Culturele ‘mentaliteiten’ en de kant-en-klaarmaaltijd

Een cultuurhistorische analyse van het Nederlandse voedselpatroon (1950-1970)

Naam:	Jon Verriet
Studentnummer:	0414301
Opleiding:	Cultural History
Cursus:	MA Thesis Cultural History
Eerste lezer:	dr. J. Segal
Tweede lezer:	dr. P. Scholliers
Instelling:	Universiteit Utrecht
Datum:	20 augustus 2011
Woorden:	24.688

Dank aan:
Marja Berendsen, Jean-Paul Drabbe, Monique Erkelens, Adel den Hartog, Marlies van Leersum, Vinnie van der Linde, Harry van der Naald, Peter Scholliers, Joes Segal, Babette Sluijter, Cinta van Tongeren, Jet Verdoorn, Marianne van Zuijlen en 37 anonieme respondenten.

Inhoudsopgave

Inleiding 4

Hoofdstuk 1: De 'mentalisering' van de Nederlandse voedselkeuze 8
1.1 Het Nederlandse voedselpatroon (1800-1970) 8
1.2 De opkomst van conserveringsmethoden 10
1.3 De diversificatie van voedingsmiddelen 12
1.4 Stijgende koopkracht 15
1.5 Smaak 17

Hoofdstuk 2: De Nederlandse huisvrouw en het gemakstaboe 20
2.1 Het huishoudelijke werk 20
2.2 De bereiding van de maaltijd 23
2.3 Het gemakstaboe 26
2.4 Emancipatoire veranderingen 29
2.5 Beperkingen van de emancipatie 31

Hoofdstuk 3: Culinaire xenomanie 35
3.1 Structuur van de Nederlandse maaltijd 35
3.2 Wennen aan vreemd voedsel 38
3.3 'Ontvreemding' en 'vervreemding' 41
3.4 Authenticiteit 46

Hoofdstuk 4: Het vitaminediscours en gezondheidsimago's 50
4.1 Voedingsvoorlichting 50
4.2 De huisvrouw en de gezondheid van haar gezin 53
4.3 Tegenstrijdige informatie 55
4.4 Blikimago 57
4.5 Andere conserveringsmethoden 60

Conclusie 64

Appendix I: de kant-en-klaar maaltijden 68
Appendix II: de advertenties 70
Appendix III: Statistieken respondenten 97

Geraadpleegde bronnen 99

Inleiding

De *cultural turn* heeft een sterke uitwerking gehad op de voedselhistoriografie van Nederland. Ook wat en hoe men eet is nu een belangwekkend onderwerp geworden om te onderzoeken. Toch is de wijze waarop voedsel wordt bestudeerd meestal niet direct beïnvloed door diezelfde *cultural turn.* Voedselgeschiedenis, een subdomein dat wellicht 'cultureel' genoemd kan worden, wordt in Nederland veelal bedreven door historici die hun verklaringen in hoge mate in (sociaal-)economische en technologische factoren zoeken.[1] Er is geregeld slechts zijdelings aandacht voor de manier waarop voedselbereiding en voedselconsumptie zijn verbonden met beeldvorming, mentaliteiten en andere culturele factoren. Dit stuk wil het grote belang van praktische en economische overwegingen bij voedselkeuze absoluut niet bagatelliseren, maar wel ruimte bieden voor verschillende 'mentaliteiten' die een rol kunnen spelen bij het uitkiezen van een ingrediënt of een gerecht.

Voor de invloed van mentale factoren op de voedselkeuze is te weinig aandacht. Wanneer in secundaire literatuur sommige voedselnormen en -waarden überhaupt worden aangestipt, dan gebeurt dit met een bepaalde vanzelfsprekendheid: tussen neus en lippen door, zonder voetnoot of bewijsvoering. Dat in dit stuk wordt gewezen op (bijvoorbeeld) heersende meningen omtrent het belang van gezond voedsel is dan ook geen nieuwigheid, maar het komt weinig voor dat dergelijke mentaliteiten serieus worden genomen als onderzoeksonderwerp op zichzelf. Wellicht is dit tevens het geval omdat het lastig is zulke ontastbare zaken zichtbaar te maken.

Drie wijdverspreide 'mentaliteiten' worden nader onderzocht. Het gaat hier ten eerste om een zeer sterk gemakstaboe: het idee dat alleen een *slechte* huisvrouw weigerde te koken, al was het maar voor één dag. Als tweede wordt het imago van de buitenlandse maaltijd beschreven, waarbij wordt gelet op het exotische *avontuur* dat nasi en bami goreng (maar ook pastagerechten) representeerden. Als laatste zal worden gekeken naar een invloedrijk vitaminediscours in Nederland, waardoor de gehele bevolking werd doordrongen van het feit dat voedsel een essentiële rol te vervullen had ten aanzien van de gezondheid.

Als casus is de kant-en-klaar maaltijd gekozen, en als periode de jaren vijftig en zestig van de twintigste eeuw.[2] Dit niet alleen omdat dergelijke producten nog in de kinderschoenen stonden in deze periode. Juist in dit tijdvak maakte Nederland namelijk op eetgebied een omschakeling van schaarste naar overvloed: het productaanbod evenals de koopkracht van consumenten stegen exponentieel. Als er een moment in de geschiedenis aan te wijzen is wanneer historici meer aandacht moeten gaan besteden aan *culturele* en *mentale* factoren bij de voedselkeuze, dan zijn het wel de decennia waarin geld als begrenzende factor aan betekenis inboette.[3]

De kant-en-klaar maaltijd was - en is - een zeer interessant fenomeen, omdat allerlei normen en waarden een impliciete (en soms expliciete) rol spelen bij het al dan niet kiezen voor een dergelijk product. Er bestaan veel zorgen omtrent deze artikelen:

---

[1] 'Eight contributions to social food studies in the Low Countries' (redactioneel stuk), *Appetite* 45 (2005) 1-3, 2.

[2] Zie appendix I voor een (onvolledige) lijst van kant-en-klaar maaltijden tijdens deze periode.

