijvoorbeeld minder hard bestraft dan ongewenste handtastelijkheden. Dit kan variëren van dat een klant geen bier meer krijgt voor de rest van de avond tot het ontzeggen van toegang tot de kroeg. Maar de gevraagde barmannen en kasteleins vertellen dat ze nauwelijks sancties moeten opleggen. Ruud en Eddy van Café 't Moortgat benadrukken bovendien dat ze iedereen gelijk behandelen. Stamgasten genieten geen bevoorrechte positie, ook al denken zij van wel. Een andere barman van dezelfde kroeg vertelt telefonisch dat het gebrek aan huisregels de laagdrempeligheid van een bruine kroeg in stand houdt. Maar dit heeft ook een emotionele reden. Het doet stamgasten (en barpersoneel) denken aan vroeger, toen bruine kroegen plekken waren waar niet veel regels golden. Dit speelt hun gevoel van nostalgie in de hand. Tenslotte houden stamgasten elkaar in het gareel, door middel van sociale controle. Geen van hen wil namelijk de door hun gekoesterde sfeer in een bruine kroeg aantasten.

Tradities en nostalgie zijn belangrijke redenen voor vooral oudere stamgasten om naar een bruine kroeg te gaan. In de ogen van Thurnell-Read en Reddy zijn bruine kroegen plekken waar klanten zich thuis voelen, zogenaamde *emotional refuges*.⁴² Nostalgie speelt hierbij een rol. Eén van de stamgasten van Café 't Moortgat vertelde tijdens het interview dat de simpele inrichting van de kroeg 'een stukje herkenning, vertrouwdheid' is. Nostalgie naar simpelere tijden, vooral bij de oudere stamgasten, speelt zeker een rol, zo blijkt uit het interview. Thurnell-Read, Baker en Azzari, Martin et al en Ostovich sluiten zich daarbij aan.⁴³ Zo werd het historische karakter van de brouwerij uit het onderzoek van Martin et al. zoveel mogelijk in stand gehouden tijdens de verbouwing. En Thurnell-Read stelt dat de adolescentie van de oudere deelnemers uit zijn onderzoek onder andere werd gevormd door hun tijd in '*spit and sawdust boozers*'; kroegen met een simpele inrichting, zoals bruine kroegen.⁴⁴ Baker en Azzari ondersteunen deze noties en stellen dat mensen een nostalgische band met vaste plekken opbouwen.⁴⁵ (Oudere) stamgasten verlangen terug naar een tijd die niet meer bestaat. Ze delen vele positieve ervaringen over een gezamenlijk verleden, maar kunnen deze door veranderende tijden niet meer beleven, aldus Ostovich.⁴⁶

De oudere leeftijd van stamgasten en de gevolgen die zij hebben voor de ontwikkeling van de bruine kroeg zijn het beste zichtbaar op de drank- en menukaarten. De gemiddeld hogere leeftijd heeft als gevolg dat stamgasten langzaam aan het uitsterven zijn. Dat wil zeggen, het aantal klassieke stamgasten dat aan de bar hangt en heel de dag in de kroeg zit neemt af. Dit dwingt kasteleins om te zoeken naar andere manieren om de inkomsten van verloren klanten terug te krijgen. Bruine kroegen hebben in recentere jaren hun aanbod aangepast en uitgebreid, wat overeenkomt met de Engelse *pubs*.⁴⁷ Het concept van *casual dining*, waarbij klanten *pubfood*

⁴² Thurnell-Read, 'It's a Small Pub', 428 & 430.

Rosenwein, *Emotional Communities*, 23-24.

⁴³ Thurnell-Read, 'It's a Small Pub', 426.

Martin et al., 'Pubscape', 3025.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Baker & Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds', 172.

⁴⁶ Ostovich, 'Dangerous Memories', 103-104.

⁴⁷ Desalle & Tattersall, *A Natural History of Beer*, 50.

kunnen eten in een informele omgeving, trekt een ander publiek aan dan de standaard stamgasten. Voorbeelden hiervan in Arnhem en Nijmegen zijn De Kluizenaar, De Deut en Café 't Moortgat. Deze ontwikkeling is terug te lezen in de gesprekken met kasteleins.

Kortom, stamgasten hebben een cruciale rol gespeeld in het bestaan van bruine kroegen en doen dat tegenwoordig nog steeds, al is het in mindere mate. Ze genieten een symbiotische verhouding met de kroeg en het personeel. Samen met het personeel zijn ze de ziel van een bruine kroeg die het een verwelkomende en laagdrempelige sfeer geeft. Ze voorzagen en voorzien de kasteleins vaak van een aanzienlijk deel van hun omzet en in het onderhoud en voortbestaan van een bruine kroeg. Bovendien zorgt de aanwezigheid van stamgasten ervoor dat het interieur van een typische bruine kroeg relatief weinig veranderd is. Maar omdat hun aantallen afnemen en trends veranderen, passen kasteleins het assortiment van hun drank- en menukaarten aan. Uit de gesprekken met de stamgasten komt een beeld naar voren dat klassieke stamgasten niet meer van deze tijd zijn, net zoals de bruine kroegen waar ze komen.



Figuur 5: uitzicht vanachter de bar in Café 't Haantje, 1989 (Flip Franssen, RAN).

Thurnell-Read, 'It's a Small Pub', 427.
Martin et al., 'Pubscape', 3019.

Deelconclusie kasteleins en stamgasten

We lezen in de literatuur dat de bruine kroeg een lange geschiedenis heeft. Kasteleins zijn tegenwoordig verantwoordelijk voor de inrichting van deze kroegen, maar moeten hierbij met meerdere partijen rekening houden. Ze zijn namelijk het gezicht van de kroeg voor stamgasten en andere klanten. Daarom moeten ze het sociale aspect van de bruine kroeg faciliteren. Dit doen ze door een bruine kroeg authentiek in te richten en zo een laagdrempelige sfeer te stimuleren. Aangezien ze verantwoordelijk zijn voor de inrichting van een bruine kroeg, betekent dit ook dat kasteleins verantwoordelijk zijn voor het doorvoeren van vernieuwingen aan het interieur. Soms stuiten ze hierbij op weerstand van stamgasten, maar tegenwoordig steunt de gemeente Nijmegen kasteleins hierbij. Tegelijkertijd moeten ze ook hun mogelijke verhuurders, zoals brouwerijen, tevreden houden. De vernieuwingen worden namelijk doorgevoerd om nieuwe klanten aan te trekken en zo meer omzet te draaien. De menukaarten zijn ook uitgebreid met eetopties en alcoholvrije dranken. Tenslotte lezen we dat kasteleins verantwoordelijk zijn voor de hygiëne, die ze meestal goed op orde hebben. De hygiëne draagt namelijk bij aan de sfeer in en indruk van een bruine kroeg.

Bij stamgasten zien we terug dat zij een aparte *emotional community* vormen, soms in combinatie met het barpersoneel. Zij organiseren zelf evenementen en vertellen verhalen over vroeger aan elkaar, aangewakkerd door nostalgie naar een tijd die ze niet meer kunnen beleven. Meerdere *emotional communities*, jong en oud, bestaan tegelijkertijd in een bruine kroeg, maar kunnen over het algemeen goed met elkaar overweg, juist vanwege de laagdrempelige sfeer in de bruine kroeg. Deze sfeer is mede tot stand gekomen door de afwezigheid van officiële huisregels. Het hanteren van maatwerk door het barpersoneel speelt de nostalgische emoties van stamgasten in de hand. Voor sommigen zijn het nostalgische interieur en de sfeer de reden om een bruine kroeg te bezoeken. Veel oudere stamgasten komen hier namelijk al meerdere decennia. Maar ook hier is de vernieuwing zichtbaar. Jongere generaties bezoeken steeds meer een bruine kroeg en kasteleins spelen hierop in. Kortom, kasteleins kunnen niet zonder hun stamgasten, en andersom ook niet.

Hoofdstuk 2 – het exterieur

Kasteleins en stamgasten geven het interieur van een bruine kroeg vorm. Maar buiten de kroeg zijn nog andere actoren en factoren die de ontwikkeling van bruine kroegen beïnvloeden. In het tweede hoofdstuk kijken we naar de rollen van omwonenden en toeristen in de ontwikkeling van de bruine kroeg tot het fenomeen dat het nu is.

Omwonenden: een aparte *emotional community*

Omwonenden raken verbonden met de bruine kroeg, omdat ze er in de buurt wonen. Daarnaast verenigen inwoners zich in inwonersraden om inspraak over wijzigingen in horecabeleid door te geven.⁴⁸ Omwonenden hebben een tweeledige verhouding met de naburige bruine kroeg. Enerzijds gebruiken zij een bruine kroeg om sociale contacten te maken, anderzijds verdient een bruine kroeg geld aan omwonenden. Omwonenden en stamgasten verschillen wel van elkaar. Omwonenden wonen in dezelfde straat of wijk van de bruine kroeg. Stamgasten komen regelmatig uit andere wijken of steden. Dat wil echter niet zeggen dat de twee groepen geheel gescheiden van elkaar zijn. Omwonenden kunnen stamgasten zijn en andersom. Voor dit onderzoek zijn drie omwonenden gesproken die tevens stamgasten van hun respectievelijke kroegen zijn.

In tegenstelling tot de stamgasten hanteert de groep van omwonenden andere normen en waarden dan stamgasten. Niet alle omwonenden zijn immers stamgasten bij een bruine kroeg. Sommigen bezoeken zelden tot nooit een bruine kroeg. Vanwege de andere normen en waarden zijn omwonenden als het ware een aparte *emotional community* vergeleken met stamgasten. Binnen deze groep is een onderscheid te zien tussen omwonenden die tevens stamgasten van een bruine kroeg zijn en omwonenden die niets met een bruine kroeg hebben. Het is volgens Rosenwein mogelijk dat meerdere *emotional communities* op eenzelfde plek tegelijkertijd bestaan.⁴⁹ Rosenwein haalt daarnaast William Reddy aan, die stelt dat mensen hun heil zoeken in *sentimental refuges*, ook wel *emotional refuges* genoemd. Dit zijn plekken en handelingen waardoor mensen mentaal tot rust komen en meer hun emoties uiten.⁵⁰ Rosenwein stelt dat de aanwezigheid van deze *refuges* zorgt voor het ontstaan van verschillende emotionele normen en waarden binnen een samenleving. Dit is ook toe te passen op de *emotional communities* van stamgasten en omwonenden in een bruine kroeg.

⁴⁸ Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 923 Secretarie Gemeente Nijmegen 1985 - 1991, inventarisnummer 1290;

Gelders Archief (GA), 3102 Secretarie Gemeente Arnhem, 1980-1989, inventarisnummer 200.

⁴⁹ Rosenwein, *Emotional communities*, 23-24.

⁵⁰ Rosenwein & Cristiani, *History of Emotions*, 36.

Omwonenden als stamgasten

De eerste groep omwonenden die worden behandeld zijn omwonenden die stamgasten van een bruine kroeg zijn. De eerste geïnterviewde omwonende is een bekend gezicht bij de bruine kroeg De Wacht in Arnhem, een paar straten verder van Café 't Moortgat. De Wacht is een relatief kleine bruine kroeg met glas-in-loodramen en bruin meubilair. De kroeg beschikt over een klein terras en heeft binnen diverse tafels, waaronder een onofficiële stamtafel, waar vaste klanten plaatsnemen. Het interview is in de kroeg zelf afgenomen. De omwonende in kwestie heet Rick, een jongeman van eind twintig. Hij woont al ruim drie jaar naast De Wacht. Rick beschouwt De Wacht tegenwoordig als zijn eigen huiskamer. Thuis heeft hij weinig leefruimte en daarom is hij naar buiten gegaan om sociale contacten te zoeken. Als extravert persoon liep hij bij De Wacht binnen, omdat het in zijn ervaring een laagdrempelige kroeg is. In de kroeg heeft hij inmiddels veel sociale contacten opgedaan.