[3] Ook voor de Tweede Wereldoorlog werden in Nederland al kant-en-klaar maaltijden in blik geproduceerd door bedrijven als Bakhuis & Zonen en Hoogstraten & Co. Hiervan was de prijs echter relatief hoog, waardoor ze voor het overgrote deel van de bevolking onbetaalbaar waren. Pas gedurende de jaren vijftig en zestig wordt de potentiële markt voor de kant-en-klaar maaltijd veel groter.

wat zit er in, is het wel gezond, wat zegt het over mij dat ik kant-en-klaar maaltijden eet? Het aanschaffen van een dergelijke maaltijd hing dan ook sterk samen met heersende culturele normen - in veel hogere mate dan het kopen van sperziebonen of een karbonade – en is daarom bij uitstek een geschikte casus voor een cultuurhistorisch stuk over voedsel. Aan de hand van drie Nederlandse 'mentaliteiten' zal worden getracht aan te tonen dat de keuze voor spaghetti in blik of bevroren nasi goreng voor een belangrijk deel werd bepaald door culturele fenomenen: het imago van het product, de ideeën erover bij consumenten.

Er is een gebrek aan onderzoek dat zich richt op de kant-en-klaar maaltijd in de Nederlandse (en internationale) culinaire geschiedschrijving. In alle standaardwerken speelt de kant-en-klaar maaltijd een glansloze bijrol. Hoewel een analyse op internationale schaal dus ook nog ontbreekt, beperkt deze studie zich tot Nederland. Hier is voor gekozen vanwege het feit dat de eetcultuur van landen nu eenmaal aanzienlijk kan verschillen. Zelfs wat betreft buurlanden België en Duitsland zijn de overeenkomsten beperkt. Voor hoofdstuk 3 is bijvoorbeeld de Indonesische invloed op voedselkeuzes essentieel, een typisch Nederlands gegeven. Men mag echter aannemen dat sommige omschreven culturele waarden breder werden gedragen dan enkel in Nederland. Een aantal voorbeelden hiervan wordt gegeven bij suggesties voor vervolgonderzoek in de conclusie van dit stuk.

Onder 'kant-en-klaar maaltijd' wordt in dit stuk verstaan: een product, bedoeld als warme maaltijd, waar men niets aan toe hoeft te voegen en dat enkel nog opgewarmd hoeft te worden. Zeker in Nederland was de heersende structuurnorm voor een warme maaltijd: hoofdbestanddeel, groenten en vlees(vervanger) of vis. De producten van Anton Hunink vallen bijvoorbeeld buiten de gehanteerde definitie: het betreft hier blikken met 'vleessaus', zonder groenten of een hoofdbestanddeel.[4] 'Kant-en-klaar' duidt daarom op de meest extreme vorm van gemaksvoedsel: als de huisvrouw zou willen, hoeft zij er – behalve opwarmen - werkelijk *niets* meer aan te doen.

De precieze invloed die de beschreven 'mentaliteiten' hadden op de verkoop van kant-en-klaar maaltijden blijft helaas onduidelijk. Er zijn voor dit onderzoek namelijk geen harde verkoopcijfers gevonden; informatie die de betrokken bedrijven niet kunnen of willen vrijgeven. De conclusie dat de genoemde mentaliteiten in absolute zin een positieve of negatieve invloed hadden op de verkoop van kant-en-klaar maaltijden kan dus enkel getrokken worden op basis van een vermoeden, dat vooral is beïnvloed door secundaire literatuur en interviews met respondenten. Zo verklaren andere academici wel zonder terughoudendheid dat de diepvriesmaaltijd niet doorbrak in Nederland gedurende de jaren vijftig en zestig, hoewel ook in deze gevallen geen cijfers worden genoemd. Zelf durf ik een dergelijke conclusie niet aan, hoewel ik op basis van mijn bronnen kan zeggen dat dergelijke typeringen zeer geloofwaardig zijn. Niet onbelangrijk is tevens dat veel van de fabrikanten van kant-en-klaar maaltijden ofwel geheel stopten met het produceren van deze maaltijden (Ras, Conimex, Koenvisser, Heinz) of zelfs failliet gingen en werden opgekocht (Olba). Vaak gebeurde dit in de jaren zeventig. Een verdere aanwijzing betreffende de verkoop van deze producten is het feit dat kant-en-klaar

[4] Zelf geeft het bedrijf in advertenties ook een redelijk uitgebreid recept voor goulash in pikante saus: 'twee uien snijden, smoren met boter, dan klein blikje tomatenpuree en 1 lepeltje paprika er bij doen èn de goulash. Iets koffiemelk. Een voortreffelijke maaltijd gecombineerd met rijst, macaroni of spaghetti'. *Libelle*, 16 januari 1965 (nummer 3) 66; *Margriet*, 16 januari 1965 (nummer 3) 46. Overigens bevatten de andere maaltijden soms ook maar weinig groenten of vlees.

maaltijden ook later niet erg populair werden in Nederland, zeker ten opzichte van omringende landen.[5]

Het werkelijke bewijs voor de invloed van de genoemde mentaliteiten is te vinden in de argumentatie van dit gehele stuk. Het klinkt misschien vreemd, maar het is niet geheel onterecht om te stellen dat men omgekeerd kan redeneren: als bijvoorbeeld het bestaan en de invloed van het vitaminediscours zeer aannemelijk is gemaakt, en de invloed hiervan op kant-en-klaar maaltijden onomstreden, dan volgt hieruit dat een dergelijke 'mentaliteit' ook invloed op de verkoop moet hebben gehad. De precieze verkoopcijfers worden op deze manier ook minder relevant.

Gedurende het betoog wordt, waar relevant, van verschillende (cultuur)theoretici 'geleend', zoals Norbert Elias, Claude Lévi-Strauss en Edward Said. Indien nodig wordt een theorie uitgebreid of weerlegd. Al met al is het theoretische kader beperkt tot de 'bare essentials', en is het historisch kader (zie hoofdstuk 1) van groter belang, hoewel dit historische kader ook een theoretisch aspect bevat.