Het valt Rick op dat hij en andere stamgasten een asymmetrische relatie hebben met het barpersoneel. De ene kant zit voor de bar, de andere staat achter de bar. Hij kan het goed vinden met barman Steijn, die dezelfde humor en interesses heeft als Rick. Hij is ook fan van de feesten die in De Wacht worden gehouden. Hij beaamt dat de feesten 'een soort eigen entiteit' zijn. Hiermee doelt hij op het zeer diverse publiek dat naar bepaalde (thema)feesten komt. Zo organiseert een groep punkers bijvoorbeeld een punkfeest. Rick benadrukt ook de band die het personeel, de klanten en de direct betrokkenen met elkaar hebben. Het personeel organiseert niet alle feesten, maar vrienden en familie van het personeel helpen wel als, bijvoorbeeld, beeld- en geluidstechnicus. Hij vertelt hoe de stamgasten, het personeel, de eigenaren en naasten allemaal samenwerken om de kroeg te maken tot de tweede huiskamer die zij voor Rick is geworden. Hier is dus sprake van een *emotional community*. De hechte band tussen alle genoemde actoren in De Wacht hebben als resultaat dat nieuwe klanten zich welkom voelen in de kroeg en dat stamgasten worden gewaardeerd. Bij het overlijden van één van de stamgasten afgelopen maart, organiseerden het personeel en stamgasten een wake voor de overledene. Hoewel Rick op zichzelf een beperkte rol speelt in de ontwikkeling van De Wacht, valt te stellen dat omwonenden, naasten en stamgasten bijdragen aan de sfeer en het (financiële) onderhoud van De Wacht. Dit doen ze door mee te helpen met het organiseren van feesten, geld uit te geven in de kroeg en het uitdragen van een laagdrempelige sfeer voor potentiële nieuwe klanten.

Het tweede interview met twee omwonenden werd gehouden bij Café Jos Meesterschenkerij in de wijk Altrade in Nijmegen-Oost. Café Jos is een buurtkroeg en beschikt over een relatief groot terras met tafels, stoelen en banken. Het interieur is typisch voor een bruine kroeg. Het donkerbruine meubilair wordt aangevuld met oude advertenties voor biermerken en gedimde lichten die het interieur decoreren. Verder staat naast de bar een gokautomaat en zijn andere



Figuur 6: vooraanzicht van Café Jos Meesterschenkerij, 2013 (Ron Moes, RAN).

gezelschapsspellen aanwezig. Volgens een andere klant, die liever niet zijn naam wilde geven, stond er vroeger bovendien een biljarttafel naast de toiletten. Het interview is buiten op het terras afgenomen met twee omwonenden: Paul en Ed. Beide wonen in het stadsdeel Nijmegen-Oost. Paul komt uit dezelfde wijk waar Café Jos zit. Ze zijn beide gepensioneerd en komen regelmatig bij Café Jos om koffie te drinken en bij te praten. Ze drinken daarnaast geen alcohol en komen enkel 's middags in verband met de avonddrukte. Ed komt al geruime tijd bij Café Jos en Paul is via Ed daar terecht gekomen.

Café Jos is voor Ed en Paul hun vaste plek om het over bepaalde onderwerpen te hebben. Ed vertelt me dat ze de afgelopen jaren een aantal onderwerpen goed hebben 'uitgediept'. Beiden voelen zich bij Café Jos als een *emotional refuge* vrij om het over deze soms controversiële onderwerpen te hebben. Paul was eerst klant bij Café Trianon, dat in 2021 failliet ging. Als muzikant kwam Paul graag langs bij Trianon. Hij vertelt dat het barpersoneel daar ook blij was met hem. Na het faillissement en het overlijden van zijn echtgenote, besloot hij om naar Café De Kroon te gaan. Hier voelde hij zich echter niet op zijn gemak. De stamgasten en het personeel vormden in de ogen van Paul een besloten groep, een *emotional community*, waarbij hij niet welkom was. Hierna is hij door Ed overgehaald om naar Café Jos te gaan. Hier zitten ze tot vandaag de dag nog steeds. Ze benadrukken allebei dat 'iedere gast' welkom is bij Café Jos. De eigenaresse Malu bevestigt dit na het interview.

Uit deze twee interviews valt een beeld op te maken van hoe deze groep omwonenden 'hun' bruine kroeg benaderen. Zij vormen een aparte *emotional community* die op veel vlakken overlap heeft met de *emotional community* van stamgasten. Het voornaamste verschil is dat de omwonenden in dezelfde buurt wonen als waar de bruine kroeg is gevestigd. Stamgasten komen regelmatig uit andere wijken en steden. Omwonenden zullen bijvoorbeeld minder snel grensoverschrijdend gedrag vertonen dan stamgasten. Voor omwonenden bestaat het risico dat dit gevolgen heeft voor hun reputatie in de wijk. Daarnaast zien we Reddy's *emotional refuges* terug in beide interviews. Voor Rick is De Wacht een tweede huiskamer waar hij zich op zijn gemak voelt. Voor Paul is Café Jos zijn tweede thuis geworden na het overlijden van zijn vrouw. Voor Ed is het een plek waar hij nieuwe mensen op een laagdrempelige manier leert kennen. Ze voelen zich hier als buurtbewoners welkom om zichzelf te zijn en ervaren geen druk om alcohol te drinken. Daarnaast zijn de sociale normen en waarden bij bruine kroegen als De Wacht en Café Jos soepeler dan daarbuiten.

De verhouding tussen bruine kroegen en overige omwonenden

Het sociale aspect van (wijk)kroegen als Café Jos en Café Maxim in Bottendaal moet niet worden onderschat. In gemeentelijke documenten bevestigt de gemeente Nijmegen het beeld dat horeca in de buitenwijken een wijkverzorgende functie heeft. Dit betekent dat horeca in de buitenwijken cruciaal is voor de sociale cohesie in deze wijken. Thurnell-Read en Martin et al. stellen dat de aanwezigheid van *pubs* de uitstraling van een buurt beïnvloedt.⁵¹ Nijmeegse voorbeelden hiervan zijn te vinden in Bottendaal en Altrade. De Kluizenaar, Café Jos en Café De Kroon zijn voorbeelden van bruine kroegen in de Nijmeegse buitenwijken. Het feit dat bij deze bruine kroegen een laagdrempelige en ontspannen sfeer te vinden is, is cruciaal in het voortbestaan van deze kroegen, maar ook voor de sociale cohesie in deze wijken. Ze zorgen voor levendigheid in de buitenwijken, uitgaand van Thurnell-Reads bevindingen. Wijkbewoners als Paul en Ed ontmoetten elkaar in een bruine kroeg (Café De Kroon) en spreken regelmatig af bij een andere (Café Jos). Voor Rick is De Wacht een daadwerkelijke tweede huiskamer geworden, waar hij nieuwe vrienden en andere sociale contacten heeft opgedaan. Aan de andere kant zijn de bruine kroegen afhankelijk van mensen als Paul, Ed en Rick om voort te kunnen blijven bestaan. Kortom, omwonenden en bruine kroegen zijn afhankelijk van elkaar. Ze hebben een complementaire verhouding. Deze verhouding kent echter een negatieve kant.

De aanwezigheid van horeca gaat gepaard met overlast voor buurtbewoners. In het onderzoeksrapport *Horecavestigingen in Nijmeegse Woongebieden*, verschenen in augustus 2017, bekijken de ambtenaren Klaas Pruijsen en Sjoerd Dikkerboom van de afdeling Onderzoek en Statistiek van de gemeente per stadsdeel hoeveel inwoners overlast ervaren door aanwezige horecagelegenheden. Dit rapport kwam tot stand nadat de Horecanota uit 2007 een decennium oud was. In het rapport worden verschillende soorten overlast beschreven. Enkele voorbeelden zijn: geluidsoverlast, een negatief milieu-impact (zwerfafval) en verkeershinder (parkeeroverlast). Van 2012 tot 2016 kwam iets minder dan de helft van horeca-gerelateerde klachten over overlast uit de wijken Bottendaal en Altrade.⁵² Deze twee wijken huizen bruine kroegen. Wijken met een relatief grote horecaconcentratie ervaren meer overlast dan wijken waar nauwelijks of geen horecagelegenheden zijn gevestigd. De overlast in de twee wijken komt waarschijnlijk door de relatief grote hoeveelheid alcoholische dranken die in deze bruine kroegen wordt geserveerd. Daarnaast speelt het laagdrempelige karakter van deze kroegen een rol. Juist omdat deze bruine kroegen grotendeels nieuwe en vaste klanten verwelkomen, is het daar meestal relatief druk, vooral in de weekenden. Bovendien is het niet onvoorstelbaar dat klanten in de warmere maanden tot laat in de avond op een terras blijven zitten, waardoor ze langer buiten alcohol drinken. Dit speelt geluidsoverlast vanzelfsprekend in de hand, aangezien alcohol de sociale grenzen van mensen vervaagt. Hierdoor wordt gedrag dat normaal gezien als asociaal wordt bestempeld niet alleen getolereerd, maar ook gefaciliteerd. Tenslotte zijn deze kroegen langer open dan andere soorten horecagelegenheden, zoals bijvoorbeeld lunchrooms. De openingstijden variëren, maar in de weekenden sluiten horecagelegenheden rond 1:00 uur tot 2:00 uur. Kortom, al deze factoren zorgen voor verschillende soorten overlast bij wijkbewoners.

Wanneer we hier Rosenweins theorie van *emotional communities* op toepassen, schetst

⁵¹ Thurnell-Read, 'It's a small pub', 426, 430; Martin et al., 'Pubscape', 3021.

⁵² Gemeente Nijmegen, Bureau Onderzoek en Statistiek, *Horecavestigingen in Nijmeegse woongebieden 2007-2017* (Nijmegen 2017) 20.

dit een genuanceerd beeld van bruine kroegen in woongebieden, zoals Bottendaal en Altrade. In tegenstelling tot andere omwonenden, behoren de omwonenden die overlast ervaren door de bruine kroeg niet tot haar *emotional communities*. De aanwezigheid van meerdere *communities* is volgens Rosenwein immers mogelijk.⁵³ Daarnaast is de bruine kroeg voor deze groep omwonenden geen *emotional refuge*, maar eerder een bron van ergernis. De bruine kroeg zorgt bij deze groep omwonenden voor geluidsoverlast, een tekort aan parkeerruimte en straatvuil. Deze overlast is nadelig voor gezinnen met (jonge) kinderen, ouderen en werkenden. Uit het rapport van de gemeente blijkt dat wijkprofessionals, de ogen en oren van de gemeente in de wijken, merken dat de maximale capaciteit en tolerantie voor horecagelegenheden is bereikt. Bovendien zijn verschillende gemeenschappen aanwezig in Altrade en Bottendaal. Gezinnen ervaren overlast door de groeiende aanwezigheid van horecagelegenheden, waaronder bruine kroegen. Volgens de wijkprofessionals houden yuppen van de levendigheid die de horeca naar deze wijken brengt, terwijl de wijken vroeger rustige volksbuurten waren.⁵⁴ Kortom, de *emotional community* van de omwonende stamgasten is de bron van overlast voor andere omwonenden. Zo blijkt dat de bruine kroeg niet enkel een *emotional refuge* is, maar ook een bron van overlast en emotionele frustratie voor sommige mensen.

De wijkbewoners van de Nijmeegse en Arnhemse binnensteden hebben zich in eerdere kwesties uitgesproken over veranderingen in de respectievelijke gemeentelijke horecabeleidsplannen. Dit doen ze via individuele communicatiemiddelen, zoals per brief of mail, en via inwonersraden. In Nijmegen lieten de inwonersraden van de Binnenstad en Benedenstad zich in 1987 negatief uit over het voorgestelde plan om de sluitingstijden voor horecagelegenheden te verruimen.⁵⁵ De negatieve houding van de inwonersraden was vooral gebaseerd op een angst voor een toename in overlast door horecabezoekers. In Arnhem pleitte de voorzitter A. Kuypers van de Adviesraad Binnenstad in 1982 voor een genuanceerde en voorzichtige aanpak met betrekking tot het bestemmingsplan voor de binnenstad.⁵⁶ Via dit bestemmingsplan zou het mogelijk worden om het aantal horecagelegenheden toe te laten nemen. Toch laat het zien dat inwoners een stem hebben in het opstellen van horecabeleid binnen de gemeentes Arnhem en Nijmegen. Het laatste woord is echter aan de gemeentes, want de plannen zijn doorgevoerd. Uit politieonderzoek uit 1989, een jaar na de invoering van verruimde openingstijden in 1988, bleek dat het aantal meldingen over overlast in de Nijmeegse binnenstad niet toenam. Deze twee voorbeelden laten zien dat inwoners de kans hadden (en hebben) om hun mening over beleidsplannen te laten horen en op deze manier de ontwikkeling van bruine kroegen te beïnvloeden.