Het bronmateriaal voor dit stuk bestaat uit advertenties en artikelen uit *Libelle* en *Margriet*, een aantal kookboeken, verschillende contemporaine enquêtes, statistische gegevens van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) en 32 interviews met mensen die aten en kookten gedurende de jaren vijftig en zestig. Daarnaast is veelvuldig gebruik gemaakt van secundaire literatuur. Zie voor een volledig overzicht de bronnenlijst. De tijdschriften in kwestie kunnen voor de periode 1950-1970 relatief representatief worden genoemd. 53% van alle Nederlandse vrouwen boven de 15 jaar (en 35% van alle mannen) blijkt in 1962 *Margriet* te lezen.[6] Eind jaren zestig heeft *Margriet* een oplage van bijna 800.000 exemplaren.[7] Op allerlei fronten (religie, sociaal-economische status, leeftijd) is de groep lezers een dwarsdoorsnede van de Nederlandse maatschappij. *Libelle* beweert in 1950 600.000 abonnees te hebben, en heeft in 1967 een oplage van 532.283. Het is hiermee na *Margriet* het grootste damesblad van Nederland.[8]

Vanwege het enorme bereik van deze tijdschriften mag ook aangenomen worden dat zij rekening moesten houden met hun publiek.[9] Dit is te zien wanneer de hoofdredactrice van *Libelle* zich verontschuldigt voor de aandacht voor de Dolle Mina

---

[5] 'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem' (auteur onbekend), *Voedingsmiddelentechnologie* 23 (1990) 72-73, 72; J. Jobse-van Putten, 'Onderscheid Moet er Zijn. Culturele Heterogeniteit in de Nederlandse Voeding', *Volkskundig Bulletin* 21 (1995) 59-88, 76 en 81.

[6] Oftewel 2.182.000 van de 4.149.000 vrouwen ouder dan 15 jaar. *Margriet Lezerskringonderzoek - Dl. 1 Algemene Analyse van de Lezerskring*, Attwood Statistics; Afd. Nederland (Amsterdam 1962) 6.

[7] M. Bruyn-Hundt & K.G. Tijdens, 'Zuinigheid met Vlijt, Bouwt Huizen als Kastelen. De Gehuwde Vrouw als Huisvrouw', in: H.A. Pott-Buter & K.G. Tijdens (red.), *Vrouwen: Leven en Werk in de Twintigste Eeuw* (Amsterdam 1998) 131- 148, 139.

[8] *Libelle*, 29 december 1950 (nummer 52) 25. De cijfers voor 1967 komen uit: A.P.G. Sens, *Van Zeep tot Soap: Continuïteit en Verandering in Geïllustreerde Vrouwentijdschriften* (Amsterdam 2004) 45. Een laatste statistiek: in 1966 leest niet minder dan 85% van de vrouwen van 16 tot 60 jaar een damesblad, en 75% besteedt hieraan – naar eigen zeggen - meer dan een uur per week. *De Onbekende Lezeres: Een Psychologische Benadering Van de Damesbladlezeres*, Nederlandse Stichting voor Statistiek (Haarlem 1966) 16.

[9] Dit is tevens hoe Trudie Knijn en Carla Verheijen opereren in hun onderzoek naar het moederschapsbeeld in *Margriet* en *Libelle*: 'Ons uitgangspunt is, dat in de door ons bestudeerde vrouwenbladen de heersende moederschapsideologie weerspiegeld wordt. Vanuit commerciële overwegingen komt het erop aan, dat in vrouwenbladen, voornamelijk gericht op huisvrouwen, een beeld van het vrouwenleven, dus ook van het moederschap, gegeven wordt, waar zoveel mogelijk vrouwen zich in kunnen vinden. Men kan het zich niet permitteren, van deze formule af te wijken, omdat dit kan leiden tot een daling van de verkoopcijfers'. G.C.M. Knijn & C.M.L.H. Verheijen, *Moederschap in een Vrouwenblad: Van Opoffering naar Zelf-ontplooiing* (Nijmegen 1982) 1. Ook Catherine Salzman hanteert dit uitgangspunt. C. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27, 3.

beweging in haar tijdschrift[10], of aan het feit dat *Margriet* haar emancipatoire boodschappen voorzichtig brengt. Ook de advertenties houden rekening met een groot publiek, en vandaar dat zij het één en ander zeggen over geldende normen en waarden onder Nederlandse huisvrouwen gedurende 1950-1970.[11]

De groep geïnterviewde respondenten is minder representatief. Dit komt niet alleen omdat het aantal te klein is (32 mensen), maar ook omdat er een duidelijke *bias* aanwezig is: het overgrote deel woonde in de jaren vijftig en zestig in de Randstad.[12] De interviews zijn dan ook niet gebruikt om feitelijke conclusies te kunnen trekken over de jaren vijftig en zestig. De orale bronnen zijn ingezet om aan te tonen hoe abstracte verschijnselen als een vitaminediscours of een gemakstaboe in de praktijk werden (en worden) verwoord; welke alledaagse taal bij de behandelde mentaliteiten hoort. De citaten zijn opgenomen in de tekst zonder contextuele verklaring, maar hebben een directe relatie tot hetgeen dat behandeld wordt. Men zou het 'anekdotalisme' kunnen noemen, ook al zijn er ook gunstigere kwalificaties mogelijk.[13] In appendix III zijn enkele statistische gegevens over de respondenten te vinden.

Zowel de jaren vijftig als de jaren zestig zijn essentieel voor de beschreven mentaliteiten. De historische context is van grote invloed op de verkoop en waardering van kant-en-klaar maaltijden. Maar vooral de *ruimte* voor deze mentaliteiten neemt in deze jaren enorm toe, omdat er op dit moment in de geschiedenis door de toegenomen welvaart ineens iets te kiezen valt voor het overgrote deel van de Nederlandse bevolking. Om deze reden is een hoofdstuk besteed aan de (voornamelijk twintigste-eeuwse) ontwikkelingen in het voedselpatroon en de levensmiddelenindustrie. De verdere opbouw van het stuk is enigszins vanzelfsprekend: in ieder hoofdstuk wordt één van de eerder genoemde mentaliteiten besproken. Het gaat hierbij om het gemakstaboe (hoofdstuk 2), culinaire xenomanie (hoofdstuk 3) en het toegenomen belang van voedzaamheid (hoofdstuk 4). Door deze opbouw zijn de verschillende hoofdstukken ook min of meer los van elkaar te lezen als vier essays met ieder hun eigen argumentatie, hoewel er geregeld gebruik is gemaakt van kruisverwijzingen. In de conclusie wordt tevens zeer beknopt de situatie ná 1970 beschreven, om een idee te geven van de houdbaarheidsdatum van de verschillende mentaliteiten.

---

[10] *Libelle*, 22 augustus 1970 (nummer 34) 19. Hoofdredactrice is D. Hendrikse.