⁵³ Rosenwein, *Emotional Communities*, 23-24.

⁵⁴ Gemeente Nijmegen, *Horecavestigingen*, 23.

⁵⁵ RAN, 923, inv.nr. 1627.

⁵⁶ GA, 3102, inv. nr. 200.

Toerisme en bruine kroegen

Tot nu toe zijn alle besproken actoren en partijen afkomstig uit de gemeentes Arnhem en Nijmegen. Maar bezoekers van buiten de gemeentes, in veel gevallen (inter)nationale toeristen, bezoeken ook de Nijmeegse en Arnhemse binnensteden. Bruine kroegen en de horeca in algemene zin maken deel uit van de toeristische attracties in de respectievelijke binnensteden. De opkomst van toerisme in Nijmegen is geen recent fenomeen. Tegen het einde van de jaren '80 probeerde de afdeling Sociaal Economisch Onderzoek van de gemeente Nijmegen grip te krijgen op het aantal bezoekers van de Waalkade. In het onderzoeksrapport *Waalkade-onderzoek 1988* werden bezoekers van de Waalkade op vier willekeurige dagen gevraagd naar de redenen voor hun bezoek aan de Waalkade.⁵⁷ Dit onderzoek kwam tot stand nadat het aantal toeristen op de Waalkade was gestegen. De gemeente wilde de bezoekers van de Waalkade inventariseren om zo het toekomstige beleid voor de Waalkade vorm te geven. Van de bezoekers werd hun afkomst*, leeftijdscategorie en inkomensniveau geregistreerd, mits de respondenten dit wilden aangeven. Uit het rapport blijkt dat bezoekers van de Waalkade het meeste geld uitgaven aan café-restaurants op de kade; namelijk 37% van het totaal.⁵⁸

Een bezoek aan de Waalkade werd bijna altijd gekoppeld aan een bezoek aan de Nijmeegse binnenstad. In combinatie met een bezoek aan de binnenstad is te zien dat 24% en 30% van de uitgaven van respectievelijk regiobezoekers en toeristen aan horecagelegenheden werd besteed. Niet voor niets stellen de ambtenaren achter het rapport dan ook dat *'de Waalkade voor de meeste bezoekers van buiten Nijmegen nauwelijks als een op zichzelf staande trekker'* functioneert, maar eerder als een *'onderdeel in het toeristisch-recreatieve bezoek aan Nijmegen en omgeving'* moet worden gezien. Aan het einde van het rapport worden knelpunten en wensen van bezoekers bekend gemaakt. De aanwezigheid van meer horecagelegenheden is voor 80% van de bezoekers een belangrijke wens. Het is duidelijk dat toeristen en regionale bezoekers bereid waren om veel geld te besteden aan horecagelegenheden, waaronder bruine kroegen. De complementaire verhouding tussen horecagelegenheden en winkels in de binnenstad was niet alleen weggelegd voor de Waalkade. In de Nijmeegse binnenstad profiteerden horecagelegenheden eveneens van de aanwezigheid van toeristen. In de activiteitenplanning van de VVV Rijk van Nijmegen van 1993 en 1994 waren bijvoorbeeld in samenwerking met de lokale horeca stadswandelingen opgenomen.⁵⁹ Op deze manier werden toeristen gestimuleerd om geld uit te geven aan Nijmeegse horecagelegenheden, zoals bijvoorbeeld bruine kroegen.

Toerisme speelt tegenwoordig nog steeds een rol in het voortbestaan van bruine kroegen. Bas, de coördinator van de *Citystores* in Arnhem en Nijmegen, vertelt dat de toeristische winkels functioneren als de fysieke locaties van de lokale Vereniging voor Vreemdelingenvervoer (VVV) van beide steden en omstreken. Het promoten van de binnensteden van Arnhem en Nijmegen is onderdeel van het takenpakket. De VVV werkte samen met het Recreatieschap Nijmegen en omstreken (RNO), dat in 1971 was opgericht in de gemeente Nijmegen. De RNO is uiteindelijk in 2002 opgegaan in RGV Holding BV en in 2007

* Met afkomst wordt de plek bedoeld waar de respondenten hun reis naar Nijmegen zijn gestart.

⁵⁷ Gemeente Nijmegen, afdeling Sociaal Economisch Onderzoek, *Waalkade-onderzoek 1988, Onderzoek nieuwe perspectieven voor stedelijke recreatie en toerisme* (Nijmegen 1989) 5, als onderdeel van: Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1110 Harde Sector Gemeente Nijmegen 1985 - 1998, inventarisnummer 8350.

⁵⁸ Ibidem, 29 & 30.

⁵⁹ RAN, 1110, inv.nr. 8040.

officieel opgeheven.⁶⁰ De RNO richtte zich vooral op recreatieve natuur, terwijl de activiteiten van de VVV vooral toeristische bedrijven naar het Rijk van Nijmegen en de omgeving van Arnhem moest halen. Tegenwoordig focussen de VVV en de *Citystores* zich zowel op cultureel als natuurlijk erfgoed. Bas vertelt dat de *Citystores* subsidie krijgen van de Provincie Gelderland om toeristen wegwijs te maken in beide gebieden. Per gemeente wordt bekeken welke thema's in trek zijn bij toeristen. De *Citystore* voor het Rijk van Nijmegen heeft als belangrijke thema's de Nijmeegse natuur, het Romeinse erfgoed van de stad en het promoten van maatschappelijke en culturele starters. Dit is ook waar het marketingbureau *IntoNijmegen* aan bod komt. Zij promoten met de slogan '*Old City, Young Vibe*' de Romeinse en Middeleeuwse geschiedenis van Nijmegen, waarbij ook de relatief hippe en trendy cultuur in de stad wordt benadrukt.

Volgens Bas zijn de toeristen van nu op zoek naar de 'authentieke' ervaring van de gemiddelde Nijmegenaar. Wat dit inhoudt is afhankelijk van de toerist, maar over het algemeen gaat het om een geromantiseerde originele ervaring die wordt gepromoot door marketingbureaus, zoals *IntoNijmegen* en de *Citystores*. De zoektocht naar authenticiteit leidt toeristen naar plekken waar zij deze ervaring kunnen beleven. Café In de Blauwe Hand is hiervan een goed voorbeeld. Het is een kroeg waar veel verschillende Nijmegenaren komen. Het zorgt voor een dynamische en levendige sfeer. Daarnaast zit het pand in het hart van Middeleeuws Nijmegen. Dit trekt ook toeristen aan, puur vanwege de ligging van de bruine kroeg.⁶¹ Erfgoedbeleid heeft een belangrijke rol in deze aanpak. Toeristen willen tegenwoordig een authentieke ervaring beleven wanneer ze een bestemming bezoeken. Bas stelt dat dit een trend is in de toeristische wereld, zo ook in Nijmegen. Maar: deze ervaringen zijn niet 'authentiek'. Het zijn ondernemingen voor toeristen om erfgoed te ervaren. Volgens erfgoedexpert Smith kan erfgoed ondernemend ('*performace*') zijn.⁶² Erfgoed kan in Smiths ogen onderdeel zijn van iemands identiteit. Daarom kan gesteld worden dat toeristen de Nijmeegse bruine kroegen gebruiken om een deel van de Nijmeegse identiteit te ervaren. De locatie van Café In de Blauwe Hand versterkt het Middeleeuwse verleden van de stad als onderdeel van de Nijmeegse identiteit.⁶³ Nostalgie speelt bovendien een rol in de identiteitsvorming van Nijmegen voor toeristen.⁶⁴ Met andere woorden, deze plekken zijn voornamelijk populair onder toeristen vanwege de 'gemaakte' authenticiteit. Ze bezoeken deze kroegen vooral vanwege hun opvatting dat hier de 'echte' Nijmegenaren naartoe



Figuur 7: de voorgevel van Café In de Blauwe Hand, 1988 (RAN).

⁶⁰ Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 614 Recreatieschap Nijmegen en omstreken 1965) 1971 – 2007, beschrijving van archief.

⁶¹ Rickly et al., 'Authenticity', 4-5.

⁶² Laurajane Smith, *Uses of Heritage* (Londen-New York 2006) 66-68.

⁶³ Rickly et al., *Authenticity*, 4-5.

Smith, *Uses of Heritage*, 53.

⁶⁴ Krystine I. Batcho, 'Nostalgia: the paradoxical bittersweet emotion' in: Michael J. Jacobsen eds., *Nostalgia Now. Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 31-46, aldaar 32-33.

komen. Dit is een wijdverspreid fenomeen, waarbij toeristen zich baseren op populaire opvattingen over de relatie tussen bepaalde plekken en de gemeenschappen, zoals *emotional communities* en omwonenden, die hierbij betrokken zijn.⁶⁵ Op deze manier faciliteert de *Citystore* Rijk van Nijmegen een verhouding tussen toeristen en lokale horeca. Toeristen kunnen genieten van de vercommercialiseerde authentieke ervaring en de lokale bruine kroegen profiteren van de extra omzet en gratis reclame.

In Arnhem speelt erfgoedbeleid ook een rol in het voortbestaan van bruine kroegen. Eén van de pijlers van de Arnhemse thema's bestaat uit het oorlogsverleden van de stad; specifiek de relatie van Arnhem met *Market Garden*. Reclamecampagnes, zoals muurschilderingen in de binnenstad, benadrukken deze band. De Arnhemse *Citystore* zet dit verleden in om stadswandelingen te organiseren. Stadswandelingen beginnen bij de *Citystore* en eindigen regelmatig bij een kroeg. Daarnaast worden bekende lokale horecagelegenheden gepromoot via flyers of via de website, mogelijk tegen betaling. Toeristen worden zo gestimuleerd om in Arnhem de authentieke Arnhemse ervaring op te zoeken. Zo eindigen ze bij bruine kroegen als Café 't Moortgat en Heeren van Aemstel. Naar de bruine kroegen gaan wordt, net als in Nijmegen, één van Smiths *performance*-activiteiten op zichzelf. Toeristen nemen deel aan het erfgoedproces door naar de bruine kroeg te gaan als onderdeel van hun zoektocht naar de authentieke Arnhemse ervaring.⁶⁶ Maar ook hier is sprake van geforceerde en vercommercialiseerde authenticiteit. Het erfgoed van onder andere *Market Garden* wordt ingezet om de lokale economie te bevorderen. Door reclames, wandtekeningen en overig promotiemateriaal wordt een kunstmatig erfgoedbeeld van *Market Garden* gemaakt dat zich materialiseert tijdens de jaarlijkse vieringen in september. Volgens historicus Wim Denslagen en Smith bestaat zo het risico dat het Arnhemse oorlogsverleden wordt geromantiseerd en daarmee een deel van de identiteit van de stad verloren gaat.⁶⁷ Experts op het gebied van erfgoedbeleid, zoals Smith, en toerisme keuren de vercommercialisering van erfgoed dan ook af.⁶⁸ Kortom, in Arnhem en Nijmegen worden toeristen op diverse manieren gestimuleerd om geld te besteden in bruine kroegen. Zo wordt het voortbestaan van bruine kroegen geholpen, maar ligt het risico van commercialisering van hun authenticiteit op de loer. Dit wordt onder meer gedaan door reclamepromoties van de *Citystores* in Arnhem en Nijmegen.

⁶⁵ Rickly et al., 'Authenticity', 5-6.

⁶⁶ Smith, *Uses of Heritage*, 66-68.

⁶⁷ Wim Denslagen, *Romantic Modernism: Nostalgia in the World of Conservation* (Amsterdam 2009) 174, 221.

Smith, *Uses of Heritage*, 48.

⁶⁸ Rickly et al., 'Authenticity', 4.