[11] Het is aannemelijk dat de genoemde 'commerciële overwegingen' (voetnoot 9) voor advertenties nog sterker golden.

[12] Ook met andere problemen moet rekening worden gehouden, bijvoorbeeld dat mensen wellicht 'negatief rapporteren over gemaksvoeding om een goede indruk te maken'. 'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem' (auteur onbekend), 72.

[13] Inspiratiebron zijn de *Essais,* hoewel ik natuurlijk geen Michel de Montaigne ben, en mijn respondenten geen Vergilius of Seneca. Overigens zijn door het onderzoeken van vele andere primaire en secundaire bronnen de herinneringen die niet klopten gefilterd, en is het mogelijk geweest om te beoordelen of een bepaalde anekdote enigszins representatief is voor een groter segment van de samenleving. Zoals Paul Thompson schrijft: niet-kwantificeerbare geschiedenis is niet per definitie minder *waar.* P. Thompson, *The Voice of the Past: Oral History* (Oxford 2000) 77-81.

Hoofdstuk 1: De 'mentalisering' van de Nederlandse voedselkeuze

1.1 Het Nederlandse voedselpatroon (1800-1970)

Vanwege het feit dat in de voedselgeschiedenis van de negentiende en twintigste eeuw grote veranderingen plaatsvonden, is het nodig eerst volkomen duidelijk te maken wat de precieze betekenis van het tijdvak 1950-1970 hierin was. Deze twee decennia vormden een breekpunt in de Nederlandse voedselgeschiedenis. Op allerlei gebieden, zoals het eetpatroon, het voedselaanbod, maar ook advertenties en conserveringsmethoden, waren in de genoemde periode grootschalige veranderingen te bemerken. De historische context van de eerste Nederlandse kant-en-klaar maaltijden kan voor een deel verklaren waarom deze op dit moment in de geschiedenis opkwamen en waarom er op een bepaalde manier op werd gereageerd. Daarom zal in het komende hoofdstuk getracht worden uit te leggen waarom in de naoorlogse decennia het eten en de eetbeleving van Nederlanders zo wezenlijk veranderden.

Gerealiseerd moet worden, dat de Nederlandse bevolking tijdens de negentiende eeuw een volkomen ander dieet had dan in de periode 1950-1970. Vooral wat betreft voedingswaarden was de situatie schrikbarend. Een brede onderklasse at vaak slechts aardappelen; drie of vier maal per dag, zeven keer per week. Een dergelijk maal, beroemd verbeeld door Vincent van Gogh in zijn 'De aardappeleters' (1885), werd in sommige regio's ook wel 'aerepels met blôôte voeten' genoemd.[14] Ook andere simpele maaltijden werden veelvuldig gegeten, vooral stamppotten en pap. Vet, vlees of groenten waren een luxe; zelfs brood was vaak te duur. Voedsel moest vullen, en dus zeer stevig zijn. Vooral landarbeiders waren het meest gediend met een maaltijd waarop zij lang konden doorwerken. Wanneer iemand nu tijdens een gezellig eten beweert dat een stamppot 'als cement' is, dan wijst de gastheer of –vrouw deze persoon wellicht beledigd op zijn onbeschoftheid. In de negentiende en begin twintigste eeuw was een dergelijke kwalificatie echter een welgemeend compliment.[15] Men had dus een ander concept van wat 'lekker eten' was, tenminste, *als* men al bezig was met de smaak van het gerecht. Voedsel had bij het merendeel van de bevolking namelijk een puur fysiologische reden: als je niet at, ging je dood.

Als het kon produceerde men tot ver in de twintigste eeuw het eten zelf door het houden van een varken en/of een klein stukje grond. Door de Industriële Revolutie, die in Nederland relatief laat begon, nam de urbanisatie een grote vlucht. Het stedelijk leven hield voor velen in dat zij niet langer in staat waren om zelfvoorzienend te zijn; steeds vaker werden goederen gekocht. Langzaam werd een steeds groter deel van de bevolking voor zijn voedselvoorziening afhankelijk van een steeds kleiner wordende groep mensen.

Norbert Elias wees aangaande dit feit op een interessante paradox: 'Hetzelfde proces dat mensen minder afhankelijk heeft gemaakt van de wisselvalligheden van de

[14] Vooral in delen van Zuid-Holland. J. Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam: Cultuurgeschiedenis van de Dagelijkse Maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1996) 391.
[15] Ibidem, 361.

natuur heeft hen afhankelijker van elkaar gemaakt [...]'.[16] Op het platteland bleven velen nog vasthouden aan de oude manier van leven, maar ook hier werden bepaalde gebruiken langzaam maar zeker opgegeven, zoals het karnen van boter of het bakken van brood.

In de agrarische sector vond een noodzakelijke schaalvergroting plaats.[17] Hierdoor was het tevens mogelijk om nieuwe technologie los te laten op de aardappelen, de boerenkool en de tuinboontjes. Een hectare grond leverde door allerhande mechanisatie en innovatie steeds meer op. Op het gebied van agrarische productie, voedseltransport en conserveringsmethoden werden de vruchten geplukt van belangrijke wetenschappelijke innovaties (zie ook paragraaf 1.2).

In het begin van de twintigste eeuw werd het voor meer mensen mogelijk om zaken te eten die kort daarvoor nog luxegoederen waren: suiker, vlees, melk en kaas werden nu langzaamaan betaalbaar. Niet alleen zakten de prijzen van dit soort producten, de welvaart nam simpelweg toe in Nederland. Een stijging in de lonen betekende dat ook de lagere klassen zich een fornuis konden veroorloven. Het werd gedurende de jaren dertig en veertig voor velen mogelijk om de drie-eenheid van aardappels, groenten en vlees te bereiden, waar immers (minstens) drie verschillende hittebronnen voor nodig waren. Naast klassenverschillen namen ook regionale verschillen gestaag af, waardoor cultuurhistorica Jozien Jobse-van Putten spreekt van een 'convergentie' op het gebied van het Nederlandse voedingspatroon in de eerste helft van de twintigste eeuw.[18] Een teken van de stijgende welvaart is bovendien dat men procentueel gezien een steeds kleiner deel van het loon aan voedsel ging uitgeven.[19] In 1850 werd gemiddeld 70% van de inkomsten besteed aan eten, terwijl dit in 1890 nog maar 50% is.[20] In 1950 is dit nog maar 39%, en in 1971 is dit percentage zelfs gedaald naar 20%.[21]

In het voedselpatroon van de jaren vijftig zaten weinig klassenverschillen meer: nu at bijna iedereen dagelijks aardappels, groenten en vlees. De eenzijdigheid onder de bevolking was zo extreem, dat ook nu deze combinatie nog als 'typisch Nederlands' wordt gezien, hoewel het hier dus een redelijk recente 'uitvinding' betreft. Men zou hier wellicht kunnen spreken van een 'invention of tradition'.[22]

---

[16] A.H. van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990): een Historisch-Sociologische Studie* (Amsterdam 1990) 270. Zij citeert: N. Elias, *Sociologie en Geschiedenis en Andere Essays* (Amsterdam 1971) 167.