Deelconclusie omwonenden, toerisme en bruine kroegen

Bruine kroegen en omwonenden hebben een gecompliceerde verhouding met elkaar. Zonder omwonenden hadden diverse bruine kroegen het waarschijnlijk financieel moeilijk gehad. En andersom zouden de omwonenden geen plek meer hebben gehad waar ze elkaar laagdrempelig kunnen ontmoeten. Voor omwonenden als Ed, Paul en Rick is de bruine kroeg een tweede huiskamer. De bruine kroeg is een informeel sociaal instituut, waarvan omwonenden en andere betrokken partijen, met name de stamgasten en het personeel, de ziel van de constructie vormen. De bruine kroegen in de Nijmeegse buitenwijken hebben bovendien een wijkverzorgende functie. Ze bevorderen de sociale cohesie onder de wijkbewoners op een laagdrempelige manier. Dit werkt de theorieën van Rosenwein en Reddy in de hand. Bruine kroegen zijn *emotional refuges* waar omwonenden de mogelijkheid hebben om deel te worden van een *emotional community*. Niet iedere omwonende maakt deel uit van deze *emotional community*. De bruine kroegen in de buitenwijken, zoals Altrade en Bottendaal, zorgen wel voor overlast voor buurtbewoners. Asociaal gedrag en andere vormen van overlast gaan hand in hand met de aanwezigheid van horecagelegenheden. Dit veroorzaakt overlast voor omwonenden, die op deze wijze niet blij zijn met de aanwezigheid van een bruine kroeg in hun wijk. Via inwonersraden kunnen inwoners hierover hun beklag doen, waarmee ze het horecabeleid van gemeentes beïnvloeden. Bruine kroegen en omwonenden hebben dus een symbiotische verhouding. De bruine kroeg kan niet zonder omwonenden en zij beïnvloeden het bestaan van de bruine kroeg met acties. En veel omwonenden kunnen niet zonder een bruine kroeg, omdat zij een plek voor sociaal contact faciliteert. De laagdrempelige sfeer en wijkverzorgende functie zijn positieve kanten van deze ontwikkelingen in het voortbestaan van bruine kroegen. Maar overlast en protesten van omwonenden vormen een obstakel hiervoor, zowel nu als in het verleden.

De invloed van toeristen op bruine kroegen is veelzijdig. Wanneer we kijken naar het de Waalkade in Nijmegen eind jaren '80 zien we dat horeca een rol speelt voor toeristen die de bezoek van de binnenstad combineren met een bezoek aan de Waalkade. We zien dat toeristen tegenwoordig op zoek gaan naar authentieke ervaringen, die ze kunnen beleven bij erfgoedfenomenen als bruine kroegen. De *Citystores* van Arnhem en Nijmegen stimuleren dit met verschillende thema's voor beide steden, maar werken ze de commercialisering van de bruine kroeg in de hand. Hierdoor creëren ze geromantiseerde beelden van het verleden van Arnhem en Nijmegen. Dit gaat ten koste aan de authenticiteit van de bruine kroegen en ander erfgoed in beide gemeentes.

Hoofdstuk 3: de gemeentes

Bruine kroegen vallen onder het horecabeleid van de gemeentes Arnhem en Nijmegen. Door de jaren heen is dit beleid veelzijdig veranderd. In het derde en laatste hoofdstuk staat de vraag centraal hoe deze beleidsplannen de ontwikkelingen van bruine kroegen beïnvloeden van de jaren '80 tot 2020.

Het Nijmeegse horecabeleid

De jaren '80: uitbreiding van sluitingstijden

In het begin van de jaren '80 stelde de gemeenteraad een nieuw horecabeleid samen. Destijds ervoeren inwoners van de binnenstad overlast van cafébezoekers en kleine criminaliteit, zoals vandalisme, geluidsoverlast en wildplassen. Cafégangers waren verantwoordelijk voor deze overlast. Gedurende de jaren '80 richtte de gemeente zich op het terugdringen van deze overlast. Tegelijkertijd wilde zij de lokale horeca in de binnenstad laten groeien.⁶⁹

Eén van de voorgestelde maatregelen tegen de overlast die in 1987 werd voorgelegd was het stoppen van het verlenen van permanente ontheffingen.⁷⁰ Aangezien 2:00 uur de algemene sluitingstijd was voor het merendeel van de horecagelegenheden, was het voor de politie lastig om overal in de binnenstad aanwezig te zijn. Kasteleins van bruine kroegen wilden ook van deze algemene sluitingstijd af. Het bezit van deze vergunning verschafte de aanvrager ervan om de onderneming waar de vergunning voor was aangevraagd langer open te houden dan 2:00 uur. Kasteleins van bruine kroegen beschikten tot het einde van de jaren '80 niet over deze vergunning. De burgemeester, C.I. Dales van de PvdA, verstrekke deze vergunningen; Openbare veiligheid was één van haar portefeuilles. Diverse horecagelegenheden, waaronder bruine kroegen, hadden echter interesse in het verkrijgen van permanente ontheffingen.

Het afwijzen van aanvragen voor permanente ontheffingen hielp niet in het terugdringen van de bestaande overlast. Onder leiding van Dales onderzocht de gemeente welke andere maatregelen mogelijk waren. Een suggestie die uiteindelijk werd ingevoerd was de spreiding van sluitingstijden. De overwegend liberale gemeenteraadscoalitie en College van Burgemeester & Wethouders (College van B&W) van CDA en de PvdA stond dit toe.⁷¹ De gemeente wilde horecaondernemers de gelegenheid geven om later op de avond dicht te gaan, bijvoorbeeld om 3:00 uur. Maar dit kon bijvoorbeeld ook om 1:00 uur of middernacht zijn. De gedachte achter deze suggestie was dat cafégangers op deze manier niet rond één vast tijdstip, namelijk 2:00 uur, in groten getalen naar buiten kwamen, maar in kleinere groepen. Dit was een positieve ontwikkeling voor de politie, omdat zij op deze manier minder mankracht nodig had om cafégangers die huiswaarts gingen in de gaten te houden. De gemeentepolitie, onder leiding van commissaris J.J. Stoutjesdijk, was na de invoering van het plan van mening dat de ruimere sluitingstijden een positief effect hadden op zowel de gemeentepolitie als de cafégangers.⁷²

Voor dit plan werden betrokken organisaties geïnformeerd en kregen ze de kans om

⁶⁹ Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1216 Secretarie Gemeente Nijmegen / Openbare gezondheid 1946 - 1984, inventarisnummer 2097.

⁷⁰ RAN, 923, inv.nr. 1290; RAN, 923, inv.nr. 1626.

⁷¹ Huis van de Nijmeegse Geschiedenis (HvdNG), [Gemeenteraadsverkiezingen 1986](#) (geraadpleegd op 05-06-2025).

⁷² Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 85 Gemeentepolitie Nijmegen (1911) 1941 - 1994, inventarisnummer 5812.

inspraak te krijgen in het plan. De eerste reacties op het plan waren positief. Voorzitter Elrie Bakker van (inmiddels Koninklijke) Horeca Nederland liet weten aanvankelijk positief te zijn over het plan.⁷³ Voor kasteleins van bruine kroegen betekende dit dat ze langer open mochten blijven en dus meer omzet konden draaien. Voor stamgasten betekende dit dat ze langer met hun vrienden in de kroeg konden blijven hangen. De mogelijkheid om een latere sluitingstijd te hebben betekende dus dat bruine kroegen een positieve impuls kregen. Dit gold zowel op financieel als sociaal vlak.



Figuur 8: (stam)gasten aan de bar bij Café 't Haantje, 1984 (Flip Franssen, RAN).

⁷³ RAN, 923, inv.nr. 1627.

De jaren '90: alcoholmatiging & betere kwaliteit horeca

De bruine kroegen kregen in de jaren '90 te maken met een strenger gemeentelijk alcoholregime dan het decennium daarvoor. Een belangrijk element in deze ontwikkelingen was het alcoholmatigingsbeleid dat de gemeente uitvoerde. Dit was op één lijn met de nationale Drank- en Horecawet uit 1964, destijds geleid door premier Marijnen van de Katholieke Volkspartij. Alcoholmatiging werd geconcretiseerd door de invoering van een hogere leeftijdsgrens voor bier en sterke drank en strengere eisen voor vergunningsaanvragen.⁷⁴ De nieuwe ontwikkelingen raakten de bruine kroegen.

Eén van de gevolgen van het alcoholmatigingsbeleid was het oprichten van een Nijmeegse werkgroep 'Samenhangend alcoholbeleid' in 1989.⁷⁵ Zij bestond uit een divers team aan ambtenaren, namelijk: L. de Bruijn van de afdeling Bestuurlijk Juridische Zaken, E. Delwel van de Gemeentepolitie, L. Deurloo van de Dienst Sociale Zaken, R. Hazelaar van de lokale afdeling van de GGD en C. van Loon van de Dienst Educatie & Welzijn en G. Molleman van het Consultatiebureau voor Alcohol en Drugs (CAD), Oost Gelderland. Ze werden ondersteund door de GGD-medewerker N. van Brake. Deze werkgroep had als voornaamste taak om de verschillende regels voor de verschillende categorieën horecagelegenheden beter op elkaar af te stemmen. Tot deze tijd golden verschillende afspraken met verschillende soorten horeca. Studentenhoreca mocht bijvoorbeeld tot in de late nacht of vroege ochtend open blijven, maar bruine kroegen mochten dat niet. Het was de taak van de werkgroep om de aparte richtlijnen te stroomlijnen tot één coherent gemeentelijk alcoholbeleid.

Een eerste resultaat van de werkgroep was het onderzoek 'Horeca Nijmegen' in 1990, waarbij de verschillende categorieën horeca en clusters werden besproken. Dit werd gedaan om de stand van zaken van de horeca in Nijmegen te bepalen. Toekomstig beleid kon daarna beter worden afgestemd op de huidige situatie. Enkele aanbevelingen van de werkgroep waren het terugdraaien van de ruimere openingstijden en inwoners meer inspraak geven in toekomstig beleid.⁷⁶ In 1993 begon de werkgroep aan een voorbereiding voor de ontwikkelingsvisie op de Nijmeegse horeca. Ze werkten hierbij samen met de werkgroep 'Alcoholmatigingsbeleid'. Deze bestond eveneens uit een divers team, namelijk: B. van der Heijden van de GGD als voorzitter, L. Deurloo en G. Molleman, die beiden tevens betrokken waren bij de andere werkgroep voor een alcoholbeleid, Y. Luimers van Bureau Jeugdzorg, G.J. Lucas van de Gemeentepolitie en B. van Leeuwen van Educatie en Welzijn. Ze werkten in opdracht van wethouder M. Alofs (D66) van Cultuur, Communicatie en Bestuurlijke Vernieuwing.⁷⁷ De werkgroepen maakten hier een eerste referentie naar een vorm van erfgoedbeleid. De werkgroepen en de gemeente hadden voor ogen dat 'het historische karakter van de binnenstad' werd opgenomen in toekomstig horecabeleid. Hierbij ging het bijvoorbeeld om de horecacluster rondom de Grote Markt en Grote Straat, waar Café In de Blaauwe Hand is gevestigd.

Het nieuwe plan werd in maart 1994 gepresenteerd als het 'Integraal horecabeleid'.⁷⁸ Het werd opgesteld door de ambtenaren Frits Clappers en Nico Verlaan, onder leiding van wethouder J. Wijnia (GroenLinks) van Milieu en Energie. Sinds 1990 waaide een progressieve wind door de Nijmeegse gemeenteraad. Burgemeester Dales had plaatsgemaakt voor E.M. d'Hondt (PvdA). Het College van B&W bestond op één wethouder na uit wethouders van de

⁷⁴ Trimbos Instituut, '[De geschiedenis van de Alcoholwet](#)' (geraadpleegd op 19-05-2025).

⁷⁵ RAN, 1110, inv.nr. 9468.

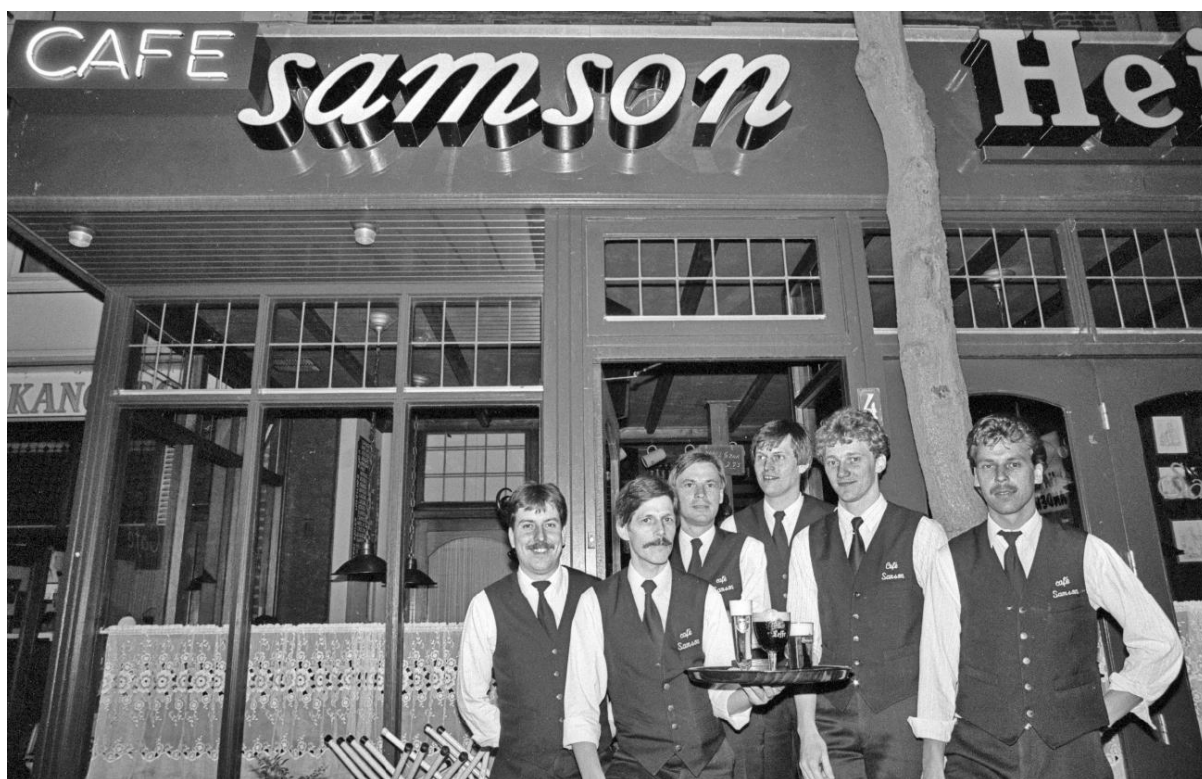
⁷⁶ Ibidem

⁷⁷ Ibidem.

⁷⁸ Ibidem.

PvdA en GroenLinks.⁷⁹ De progressieve houding was te zien in het plan. Het opperde een drietal speerpunten. Ten eerste moest de kwaliteit van de horecaervaring in Nijmegen omhoog. De horecaervaring voor Nijmegenaren en toeristen moest een hogere kwaliteit hebben. De tweede doelstelling hield in dat de bestaande horeca een goede verhouding had met andere centrumfuncties. De gemeente vond het ongewenst wanneer een feestkroeg haar deuren zou openen naast een herenmodezaak. De levenskwaliteit van omwonenden en de winkelervaring van toeristen kwam anders in gevaar. Aansluitend moesten horecagelegenheden tenslotte een positieve samenhang hebben met de levenskwaliteit van de omgeving waarin ze waren gevestigd. Bruine kroegen sloten hier met hun huiselijke sfeer goed bij aan.

Het Integraal horecabeleid zorgde voor meer specialisaties binnen de bruine kroegen, zodat ze zich van elkaar konden onderscheiden. Dit viel onder het eerste speerpunt van het plan. Café Samson begon zich bijvoorbeeld te specialiseren in het aanbieden van een authentieke kroegervaring. Deze authentieke kroegervaring is kunstzinnig van aard, zoals is vastgesteld in de vorige hoofdstukken. Bruine kroegen werden niet meer enkel door stamgasten bezocht, maar gingen ook andere drankopties aanbieden om bijvoorbeeld toeristen te trekken. De ontwikkelingen in de jaren '90 hadden een licht positief effect op de bruine kroegen. Relatief gezien veranderden de omstandigheden van bruine kroegen echter weinig. De ontwikkeling van de bruine kroeg werd niet gehinderd, maar ook niet veel bevorderd door het alcoholmatigingsbeleid van de gemeente.



Figuur 9: het personeel van Café Samson in de kenmerkende kleding, 1987 (Flip Franssen, RAN).

⁷⁹ HvdNG, [Gemeenteraadsverkiezingen 1990](#) (geraadpleegd op 05-06-2025).

De jaren '00: de Horecanota & nieuwe handhavingsprotocollen

De kasteleins van bruine kroegen kregen in de jaren '00 te maken met de Horecanota van 2007 dat ze toeliet om de kroegen te moderniseren. De norm was niet langer of voor een renovatie wel of geen vergunning nodig was, maar wat de mogelijkheden waren. De gemeente ging actief meedenken met horecaondernemers. De gemeenteraad werd na de verkiezingen in 2006 gedomineerd door de linkse partijen SP, de PvdA en GroenLinks. Het College van B&W reflecteerde dit. Hannie Kunst (PvdA) was in deze tijd de wethouder die verantwoordelijk was voor het horecabeleid.⁸⁰ Bovendien werd de Drank- en Horecawet in 2000 verder aangescherpt. Klanten die alcoholische dranken in een kroeg bestelden moesten kunnen aantonen of ze de achttien jaar waren.⁸¹

Het consultatiebureau ZKA deed in opdracht van de gemeente Nijmegen onderzoek naar uitbreidingsmogelijkheden voor de horeca. In het onderzoeksrapport 'Eten en drinken in Nijmegen' onderzocht het bureau verschillende locaties, voornamelijk de clusters waar veel horecagelegenheden zich bevonden.⁸² In 2007 volgde de 'Horecanota Gastvrij Nijmegen', waarmee het horecabeleid voor een langere, maar onbepaalde periode werd vastgelegd.⁸³ Het uitgangspunt daarvan was het verbeteren van de kwaliteit van de horecagelegenheden in de stad. Wethouder Kunst liet tegenover *De Gelderlander* weten dat ze de bestaande horeca de kans wilde geven om uit te breiden binnen hun eigen grenzen.⁸⁴ De nota bood ondernemers de kans om bijvoorbeeld hun toiletruimte te vernieuwen en (winter)terrassen op te zetten. De nota richtte zich vooral op de binnenstad, maar Kunst liet weten dat dezelfde kansen golden voor de horecagelegenheden in de buitenwijken. Dit vereenvoudigde bijvoorbeeld het installeren van internetkabels, televisieschermen en airconditioning in bruine kroegen. Het donkerbruine interieur bleef hetzelfde, maar de Horecanota maakte modernisering van de bruine kroegen aantrekkelijker. Deze nota bleef voor lange tijd de norm die kasteleins en andere horecaondernemers gebruikten voor de inrichting van hun kroeg.

De Nijmeegse handhaving besloot naar aanleiding van de Horecanota om hun handhavingsprotocollen aan te passen. Bruine kroegen konden te maken krijgen met schriftelijke waarschuwingen van Buitengewoon opsporingsambtenaren (BOA) en op last van de burgemeester worden gesloten bij meerdere overtredingen.⁸⁵ In artikelen van *De Gelderlander* is te lezen dat in de daaropvolgende jaren en de jaren '10 de gemeente Nijmegen de handhaving van de nieuwe regels relatief versoepeld toepaste.⁸⁶ Dit betekende voor bruine kroegen dat zij meerdere overtredingen konden begaan, voordat ze dicht moesten. Voorvallen van of dit is voorgekomen zijn niet in het RAN of in de *De Gelderlander* terug te vinden. Kortom, de vernieuwde handhavingsprotocollen lijken een relatief neutraal effect te hebben gehad op de ontwikkeling van bruine kroegen.

⁸⁰ HvdNG, [Gemeenteraadsverkiezingen 2006](#) (geraadpleegd op 05-06-2025).

⁸¹ Trimbos Instituut, ['Alcoholwet'](#) (geraadpleegd op 19-05-2025).

⁸² Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1101 Directie Grondgebied (DGG) Gemeente Nijmegen (1989) 1999 - 2011 (2014), inventarisnummer 9561.

⁸³ RAN, 1101 DGG, inv.nr. 9558.

⁸⁴ Redactie, ['Extra kansen bestaande horeca'](#), *De Gelderlander* (30 mei 2007).

⁸⁵ RAN, 1110, inv.nr. 9469;

RAN, 1101 DGG, inv.nr. 4291.

⁸⁶ Redactie, ['Venten, flyer en bingo vergunningsvrij'](#), *De Gelderlander* (06-04-2011);

Redactie, ['Handhavers 2.0 in Nijmegen: minder snel bekeuren, meer praten'](#), *De Gelderlander* (09-12-17).

De jaren '10: veranderend consumptiegedrag

Na de komst van de Horecanota en nieuwe handhaving protocollen bleef het geruime tijd stil op het gebied van horecabeleid. In augustus van 2017 verscheen het onderzoeksrapport 'Horecavestigingen in Nijmeegse woongebieden, Ontwikkelingen'; een decennium na de invoering van de Horecanota. Het ging in op de impact van de nota voor de horeca in de Nijmeegse woonwijken.⁸⁷ Veel cafés en bruine kroegen zijn overgegaan in café-restaurants. In de veranderende *pubscape* bieden bruine kroegen inmiddels *pubfood* en andere eetopties aan. Hierdoor vallen ze onder de categorie 'café-restaurant'. Bovendien benadrukt het rapport de wijkverzorgende functie die bruine kroegen hebben.⁸⁸ In de andere wijken in Nijmegen waren tot dan toe minder of geen horecagelegenheden aanwezig. Voor het stadsdeel Nijmegen-Noord wordt expliciet opgemerkt dat de bewoners 'een *bruine kroeg* als ongedwongen ontmoetings- en ontspanningsplek binnen de wijk' missen.⁸⁹ Dit stadsdeel was in deze tijd nog in volle ontwikkeling. Het rapport toont aan dat de horecacultuur in Nijmegen in een periode van een decennium aantoonbaar was veranderd.

Het meest recente onderzoek naar de Nijmeegse horeca brengt deze veranderingen verder in kaart. 'Horeca-onderzoek in de binnenstad', uit januari 2019, beschrijft hoe de horeca zich de afgelopen tien jaar heeft ontwikkeld. Het aantal café-restaurants en lunchrooms is gestegen, zoals ook al te lezen was in het rapport uit 2017. Dit komt mede door de opkomende trend om rondom lunchtijd buitenshuis te eten, aldus de betrokken ambtenaren.⁹⁰ Veranderende trends zorgen voor een stijging van de vraag naar horecagelegenheden die deze opties aanbieden. De gevestigde kroegen passen zich aan om geen klanten te verliezen en daarmee omzet mis te lopen. Als antwoord hierop breidden bruine kroegen hun drank- en menukaarten uit en bieden ze inmiddels eetopties aan. Bruine kroegen veranderen steeds vaker in café-restaurants, maar behouden hetzelfde donkerbruine interieur. Sinds 2019 zijn geen nieuwe rapporten verschenen en is de situatie op het gebied van horeca relatief onveranderd gebleven. Het aantal café-restaurants blijft hoog en het aantal cafés en kroegen blijft dalen. Deze situatie is tot begin 2020, de einddatum van dit onderzoek, nauwelijks veranderd.

Ontwikkelingen erfgoedbeleid Nijmegen

Op het gebied van erfgoedbeleid waren de jaren '10 belangrijk, blijkt uit een interview met 'Adviseur cultuurhistorie' Wouter van de gemeente Nijmegen. Hij stelt dat het verhaal rondom historische objecten belangrijker is geworden voor gemeentes. Deze trend zien we terug bij in het toerisme, zoals besproken is in het tweede hoofdstuk. De historische aard van bepaalde panden is voor de gemeente van belang in verband met het aanwijzen van monumentale panden. Wat zich in de panden bevindt, zoals een bruine kroeg, maakt volgens Wouter niet per se uit, tenzij het een al eeuwen een rol heeft gespeeld in het lot van het gebouw. Café In de Blauwe Hand is het voornaamste Nijmeegse voorbeeld hiervan. Volgens Rickly et al. bezoeken mensen historische plaatsen onder meer voor de gebeurtenissen die zich daar hebben afgespeeld.⁹¹ In Nijmegen bezoeken Nijmegenaren, toeristen en andere geïnteresseerden deze plekken in hun zoektocht naar authenticiteit en de verhalen van de historische horeca in

⁸⁷ Gemeente Nijmegen, *Horecavestigingen*, 2.

⁸⁸ *Ibidem*, 15.

⁸⁹ *Ibidem*, 30.

⁹⁰ Gemeente Nijmegen, Bureau Onderzoek en Statistiek, *Horeca-onderzoek in de binnenstad* (Nijmegen 2019) 6-8, 11.

⁹¹ Rickly et al., 'Authenticity', 5.