[17] Dit zette overigens na de Tweede Wereldoorlog sterk door. Zo waren er in 1950 410.000 landbouwbedrijven, terwijl daar in 1970 nog maar 185.000 van over waren. In 2008 was dit aantal gedaald naar 75.000 bedrijven. *111 Jaar Statistiek in Tijdreeksen, 1899-2010*, Centraal Bureau voor Statistiek (Den Haag/Heerlen 2010) 108.

[18] J. Jobse-van Putten, 'Onderscheid moet er Zijn. Culturele Heterogeniteit in de Nederlandse Voeding', *Volkskundig Bulletin* 21 (1995) 59-88, 62.

[19] De zogenaamde wet van Engel, vernoemd naar Ernst Engel (1821 – 1896). Hij stelde dat bij het stijgen van de welvaart, het absolute bedrag dat aan voeding wordt uitgegeven stijgt, maar relatief minder snel dan de totale uitgaven (met als gevolg een procentuele daling) intreed. Dit is wellicht niet zo verwonderlijk als men bedenkt dat de uitgaven aan eten een plafond hebben: zelfs wanneer men enkel luxevoedsel zou kopen, zou er bij een bepaalde hoeveelheid verzadiging optreden. Bovendien stijgen kosten van vaste lasten relatief sneller dan die van voedsel in deze periode.

[20] A.H. van Otterloo, 'Voeding in Verandering', in: J.W. Schot, et al. (red.), *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 236 – 247, 241.

[21] C. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27, 23.

[22] Een enigszins losse interpretatie van de term. Eric Hobsbawm wijst op de noodzaak van een expliciet ideologische component en bepaalde publieke rituelen bij het uitvinden van tradities. Beiden ontbreken min of meer als het gaat om de combinatie aardappels, vlees en groenten als typisch Nederlandse traditie. Naar de combinatie van patriottisme of het burgerlijke ideaal en deze 'invention' zou een onderzoek gedaan kunnen worden. E.J. Hobsbawm, 'Introduction: Inventing Traditions', in: E.J. Hobsbawm & T. Ranger (red.), *The Invention of Tradition* (Cambridge 1992) 1-14, 3-4.

Vanaf de jaren zestig was er weer divergentie in het voedselpatroon te constateren, een ontwikkeling die eigenlijk nog altijd doorloopt. Door allerlei veranderingen was Nederland na de Tweede Wereldoorlog geleidelijk veel diverser gaan eten. Individuele keuzes wat betreft voedselkeuze, maaltijdstructuur en eetmomenten bepaalden steeds vaker het beeld. Deze verandering was misschien nog niet het duidelijkst zichtbaar in de jaren zestig, maar men kan wel degelijk zeggen dat in deze periode het keerpunt lag van convergentie naar divergentie. Vooral de intense internationalisering van het gemiddelde weekmenu van een Nederlands gezin is belangwekkend, wat ervoor zorgt dat statistici nu constateren dat 'de aardappel op z'n retour is'.[23] De decennia na de Tweede Wereldoorlog waren hierin essentieel: de nieuwsgierigheid naar buitenlands of exotisch voedsel is grotendeels een product van de jaren vijftig en zestig.

1.2 De opkomst van conserveringsmethoden

Om bij het precieze onderwerp van deze studie te raken, is het belangrijk de voorgeschiedenis van het conserveren te behandelen. Wanneer men spreekt van een kant-en-klaar maaltijd in de jaren vijftig of zestig, dan gaat het immers altijd om een *geconserveerde* maaltijd, in blik, glas, ge(vries)droogd of bevroren. Conserveren is een zeer oud gebruik. Om in de winter ook nog de beschikking te hebben over groenten of vlees, werd er in Nederland gepekeld, geweckt, gekonfijt of in de wijn gelegd. De technieken waren gedurende de hele negentiende eeuw verre van volmaakt en de smaak veranderde dan ook significant. Gepekelde groenten werden bijvoorbeeld veel te zout. Bovendien kon men er op rekenen dat een deel van de ingemaakte bonen of het varkensvlees (in Keulse potten) zou bederven. Doordat deze beperkte conserveringsmethoden het enige was wat men in deze tijd had, moest vaak genoegen genomen worden met ranzig spek of zelfs met maden in de ham.[24]

Vooral in Nederland werd wecken (vernoemd naar de firma Weck, die rond 1900 met een 'weck-set' op de markt kwam) in de eerste helft van de twintigste eeuw zeer populair. De smaak werd beter behouden in de gesteriliseerde, glazen potten. Zozeer zelfs, dat men in deze tijd weckgroenten als 'vers' bestempelde. De methode was echter redelijk bewerkelijk en de potten kostten veel opslagruimte. Rond de jaren vijftig was de weckhype voorgoed voorbij.[25] Wat betreft gemechaniseerde productie werd de glazen pot in de jaren vijftig en zestig juist erg populair; vooral fabrikant Hak boekte succes (zie paragraaf 4.5).