Nijmegen. Smiths notie van erfgoed als *performance* sluit hier naadloos op aan. Ze stelt dat deelnemers van een erfgoedactiviteit, bijvoorbeeld het bezoeken van een bruine kroeg, een statement van identiteit ondergaan. Ze worden ondergedompeld in een activiteit waar ze ook het publiek van zijn, aldus Smith.⁹² Bezoekers van een bruine kroeg in Nijmegen, voornamelijk Café In de Blaauwe Hand, voelen het tastbare verleden in bruine kroegen. Naast authenticiteit zoeken de bezoekers volgens Baker en Azzari ook naar de kwalitatieve emoties van nostalgie.⁹³ Bezoekers maken kennis met het ontastbare erfgoed door een bruine kroeg te zoeken. Op deze wijze komen ze in contact met nostalgie, dat vele vormen aan kan nemen, zoals blijheid, maar ook melancholie. Dit nostalgische gevoel brengt bezoekers van bruine kroegen bij elkaar op basis van gedeelde emoties, waardoor het de vorming van een *emotional community* versterkt. Ze vertellen elkaar verhalen over hoe het vroeger was, en houden zo de herinneringscultuur in leven.

⁹² Smith, *Uses of Heritage*, 68.

⁹³ Baker & Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds', 167-168.

Het Arnhemse horecabeleid

Voor de gemeente Arnhem is het lastig om de ontwikkeling van bruine kroegen en het horecabeleid te achterhalen. Veel beleidsstukken liggen bij de gemeente Arnhem en zijn (nog) niet openbaar gemaakt. De stukken die wel beschikbaar zijn, richten zich vooral op verslavingszorg in de jaren '80. Daarnaast is niks te vinden over de rol van de politie in de ontwikkeling van horeca, omdat deze stukken tevens nog niet openbaar zijn gemaakt. Tot 2016 is nagenoeg niks te vinden over het Arnhemse horecabeleid. In 2016 kwam de Arnhemse horecavisie *Mise-en-place* uit, samengesteld door (horeca)ondernemers in de Arnhemse binnenstad. Deze visie kwam tot stand op basis van verouderde lokale wetgeving en verving deze met modernere beleidsuggesties.

Het rapport 'Horeca in de Arnhemse binnenstad' uit 1980 adviseerde de gemeente hoe zij de opkomst van nieuwe horecagelegenheden in goede banen kon leiden.⁹⁴ Het rapport ging in op de verhoudingen tussen horecagelegenheden en winkelgebieden. In de late jaren '70 en vroege jaren '80 steeg het aantal horecagelegenheden in de Arnhemse binnenstad in hoog tempo met clusters op de Korenmarkt en het Sint Jansplein. De bruine kroeg Café 't Moortgat zit in het verlengde van één van de straten naast het Sint Jansplein. De ambtenaren uitten in het rapport hun zorgen over of de uitbreidende horecagelegenheden zich niet gingen vermengen met winkelstraten. Waar het voor bezoekers gebruikelijk is om meerdere winkels te bezoeken voordat ze een product kopen, zou dit 'vele horecaondernemers tot wanhoop brengen'. Verder benadrukten de ambtenaren dat een 'horeca-expansiegebied' niet moet leiden tot een plaats die enkel horecagelegenheden kent. De Korenmarkt en Jansplein waren in de ogen van de ambtenaren uitgaansgebieden, die volledig werden gedomineerd door horecagelegenheden. De tussengelegen Sint Jansplaats werd daarom aangewezen als een horeca-expansiegebied. Tegenwoordig zijn de gevolgen van dit beleid nog steeds zichtbaar.

Het document pakte positief uit voor bruine kroegen die zich in de genoemde straten (zie figuur 10) bevonden. Volgens de ambtenaren waren bruine kroegen als Café 't Moortgat onlosmakelijk verbonden met de aangrenzende winkelgebieden. Daarom vonden zij het wenselijk dat dit horecatype bleef bestaan. Bruine kroegen en winkels hadden een complementaire verhouding, zoals in Nijmegen. Bruine kroegen en andere dag- en avondhoreca kregen op deze manier een vaste plaats in toekomstige bestemmingsplannen van de jaren '80 en waarschijnlijk ook van de jaren '90.

Gedurende de jaren '80 richtte het alcoholbeleid van de gemeente Arnhem zich vooral op het voorkomen en verhelpen van verslavingen.⁹⁵ Dit werd gedaan in samenwerking met het CAD. Maar ondanks dat het CAD zich naast drugsverslaving ook bezig hield met alcoholverslaving, was dit afwezig in hun aanpak. In een nieuwe adviescommissie voor de verslavingszorg uit 1985 kwam alcoholverslaving nauwelijks aan bod. Deze adviesgroep hield zich gedurende 1986 en 1987 bezig met het uitbrengen van advies voor beleid op het gebied van verslavingszorg, maar gedurende deze twee jaar richtte de gemeente zich vooral op drugsverslaving. Alcoholverslaving kwam nauwelijks tot niet aan bod, tot ergernis van sommige leden van de adviescommissie.

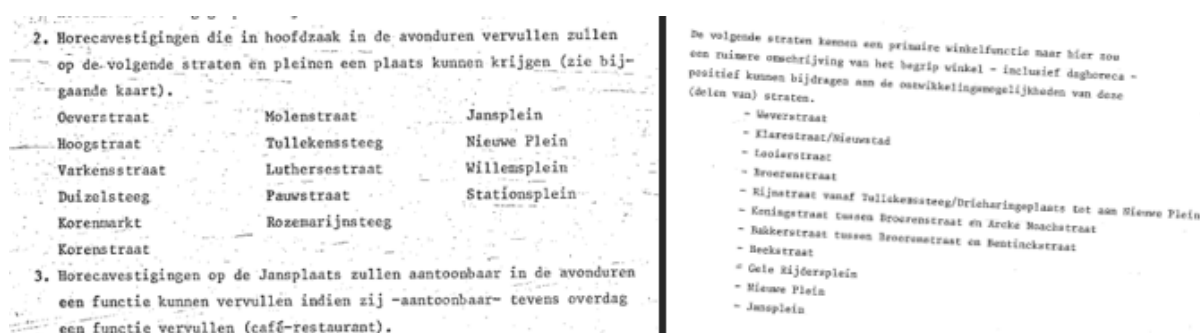
In 2016 hadden bruine kroegen nog altijd een plek in de bestemmingsplannen voor de binnenstad. Met het document *Mise-en-place* uit 2016 deden (horeca)ondernemers in de Arnhemse binnenstad aanbevelingen voor toekomstige bestemmingsplannen. Zij onderzochten

⁹⁴ GA, 3102, inv.nr. 200.

⁹⁵ GA, 3102, inv.nr. 1192.

en identificeerden per focusgebied het type horeca dat het beste daarbij paste. De schrijvers stelden vast dat de belevingswereld van de cliëntèle een belangrijke factor is voor de horeca. Klanten wilden inmiddels een 'ervaring' meekrijgen wanneer ze naar een horecavestiging gingen. Het focusgebied 'Jansplein/Jansplaats e.o.' moest bovendien meer bekendheid krijgen. Café 't Moortgat werd daarbij met naam genoemd.⁹⁶ Bij de andere focusgebieden wordt duidelijk dat de ondernemers willen dat de gemeente, net zoals in Nijmegen, zich inzet op een diverser en kwalitatief aantrekkelijker horeca-aanbod. Ze spanden zich in voor vernieuwing en modernisering, waarbij trends een belangrijke rol speelden.⁹⁷ Bovendien pleitten de ondernemers voor ruimere openingstijden, zoals in Nijmegen in de jaren '80. Bruine kroegen kregen dankzij de Arnhemse horecavisie extra aandacht. Hun plaats in de Arnhemse binnenstad lijkt daarmee permanent.

De relatie tussen de gemeente Arnhem en bruine kroegen is lastig te achterhalen. Uit het beschikbare archiefmateriaal blijkt dat zij relatief gunstig omging met de uitbreiding van horeca in het begin van de jaren '80. De ambtenaren achter het rapport uitten hun zorgen over de menging van horecazaken in winkelstraten. Ze waren bang dat dit de ervaring van bezoekers van het de winkelgebieden verstoorde, maar ze wilden ook de uitbreiding van de horeca bevorderen. De tegenstelling tussen winkelondernemers en horecaondernemers vroeg om maatwerk. Daarom wezen ze diverse plekken in de binnenstad aan waar horecaclusters konden ontstaan, zoals de Korenmarkt en het Sint Jansplein. De ambtenaren waren wel van mening dat horeca en winkelstraten van elkaar afhankelijk waren. Uiteindelijk werden horecagelegenheden van de categorie 'Cafés', waar bruine kroegen onder vielen, opgenomen in bestemmingsplannen voor de ontwikkeling van de binnenstad. Naast het horecabeleid was de gemeente bezig met het terugdringen en voorkomen van alcoholverslaving. Uit beschikbaar archiefmateriaal blijkt echter dat drugsverslaving de boventoon voerde in deze aanpak, terwijl alcoholverslaving relatief onbesproken bleef. Tot slot zien we dat (horeca)ondernemers van de Arnhemse binnenstad de gemeente poogden om in te zetten op de verbetering van de kwaliteit van horecagelegenheden. In *Mise-en-place* doen zij suggesties om plekken in de Arnhemse binnenstad hun eigen identiteit te geven. Bruine kroegen profiteren van deze aanpak, omdat de suggesties hun bestaan promoten. Tot slot spoorde de horecavisie de gemeente aan om flexibeler beleid voor deze kroegen te maken en handhaven, zodat deze met de tijd meegaan.



Figuur 10: overzicht van straten en pleinen waar de aanwezigheid van dag- en avondhoreca gewenst was.

⁹⁶ Platform Binnenstad Arnhem, 'Mise-en-place', *De Arnhemse Horecavisie 2017* (Arnhem 2016) 20.

⁹⁷ Ibidem, 14.

Deelconclusie horecabeleid

De horecabeleidsplannen van de gemeentes Arnhem en Nijmegen zijn door de tijd heen sterk veranderd. Onder burgemeester Dales' relatief progressieve College van B&W zien we dat de openingstijden voor horecaondernemingen, zoals bruine kroegen, worden uitgebreid in Nijmegen. Dit gebeurde door middel van het uitdelen van permanente vergunningen. De gevolgen pakten positief uit in de ogen van de politie. In de jaren '90 speelde alcoholmatiging een belangrijke rol in het opstellen en uitvoeren van het horecabeleid. De werkgroepen 'Samenhangend Alcoholbeleid' en 'Alcoholmatigingsbeleid' droegen bij aan het vormen van het 'Integraal Horecabeleid' in een tijd waarin Nijmegen een progressief stadsbestuur had. Met dit plan werd ingezet op een kwalitatief horeca-aanbod, dat naar verhouding in goede balans stond met de omliggende winkel- en woongebieden. De nadruk op kwaliteit zette zich in de jaren '00 voort met de Horecanota van wethouder Kunst. De Horecanota was het startsignaal voor kasteleins om hun kroegen te renoveren, maar ook voor de handhaving om met nieuwe protocollen te komen. Uit archiefstukken en krantenartikelen blijkt dat de handhaving deze protocollen versoepelt toepaste. De jaren '10 zagen weinig verandering op het gebied van horecabeleid, maar wel op het gebied van erfgoedbeleid. Het verhaal van historische panden waar bruine kroegen zich in bevinden gaat een belangrijkere rol spelen in hoe de gemeente bruine kroegen benadert. Volgens cultuurhistoricus Wouter zijn mensen meer gaan letten op de verhalen rondom historische panden in de binnenstad spelen. De gemeente is hierin meegegaan. De zoektocht naar authenticiteit in combinatie met een gevoel van nostalgie leidt tot de creatie van een omgeving waarin de bruine kroeg voor sommigen tot een erfgoedattractie veranderd.

Het horecabeleid voor de Arnhemse binnenstad draaide in de jaren '80 vooral om het creëren van een balans tussen horecagelegenheden en winkels. Uitbreiding van de horeca was mogelijk, maar moest niet ten koste gaan van de winkelervaring. Het alcoholbeleid van Arnhem kwam grotendeels niet van de grond door de nadruk op de aanpak van drugsverslaving. Het verdere alcoholbeleid en horecabeleid is niet te reconstrueren, omdat de archiefstukken niet openbaar zijn gemaakt. We weten wel dat de horecaondernemers van de binnenstad in 2016 een horecavisie opstelden, waarin de kwaliteiten van de diverse horecaclusters in de binnenstad worden benadrukt. Erfgoed en authenticiteit spelen een aanzienlijke rol voor bepaalde clusters, waar enkele bruine kroegen deel van uitmaken.

Afsluitende conclusie

De bruine kroeg is een Nederlands-Vlaams fenomeen met vele kanten. Maar in het wetenschappelijke debat hierover is een lacune te vinden. Dit onderzoek vult dit gat op lokaal niveau. Het toont aan hoe de ontwikkeling van de bruine kroegen in Arnhem en Nijmegen op lokaal niveau werd beïnvloed door diverse actoren. Maar eerst bekeken we de lange geschiedenis van bruine kroegen. De bruine kroeg, ontstaan uit gelagkamers en drinkhuizen, ontwikkelde zich tot een cultuurhistorisch fenomeen met herkenbare kenmerken: een bruin interieur, gezelschapsspellen en een laagdrempelige sfeer die bruine kroegen onderscheidt van andere horecagelegenheden. Het interieur dient om nostalgie en authenticiteit uit te stralen bij de klanten, vooral bij stamgasten.

De materiële en immateriële kanten van bruine kroegen in Arnhem en Nijmegen zijn door de tijd heen op verschillende vlakken veranderd. Het interieur van bruine kroegen is relatief hetzelfde gebleven, maar wel met de tijd meegegaan. Bruine kroegen beschikken over televisieschermen, airconditioning en gerenoveerde toiletten om de wensen van klanten tegemoet te komen. Dit kon in Nijmegen dankzij de Horecanota van wethouder Kunst uit 2007. Als we naar het immateriële gedeelte van de bruine kroeg kijken, namelijk de laagdrempelige en ontspannen sfeer, zien we dat weinig veranderingen hebben plaatsgevonden op dit gebied. Bruine kroegen beschikken nog steeds over de middelen die nodig zijn om deze sfeer te faciliteren. Maar de ervaringen in bruine kroegen zijn anders geworden. Het is tegenwoordig normaal om bij bruine kroegen iets te kunnen eten, zoals snacks of volledige maaltijden (*pubfood*). Hiervoor zijn de kasteleins, maar ook klanten verantwoordelijk. Zij bepalen wat op en wanneer de menukaart wordt aangepast.

Kasteleins moderniseerden hun kroegen met behoud van sfeer. Het zijn zij die de kroeg uitbaten, inrichten en de klanten verwelkomen. Ze proeven de sfeer in de kroeg en passen zo nodig dingen daarop aan. De klanten van bruine kroegen zijn erg divers, dus moeten kasteleins hierop inspelen. Authenticiteit en nostalgie zijn onderwerpen waar kasteleins rekening mee houden. Sommige kroegen, zoals Café Samson, specialiseren zich hierop, terwijl anderen juist een simpelere inrichting behouden, zoals Café 't Moortgat. De kasteleins is afhankelijk van zijn stamgasten qua inrichting van het interieur. Als een kastelein te veel van het interieur zou moderniseren, blijven de stamgasten weg. Bovendien zijn sommige kasteleins, die hun kroeg niet in eigen bezit hebben, afhankelijk van de verhuurders van het pand dat de bruine kroeg huist. Dit zijn vaak brouwerijen. Als de brouwerij wilt dat de kastelein diens aanbod vernieuwd, dan zal die daar gehoor aan moeten geven. Tenslotte zien we dat de verzorging van een bruine kroeg belangrijk is voor kasteleins. De bezochte bruine kroegen zijn schoon en voldoen aan de eisen van de NVWA. Kortom, kasteleins hebben veel taken, maar weten deze in een goede balans uit te voeren. Ze voeren stelselmatig vernieuwingen door, maar beperken dit vaak tot het moderniseren van het nostalgische interieur tot een mate waarbij zowel de stamgasten als brouwerijen tevreden zijn.

Stamgasten vormen samen met het personeel de ziel van een bruine kroeg. Stamgasten vormen een *emotional community*, gedreven door gedeelde herinneringen en rituelen. Zij geven mede vorm aan de sfeer die nieuwe bezoekers aantrekt. Ze worden tegenwoordig vergezeld door andere *emotional communities* die van elkaar verschillen. De bruine kroeg trekt hen aan door onder meer een gebrek aan informele huisregels. Stamgasten, vooral de nostalgische oudere generaties, zijn het gewend dat een bruine kroeg geen huisregels heeft. Nostalgie is daarnaast één van de voornaamste redenen voor oudere stamgasten om hun stamkroeg te

bezoeken. Thurnell-Read, Baker en Azzari, Martin et al. en Ostovich tonen allemaal aan dat stamgasten een nostalgische band opbouwen met plekken waar ze al langere tijd komen of vroeger vaak kwamen. Toch is het merkbaar dat sociale veranderingen hebben plaatsgevonden in het tijdsbestek van dit onderzoek. Door een veranderende samenstelling van (stam)gasten zijn dingen veranderd. De opkomst van *pubfood* en *casual dining* richt zich op andere mensen dan de klassieke stamgast, waarvan de aantallen afnemen.

Sommige van deze stamgasten zijn omwonenden. De bruine kroeg is voor hen een tweede huiskamer. De kroegen in de Nijmeegse buitenwijken zijn daarnaast informele wijkverzorgende centra, waar buurtbewoners langskomen voor sociaal contact. Maar niet iedere inwoner maakt deel uit van een *emotional community* van een bruine kroeg. Voor hen zorgt een bruine kroeg voor meerdere vormen van overlast. Inwoners doen hier via inwonersraden hun beklag over. Omwonenden hebben dus een dubbelzijdige rol in de ontwikkeling van bruine kroegen. Enerzijds helpen sommige inwoners bij de instandhouding van deze kroegen. Anderzijds verhinderen inwoners het voortbestaan van bruine kroegen wanneer ze overlast van ze ervaren.

Bruine kroegen zijn niet alleen populair bij (omwonende) stamgasten. Toeristen uit binnen- en buitenland spelen ook een rol in de ontwikkeling van de bruine kroeg, vooral op economisch vlak. In recente jaren zijn toeristen namelijk op zoek naar authentieke ervaringen wanneer zij een bestemming bezoeken. Bruine kroegen zijn plekken waar toeristen de authentieke lokale ervaringen kunnen beleven. Althans, zo wordt het gepresenteerd door de *Citystores* in Arnhem en Nijmegen. De *Citystores* stimuleren het bezoeken van erfgoedsites, zoals bruine kroegen. Smith laat zien dat toeristen een erfgoedsite bezoeken om een authentieke lokale ervaring mee te maken, zodat ze een stukje van de lokale identiteit meemaken. De zoektocht naar de originele Nijmeegse en Arnhemse ervaringen speelt nostalgie in de hand en zorgt voor een vergroot risico op de commercialisering van erfgoedsites, zoals bruine kroegen. Dit gaat mogelijk ten koste van lokale identiteiten, zoals het Arnhemse oorlogsverleden, en de authenticiteit van erfgoedsites.

Aan het einde van dit onderzoek besteedden we aandacht aan hoe gemeentebestuur en de lokale politieke wind het bestaan van bruine kroegen heeft vormgegeven. Onder burgemeester Dales en een overwegend liberale College van B&W werden als reactie op overlast de openingstijden voor de Nijmeegse horeca verruimd. In de jaren '90 speelde alcoholmatiging landelijk de boventoon. Op lokaal niveau werd een werkgroep ingesteld om een samenhangend alcoholbeleid in Nijmegen tot stand te brengen. Het hieruit voortvloeiende Integraal Horecabeleid werd daarna onder wethouder Wijnia aangenomen door de progressieve burgemeester d'Hondt en gemeenteraad. Het plan bevorderde de kwaliteit van de horecagelegenheden en stimuleerde een goede balans tussen wonen, winkelen en werken in de binnenstad. In de jaren '00 en '10 zette een progressieve gemeenteraad en College van B&W in op een verdere verbetering van de kwaliteit van horecagelegenheden, mede door Kunsts Horecanota. Daarnaast paste de handhaving de naleving van de wetgeving van de aangescherpte Drank- en Horecawet en het Rookverbod soepel toe. We zien dat bruine kroegen hun aanbod aanpasten aan de nieuwe stroom van klanten. Op het gebied van Nijmeegs erfgoedbeleid spelen nog altijd nostalgische emoties een rol in het behoud van bruine kroegen en de vorming van *emotional communities*.

In Arnhem was het alcoholbeleid in de jaren '80 gebaseerd op de lokale verslavingszorg. Toch zette de gemeente in het begin van de jaren '80 in op expansie van de horeca in bepaalde gebieden in de binnenstad. Hierbij hielden ze rekening met de omliggende winkelstraten. In de

jaren '10 zien we dat Arnhem Nijmegen achterna ging. De lokale ondernemers pleitten nu voor het behoud van de binnenstad zoals die nu is en willen ieder apart horecagebied een eigen kwaliteit meegeven.

De verschillende actoren in en rondom de bruine kroeg hebben uiteenlopende belangen. Stamgasten, verenigd in nostalgische *emotional communities*, waarderen de vertrouwde sfeer en gebruiken de kroeg als een *emotional refuge*, een plek van emotionele geborgenheid. Kasteleins, brouwerijen, toeristen en gemeentes kijken daarentegen vaker vooruit. Voor hen is vernieuwing noodzakelijk: het verhoogt de omzet, trekt nieuwe klanten aan en houdt de lokale economie levendig. Erfgoedbeleving, identiteit en reclamecampagnes van de *Citystores* gaan daarbij hand in hand. Omwonenden nemen een tweeledige positie in: waar de één de sociale functie van de kroeg waardeert, ervaart de ander vooral overlast en ergernis. Dit onderzoek laat zien hoe die spanningsvelden zich lokaal uitwerken in Arnhem en vooral Nijmegen. Toch is het beeld nog verre van compleet. Een landelijke of internationale vergelijking zou zicht kunnen geven op regionale verschillen in Nederland en Vlaanderen. Hoe verhouden stadskroegen zich tot dorpscafés? Hoe veranderen *emotional communities* onder invloed van leeftijd en veranderend consumptiegedrag? En hoe verhouden individuele verhalen van stamgasten en kasteleins zich tot bredere maatschappelijke ontwikkelingen? De bruine kroeg blijft, ondanks alles, een plek waar verleden en heden samenkomen – niet alleen in het interieur, maar ook in de mensen die daar samenkomen. Net zoals Jan van Nijlen dichtte over een oude kroeg, zo blijven bruine kroegen plekken waar herinneringen worden gedeeld, sociale drempels vervagen en het leven zijn loop neemt.