Zoals duidelijk zal worden, was conservering in blik een belangrijke methode voor kant-en-klaar maaltijden in de jaren vijftig en zestig. Over het algemeen kan men stellen dat Nederland wat betreft industriële innovatie laat is, en dat geldt tevens voor het inblikken van voedsel.[26] In het begin is blikvoedsel erg duur, en dus alleen gericht op

[23] 'Pasta is in, aardappel op z'n retour', http://nos.nl/artikel/207226-pasta-is-in-aardappel-op-zn-retour.html. Auteur onbekend. Laatst gewijzigd: 23 december 2010. Geraadpleegd op: 22 juli 211.
[24] Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990),* 81.
[25] Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam*, 397.
[26] In Engeland zijn er na 1810 al meerdere fabrieken die op deze wijze eten conserveren, en ook in de Verenigde Staten en Australië neemt de vraag naar blikvoedsel sterk toe, onder andere door verschillende oorlogen (denk aan de Krimoorlog, de Amerikaanse burgeroorlog en de Frans-Duitse oorlog van 1870).De behoefte aan lang houdbaar

bedrijven of instellingen die het kunnen betalen: restaurants, het leger, ziekenhuizen. [27] Hoewel de methode van het inblikken van 1950 tot 1970 onder andere wordt gebruikt om Nederlanders te laten kennismaken met Indische maaltijden, concentreert de productie van blikvoedsel zich in de negentiende en begin twintigste eeuw juist op Nederlandse militairen die in Nederlands-Indië graag 'Hollandse pot' willen eten. Zo kan men toch 'Nederlandse' groenten kopen in de tropische koloniën.[28] Daarna, mede door een toegenomen vraag als gevolg van de urbanisatie, worden de prijzen in West-Europa schappelijker, waardoor ook sommige consumenten zich aan conserven kunnen wagen.

Het invriezen van voedsel was gedurende de jaren vijftig nog niet ingeburgerd. Rond 1880 waren er al scheepsladingen met Argentijns rundvlees gekoeld naar Europa gebracht. De technieken waren op dat moment echter nog erg ongepolijst. Doordat het invriezen van de producten veel te geleidelijk gebeurde, ontstonden er ijskristallen in het vlees; bij ontdooiing was de structuur volkomen kapot.[29] In 1914 begon de Amerikaan Clarence Birdseye met het invriezen van vis, en later, in de jaren dertig, breidde hij zijn assortiment uit met groenten en fruit. Zijn veel snellere vriesmethode, waarbij het voedsel kort tussen twee ijskoude metalen werd geklemd, noemde hij *quick-freezing*. Door de ontwikkeling van de Amerikaanse economie hadden veel mensen in de V.S. hadden al een koelkast (en vaak zelfs een vriezer) voordat de Tweede Wereldoorlog uitbrak.[30] In Amerika werd de diepvriessectie van de supermarkt dan ook sneller een grootschalig succes.[31]

Dit was desondanks nauwelijks vergelijkbaar met de situatie in Nederland, waar diepvriesproducten voor het eerst op de markt werden gebracht in 1941 door Unilever. Bevroren groenten en fruit werden geleverd aan Albert Heijn, evenals drie diepvrieskasten waarin de producten verkocht konden worden. Na de oorlog zette bevroren voedsel de geleidelijke verovering van de Nederlandse kant-en-klaarmarkt voort. Unilever leverde producten aan detailhandelszaken, maar ook aan de Bijenkorf en Vroom & Dreesmann.[32] Productie- en transportkosten waren echter nog altijd aanzienlijk, waardoor de prijs in winkels voorlopig hoog zou blijven. Verse groenten waren simpelweg goedkoper. Daar kwam bij de meeste huishoudens in Nederland aan het begin van de jaren vijftig nog niet over een koelkast beschikten (zie tabel 1), en al

---

voedsel (vanwege lange aanvoerlijnen) stimuleerde tijdens deze oorlogen innovaties op het gebied van conservering. Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990)*, 83-84.

[27] Wat restaurants betreft noemt Adel den Hartog ingeblikte groenten zoals spinazie, doperwten, groene boontjes en snijbonen. A.P. den Hartog, 'Technologisch Vernuft en Eten Buitenshuis als Massaverschijnsel in de Negentiende en Twintigste Eeuw', in: M. Jacobs, & P. Scholliers (red.), *Buitenshuis Eten in de Lage Landen Sinds 1800* (Brussel 2002) 29 – 56, 42.

[28] Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990)*, 83.

[29] Den Hartog, 'Technologisch Vernuft en Eten Buitenshuis als Massaverschijnsel in de Negentiende en Twintigste Eeuw', 40.

[30] Volgens Kenneth Kiple heeft ongeveer 90% van de Amerikaanse stedelingen een koelkast rond 1950, tegenover tachtig procent van de plattelandsbevolking. K. F. Kiple, *A Moveable Feast: Ten Millenia of Food Globalization* (Cambridge 2007) 234-235. In 1954 zijn diepvriesproducten al in 275.000 winkels, over heel Amerika verspreid, te koop. A.H. van Otterloo, 'Prelude op de Consumptiemaatschappij in Voor- en Tegenspoed 1920-1960', in: J.W. Schot, et al. (red.), *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 263-279, 276.

[31] In 1955 maakte diepvriesproducten al 3,71% van de totale binnenlandse voedselomzet uit. Deze groei kwam niet in de laatste plaats door allerhande kant-en-klaar producten, zoals 'boil-in-a-bag' maaltijden. S. Hamilton, 'The Economies and Conveniences of Modern-Day Living: Frozen Foods and Mass Marketing, 1945-1965', *The Business History Review* 77 (2003) 33-60, 35-38.

[32] H. Buiter, 'Koelen en Vriezen', in: J.W. Schot, et al. (red.), *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 339-351, 348.

helemaal niet in het bezit waren van een vriezer.[33] Ook andere keukenapparatuur die nu volkomen zelfsprekend is, was in deze tijd nog lang niet zo gewoon: 41% van de bevolking had bijvoorbeeld in 1964 een gasfornuis.[34]

Tabel 1. Koelkastbezittende gezinnen.

Jaar	1947	1960	1984
Nederlandse gezinnen met koelkast.	2%	10%	93%

Bronnen: Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990)*, 175; Buiter, 'Koelen en Vriezen', 350.

Het moderniseringstempo van de Nederlandse keuken moet niet overschat worden. Hoewel nieuwe technieken of ideeën voorhanden waren, en het bedrijfsleven in het geval van diepvriesproducten ook stond te trappelen om de innovaties door te voeren, was de consument nog niet klaar voor de veranderingen; men zou eerst een vriezer moeten kunnen betalen. Toen in de jaren zestig de loonmatiging in Nederland langzaam opgeheven werd, schoot het aantal vriezerbezitters omhoog. Tot die tijd waren de producten duur, en moesten de vriezerloze klanten die de groenten of het fruit wel konden betalen de producten binnen twee dagen opeten. Het is niet vreemd dat wanneer dure conserven niet kunnen worden geconserveerd, ze geen grootschalig succes worden. Aan het eind van de jaren zestig veranderde dit en nam het aanbod ook snel toe. In 1965 had Iglo twaalf soorten diepvriesgroenten en zeven verschillende kant-en-klaar maaltijden.[35] In deze zin is het tijdvak 1950-1970 (en vooral vanaf 1960) een breekpunt in de Nederlandse diepvriesgeschiedenis.

1.3 De diversificatie van voedingsmiddelen

Door de urbanisatie nam de betekenis van de kruidenier als doorgeefluik van goederen snel toe. Tot aan de jaren vijftig hield dit in dat men in een kleine winkel de eigenaar aanwees wat men nodig had, waarna deze de genoemde zaken uit zijn bakken schepte en afwoog. Weinig tot niets was voorverpakt, en merkartikelen kwamen in Nederland slechts langzaam gedurende de twintigste eeuw op. In de Verenigde Staten kende men in de jaren twintig al *self-service* en *supermarkets*[36], maar in Nederland keek men argwanend tegen deze ontwikkelingen aan. Gerrit Heijn ging voor Albert Heijn in 1936 al kijken in Amerika. Van de supermarkten was hij niet onder de indruk. Natuurlijk waren er praktische bezwaren: iets dat zoveel ruimte inneemt, moest wel aan de rand van de stad

[33] 'De […] vrieskist vond tot 1969 nauwelijks aftrek. […]'. In 1980 had nog steeds maar 49% van de Nederlandse huishoudens een vriezer. Ibidem, 350, 293. Het huren van een vrieskist werd, voornamelijk op het platteland, wel een beperkt succes, maar ook dit was niet heel goedkoop (ongeveer 50 gulden per jaar). I. Montijn, *Aan Tafel! Vijftig Jaar Eten in Nederland* (Utrecht 1991) 83.
[34] Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990)*, 175.
[35] Iglo prijslijst 1965, Historisch Archief Unilever (archiefnummer onbekend).
[36] In 1916 richtte Clarence Saunders de eerste self-service winkel op in Memphis: *Piggly Wiggly.* In Los Angeles waren supermarkten in de jaren twintig al concurrenten van kruideniers, en dit versterkte alleen nog maar gedurende de crisisjaren.

worden opgezet, een plek die voor de autoloze Nederlanders lastig te bereiken was.[37] Maar op een kruidenier van de oude stempel kwamen dergelijke supermarkten waarschijnlijk ook enigszins rommelig en ordinair over.[38]

Na de oorlog moest Nederland er alsnog aan geloven. Op 26 november 1948 startte Chryso van Woerkom in Nijmegen de eerste *self-service* winkel in Nederland. 'Een stukje Amerika in Nijmegen' en 'Zelf bedienen is geld verdienen', zo adverteerde hij.[39] Veel van zijn producten waren voorverpakt in vaste hoeveelheden. Andere kruideniers bleven sceptisch. Een belangrijk onderdeel van de verkoop was immers altijd het gesprek geweest. 'Heeft u nog iets nodig, mevrouw?' of 'Ik heb op het ogenblik zelfgemaakte beschuiten' waren zinnetjes die de kruidenier zijn winst opleverde. Hoe moest Van Woerkom overleven als hij geen subtiele psychologische druk kon uitoefenen op zijn klanten?

Bijna niemand binnen de detailhandel hield echter rekening met een heel ander psychologisch verschijnsel: de impulsaankoop. Wanneer de huisvrouw zomaar om zich heen kon grijpen, kwam zij regelmatig thuis met meer dan op het briefje stond. Bovendien was de tijdsbesparing aanzienlijk, en dit maakte *self-service* winkels ook in Nederland zeer populair.[40] Wellicht waren vrouwen tevens blij dat ze niet meer te maken hadden met de vriendelijke, maar dwingende suggesties van de kruidenier. De zelfbedieningswinkels in Nederland werden na de Tweede Wereldoorlog steeds groter, waardoor ook de keuzemogelijkheden toenamen.

Voorafgaand aan de Tweede Wereldoorlog was de handel in voedsel zeer gefragmenteerd. Voor de kruidenier was het wettelijk verboden om zaken te verkopen die toebehoorden aan andere ondernemers. Vleesverkoop was voorbehouden aan de slager, broodverkoop aan de bakker. Een halfje wit of twee ons gehakt viel dus niet te bestellen bij het winkeltje op de hoek. Toen Albert Heijn op 25 mei 1955 zijn eerste supermarkt opende in Rotterdam was de vrijheid van de detailhandel nog steeds beperkt. Een oplossing voor deze bedrijven was om naast de supermarkt bijvoorbeeld een aparte slagerij te installeren. Het ging in de jaren vijftig en zestig desondanks zeer snel: in 1961 waren er reeds 50 supermarkten in Nederland, in 1967 al 700.[41]

De winkels van bijvoorbeeld De Gruyter, Simon de Wit en Edah verkochten, nadat de wetten in 1961 definitief werden gewijzigd[42], een keur aan alledaagse benodigdheden: van deodorant tot groenten uit blik, van kaarsen tot een hele diepvrieskip. [43] De hoeveelheid ruimte nam toe, en ook het aantal producten steeg naar enkele duizenden in de jaren vijftig.[44] De supermarkt won in deze periode terrein. Wat de

---

[37] In 1939 heeft één op de 75 mensen in Nederland een vracht- of personenauto. R.J. Miellet, *Honderd Jaar Grootwinkelbedrijf in Nederland* (Zwolle 1993) 285.

[38] J.L. de Jager, *Arm en Rijk Kunnen bij Mij Inkopen Doen: De Geschiedenis van Albert Heijn en Koninklijke Ahold* (Baarn 1995) 117.

[39] Ibidem, 118.

[40] In 1969, toen Franse consumenten nog altijd de keuze hadden tussen de traditionele kruidenier en de self-service supermarkt, gaven zij aan te kiezen voor de laatste vanwege de snelheid waarmee men kon winkelen. Volgens Isabella Lescent-Giles is het zo dat 'the motivations were roughly similar all over Europe'. I. Lescent-Giles, 'The Rise of Supermarkets in Twentieth-century Britain and France', in: C. Sarasúa, P. Scholliers & L. Van Molle (eds.), *Land, Shops and Kitchens: Technology and the Food Chain in Twentieth –century Europe* (Turnhout 2005) 188-211, 199.