Bibliografie

Literaire werken:

- Baker, S.M., & C.N. Azzari, 'The Dark Side of Nostalgic Bonds: Moral Motivators of Consumer Identities, Decisions and Behaviours' in: M.H. Jacobsen eds., *Nostalgia Now, Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 165-182;
- Batcho, K.I., 'Nostalgia: the paradoxical bittersweet emotion' in: M.J. Jacobsen eds., *Nostalgia Now. Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 31-46;
- Bower, J., 'Vertical and financial ownership: Competition policy and the evolution of the UK pub market' in: C. Lubinski & N. MacKenzie eds., *Business History* 58:5 (2015) 647-666;
- Cauvin, T., *Public History, A Textbook of Practice* (New York-Oxon 2016);
- Desalle, R., & I. Tattersall, *A Natural History of Beer* (New Haven (Yale University Press) 2019);
- Hell, M., *De Amsterdamse Herberg 1450-1800: Geestrijk centrum van het openbare leven* (Amsterdam-Nijmegen 2017);
- Martin, L., A. Ruskin, B. Jerrard & L. Wright, 'Pubscape: innovation by design in the British pub' in: F. Okumus eds., *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 31:8, (Leeds 2019) 3018-3036;
- Novaković-Lopušina, J., "'Dit is een huis, een vaderland.' De kroeg als openbare plaats en literaire ruimte.' in: Z. Hrnčířová eds., *Praagse Perspectieven* 5 (Praag 2008) 405-419;
- Ostovich, S.T., 'Dangerous Memories: Nostalgia and the Historical Sublime' in: M.H. Jacobsen eds., *Nostalgia Now, Cross-Disciplinary Perspectives on the Past in the Present* (Oxon-New York 2020) 101-115;
- Rickly, J., N. Sharma & B. Canava, 'Authenticity: the state-of-the-art in tourism geographies' in: J.M. Cheer & M. Mostafanezhad eds., *Tourism Geographies* (2023) 1-10;
- Rosenwein, B.H., *Emotional communities in the Early Middle Ages* (Cornell 2006);
- Rosenwein, B.H., & R. Cristiani, *History of Emotions* (Cambridge-Medford 2018);
- Savic, M., R. Room, J. Mugavin, A. Pennay & M. Livingston, "Defining "drinking culture": A critical review of its meaning and connotation in social research on alcohol problems", in: T. Kolind & K. Duke eds., *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 23:4 (2016) 270-282;
- Smith, L., *Uses of Heritage* (Londen-New York 2006);
- Sudhinaraset, M., C. Wigglesworth & D.T. Takeuchi, 'Social and Cultural Contexts of Alcohol Use: Influences in a Social-Ecological Framework' in: P. Wernett eds., *Alcohol Research* 38:1 (2016) 25-45;
- Thurnell-Read, T., "'It's a Small Little Pub, but Everybody Knew Everybody': Pub Culture, Belonging and Social Change' in: V. Harman & R. Meadows eds., *Sociology* 58:2 (2024) 420-436;
- Van Nijlen, J., *Verzamelde Gedichten 1903-1964* (Amsterdam 1964);
- Vandevoorde, H., 'De functie van cafés voor de schrijvers van *De Nieuwe Gids* en *Van Nu en Straks*' in: B. Pater, T. Sintobin & H. Vandevoorde eds., *'Allen zijn welkom': Ontmoetingsplaatsen in de Lage Landen rond 1900* (Hilversum-Amersfoort 2017) 283-300.

Krantenartikelen en geraadpleegde websites:

- Atia, R., "[Hans Schnitzler: 'In de kroeg leer je samenleven'](#)" in: C. Simon eds., *Filosofie Magazine* (2024, geraadpleegd op 25-02-2025);
- Huis van de Nijmeegse Geschiedenis, [Gemeenteraadsverkiezingen 1986](#) (geraadpleegd op 05-06-2025);
- Huis van de Nijmeegse Geschiedenis, [Gemeenteraadsverkiezingen 1990](#) (geraadpleegd op 05-06-2025);
- Huis van de Nijmeegse Geschiedenis, [Gemeenteraadsverkiezingen 2006](#) (geraadpleegd op 05-06-2025);
- Koninklijke Horeca Nederland, Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit, [Hygiëncode 2016](#) (2016, geraadpleegd op 06-06-2025);
- Redactie, '[Extra kansen bestaande horeca](#)', *De Gelderlander* (30 mei 2007);
- Redactie, '[Venten, flyer en bingo vergunningsvrij](#)', *De Gelderlander* (06-04-2011);
- Redactie, '[Handhavers 2.0 in Nijmegen: minder snel bekeuren, meer praten](#)', *De Gelderlander* (09-12-17);
- Schouten, E., '[Gokkast verdwijnt uit straatbeeld](#)', NU.nl (2023, geraadpleegd op 13-06-2025);
- Trimbos Instituut, '[De geschiedenis van de Alcoholwet](#)' (geraadpleegd op 19-05-2025).
- Trimbos Instituut, 'Alcoholwet' (geraadpleegd op 19-05-2025);
- Van Pellicom, K., /Instituut voor de Nederlandse Taal, '[Wat is er bruin aan een bruin café?](#)' (geraadpleegd op 05-06-2025);

Gemeentelijke en overige onderzoeken:

- Gemeente Nijmegen, Bureau Onderzoek en Statistiek, *Horecavestigingen in Nijmeegse woongebieden, Ontwikkelingen 2007 – 2017* (Nijmegen 2017);
- Gemeente Nijmegen, Bureau Onderzoek en Statistiek, *Horeca-onderzoek in de binnenstad* (Nijmegen 2019);
- Kansspelautoriteit, *Wegwijzer speelautomaten voor gemeenten* (Den Haag 2021);
- Platform Binnenstad Arnhem, 'Mise-en-place', *De Arnhemse Horecavisie 2017* (Arnhem 2016).

Archiefmateriaal:

Regionaal Archief Nijmegen (Nijmegen):

- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 85 Gemeentepolitie Nijmegen (1911) 1941 - 1994, inventarisnummer 5812: 'Dossier inzake de bepaling van het beleid t.a.v. de handhaving van sluitingstijden in de horeca';
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 614 Recreatieschap Nijmegen en omstreken (1965) 1971 - 2007.
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 923 Secretarie Gemeente Nijmegen 1985 - 1991, inventarisnummer 1290: 'Besluitvorming tot het vaststellen van de nota Alcohol en werk en voorstel voor een alcoholbeleid in de gemeente Nijmegen';
- RAN, 923, inv.nr. 1622: 'Nijmeegse Politieverordening. Besluitvorming tot het wijzigen';
- RAN, 923, inv.nr. 1626: 'Sluitingstijden horecabedrijven. Uitbreiden van het aantal permanente ontheffingen. Besluitvorming';
- RAN, 923, inv.nr. 1627: 'Sluitingstijden horecabedrijven. Uitbreiden van het aantal permanente ontheffingen. Inspraakronde';
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1098 Bestuursdienst Gemeente Nijmegen 1992 - 1998, inventarisnummer 136: 'Recreatieschap Nijmegen en omstreken. Samenstelling bestuur';
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1101 Directie Grondgebied (DGG) Gemeente Nijmegen (1989) 1999 - 2011 (2014), inventarisnummer 4291: 'Handhavingprogramma toezicht openbare ruimte';
- RAN, 1101, inv.nr. 9556: 'Horecabeleid. Discussienota en beleidsnotitie 'Ondersteunende Horeca'';
- RAN, 1101, inv.nr. 9558: 'Horecaonderzoek stadscentrum Nijmegen en nota 'Gastvrij Nijmegen'';
- RAN, 1101, inv.nr. 9561: 'Horecabeleid. Horecaonderzoek stadscentrum en nota 'Eten en Drinken in Nijmegen'';
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1110 Harde Sector Gemeente Nijmegen 1985 - 1998, inventarisnummer 2226: 'Algemene Plaatselijke Verordening (APV); Wijziging met betrekking tot terrasvergunningen, uitvoering notitie integraal horecabeleid (Rbs. 3-4-1996)';
- RAN, 1110, inv.nr. 8040: 'VVV Rijk van Nijmegen; Activiteitenplannen';
- RAN, 1110, inv.nr. 8350: 'Waalkade; Waalkade-onderzoek 1988, onderzoek nieuwe perspectieven voor stedelijke recreatie en toerisme';
- RAN, 1110, inv.nr. 9468: 'Stukken betreffende de werkgroep samenhangend alcoholbeleid, integraal horecabeleid, begeleidingscommissie horeca-onderzoek Binnenstad Nijmegen en stappenplan horeca';
- RAN, 1110, inv.nr. 9469: 'Stukken betreffende o.a. de drank en horecaverordening, paracommercie in de horeca, vergaderingen, on[t]heffing drank en horecawet, invordering regelingen voor droge horeca inrichtingen en nieuwe handhaving protocollen';
- Regionaal Archief Nijmegen (RAN), 1216 Secretarie Gemeente Nijmegen / Openbare gezondheid 1946 - 1984, inventarisnummer 2097: 'Stukken betreffende het vaststellen van een planologisch horecabeleid; met tekeningen'.

Gelders Archief (Arnhem):

- Gelders Archief (GA), 3102 Secretarie Gemeente Arnhem, 1980-1989, inventarisnummer 200: 'Nadere beleidsvoorschriften/bepalingen in bestemmingsplannen, 1980-1983';
- GA, 3102, inv.nr. 227: 'Bestemmingsplan "Binnenstad nieuw", 1978-1989';
- GA, 3102, inv.nr. 228: 'Bestemmingsplan "Binnenstad zuidelijk gedeelte", 1984-1989';
- GA, 3102, inv.nr. 1192: 'Verordening regelende de taak, bevoegdheden, samenstelling en werkwijze commissie van advies en bijstand omtrent verslavingsaangelegenheden, vaststelling 9 februari 1987, 1982-1988'.

Beeldmateriaal:

- Voorblad: '[Aan de toog](#)', Charley Toorop (1891-1955), Westkapelle, 1933, olieverf op doek, 122 x 161 cm, kunsthandel J. Fijnaut, Amsterdam, sinds 1979 Zeeuws Museum, Middelburg.
- Figuur 1: '[Cafe 't Moortgat and a traditional bakery at Arnhem](#)', Henk Monster, Arnhem, 30-11-2013, gebruikt onder *Creative Commons Attribution 3.0 Unported*, via *Wikimedia Commons*;
- Figuur 2: '[De Kroeg](#)', Tom Ordelman, Velp, 03-10-2000, gebruikt onder *Creative Commons Attribution 3.0 Unported*, via *Wikimedia Commons*;
- Figuur 3: '[Café 't Haantje](#)', Flip Franssen, Nijmegen, 1989, Fotoarchief Flip Franssen (RAN);
- Figuur 4: 'Bar van Café In de Blauwe Hand', eigen werk, Nijmegen, 2025;
- Figuur 5: '[Café 't Haantje](#)', Flip Franssen, Nijmegen, 1989, Fotoarchief Flip Franssen (RAN);
- Figuur 6: '[Café Jos Meesterschenkerij](#)', Ron Moes, Nijmegen, 2013, Fotocollectie RAN;
- Figuur 7: '[Het Café In de Blauwe Hand](#)', [fotograaf onbekend], Nijmegen, 1988, Fotocollectie RAN;
- Figuur 8: '[Gasten in het café 't Haantje](#)', Flip Franssen, Nijmegen, 1984, Fotoarchief Flip Franssen (RAN);
- Figuur 9: '[De ploeg obers, personeel van café Samson](#)', Flip Franssen, Nijmegen, 1987, Fotoarchief Flip Franssen (RAN);
- Figuur 10: overzicht van straten waar een horecaexpansie gebied kan komen, eigen werk, Arnhem, 2025, onderdeel van GA, 3102, inv.nr. 1192.

Dankwoord

Dit onderzoek was nooit mogelijk geweest zonder alle hulp van Ruud, Eddy, Ben, Sandra, Charles, Arjan, Gert, Joep, Rick, Paul, Ed, Malu, Wouter, Bas en alle andere betrokkenen die niet in dit onderzoek zijn genoemd. Daarnaast was de feedback van mijn begeleider, dr. Floris Meens, van groot belang om dit onderzoek in goede banen te leiden. Dit onderzoek was ook niet mogelijk zonder de hulp van de medewerkers van het Regionaal Archief Nijmegen en het Gelders Archief in Arnhem. De interesse en het enthousiasme van de kasteleins, barmannen, stamgasten en andere betrokkenen over het onderwerp van dit onderzoek motiveerden me om aan het onderzoek verder te werken. Tenslotte wil ik mijn ouders vrienden, vooral mijn lieve vriendin Anna en kater Alex bedanken, zonder wiens mentale steun dit onderzoek een stuk moeilijker was geweest. Bedankt voor het lezen van deze masterscriptie en hopelijk heeft u er iets van geleerd. Als bedankje geef ik u nog één laatste gedicht over een bruine kroeg, afkomstig uit de dichtbundel *Stadsgedichten* van de Vlaamse dichter Tom Lanoye:

Ode aan 'De Samson'

*Er is een oude kroeg, niet ver van het Centraal Station,
postbodes waar zich elke morgen vóór hun werk bezatten.*

*De achterzaal, sinds jaren doods en onbetreden, werd
onlangs, bij wijze van recentste trend a place to be.
Temporaine tempel van modern vertier, vol
dansende snobs, denkbeeldige artiesten en
geile sujetten even dom als knap en jong.*

*Als lid van de eerste twee categorieën, mag ik
zeker niet ontbreken. De muziek is monotoon
en luid. Weinig licht, veel rook van sigaretten.
Voor mijn ogen danst groep drie zich pijnlijk
en mooi te pletter, door niets gekweld door
een overschot aan jeugd en zwaar bezwete shirts.*

*Mijn bril beslaat, condens druipt van de muur.
Boven zie ik nog net een klok van Jupiler-bier:
cirkel in flikkerend neon gevat,
maar allebei de wijzers al verdwenen.*

- Tom Lanoye, 2005.