[41] Montijn, *Aan Tafel!*, 50.

[42] Ibidem, 55.

[43] In de V.S. groeiden kruideniers al eerder. De gemiddelde kruidenier had in de Verenigde Staten ongeveer 600 artikelen in 1916, en enkele duizenden in de late dertiger jaren. Kiple, *A Moveable Feast*, 234. Informatie over de groei van de winkels zelf: C. Gardner & J. Sheppard, *Consuming Passion: The Rise of Retail Culture* (London 1989) 179.

[44] De Jager, *Arm en Rijk Kunnen Bij Mij Inkopen Doen*, 183.

detailhandel betreft was 1950-1970 niet minder dan een revolutionaire periode: *self-service*, de opkomst van de supermarkt en de grote uitbreiding van het aantal merkartikelen waren enorme veranderingen in deze tijd.

Er verschenen in deze periode constant nieuwe producten op de markt. Multinationals zoals Heinz en Nestlé innoveerden en produceerden naar hartenlust, en een grootschalige diversificatie was het gevolg. Waar Unilever in haar beginperiode nog hoofdzakelijk margarine en zeep produceerde, daar kocht het in de jaren vijftig en zestig een aanzienlijke hoeveelheid bedrijven en fabrieken op om allerlei zaken te produceren: de eerdergenoemde diepvriesproducten, maar ook wasmiddel, rookworst, thee en deodorant. Langzaam vond schaalvergroting plaats in de winkels zelf, waardoor er na de oorlog al snel honderden extra artikelen te koop waren, waaronder vooral veel van Amerikaanse oorsprong. Niet al deze producten zouden succesvol blijken, (ongeveer zeventig procent van de nieuwe artikelen liep uit op een fiasco!), maar dat de consument meer te kiezen kreeg, moge duidelijk zijn.[45] Wanneer sociologe Anneke van Otterloo stelt dat de meest essentiële ontwikkeling van de twintigste-eeuwse voedselgeschiedenis de overgang van schaarste naar overvloed is[46], dan heeft zij het over een evolutie die in een stroomversnelling terecht kwam vanaf de jaren vijftig.[47]

Om al deze nieuwe producten onder de aandacht te brengen van potentiële klanten, was reclame nodig. In tijdschriften en kranten werden consumenten gewezen op het bestaan van een keur aan artikelen. In het bestaan van advertenties ligt echter niet het vernieuwende karakter van het gekozen tijdvak. Reclame maakte in deze periode echter wel een *inhoudelijke* verandering door. Vooral na de oorlog werd het aanprijzen van een product een pseudowetenschappelijk onderzoeksgebied. Los van een experimentje hier en daar was marktonderzoek een relatief nieuw gegeven, zeker in Nederland. Nu leerden bedrijven echt kennismaken met hun doelgroep(en).

Waar reclames uit de jaren vijftig nog redelijk zakelijk zijn - en het ontwikkelen van nieuwe producten tevens een typisch 'top-down'-proces - daar verandert dit alles langzaam gedurende de jaren zestig. Advertenties werden speelser, en producten konden niet meer blind de markt op worden geslingerd. Voorafgaand aan de lancering van 'nieuw voedsel' deed men nu uitvoerig onderzoek. Ook het verpakken van eten werd in deze periode een geheel nieuwe kunst. De katalysator voor deze verandering was de opkomst van *self-service* winkels, en later supermarkten. Nu de detailhandelaar zijn verkooppraatje was verloren, moest de verpakking gelden als de *silent salesman*.[48] En dus werden bedrijven in deze periode langzaam behendig in het presenteren van een merk, in het creëren van een imago.

Gedurende de jaren vijftig en zestig namen de voedingsmiddelenadvertenties in *Margriet* en *Libelle* sterk toe.[49] Het doelwit van al deze advertenties was de vrouw.

---

[45] Bijvoorbeeld bij Albert Heijn. Voorbeelden zijn 'cornflakes, oploskoffie en andere instantprodukten die door soldaten te velde waren uitgetest'. Ibidem, 110, 191.

[46] Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990)*, 257.

[47] Zuinigheid blijft natuurlijk voor een segment van de Nederlandse samenleving een ideaal. Op verspilling en overdadige consumptie wordt door sommigen ten zeerste neergekeken. Zie bijvoorbeeld: C.D.A. Brinkgreve & M. Korzec, *"Margriet Weet Raad": Gevoel, Gedrag, Moraal in Nederland 1938 – 1978* (Utrecht 1978) 79.

[48] Montijn, *Aan Tafel!*, 21.

[49] Rob Pikaar telde de voedingsmiddelenadvertenties in *Margriet.* In 1952 zaten er gemiddeld 9 reclames voor voedsel in een *Margriet,* in 1964 waren dit er 20,3; in 1970 19,9. Percentueel namen zij in 1952 4,1% van alle pagina's in; in 1965 11%; in 1971 12,1%. R. Pikaar, *"Dàt is Gezonde Voeding. Iedere Dag uit Ieder Vak.": De Invloed van de Voedingsvoorlichting op de Reklame in Margriet in de Periode 1950-1975* (Rotterdam 1995, ongepubliceerde doctoraalscriptie) 55.

Hoewel dit waarschijnlijk niet geheel met de werkelijkheid strookte, bestond het beeld dat zij in haar eentje, met haar huishoudgeld, bepaalde wat de dagelijkse aankopen zouden zijn. Psychologen werden ingeschakeld om bedrijven te adviseren. Wat voor argumenten zouden de huisvrouw kunnen overtuigen? Hun marktonderzoek gaf aan dat zij bereikt kon worden door op haar gevoel in te spelen. Zoals met eerder beschreven ontwikkelingen, werd met meer dan een schuin oog naar de Verenigde Staten gekeken, waar men al enige tijd ervaring had met reclame van een 'hoger' niveau. Uiteindelijk zouden de jaren zeventig in Nederland ook een revolutionaire periode voor de reclamewereld blijken - alleen al vanwege de STER-reclame op televisie (1967) en radio (1968). Maar de jaren vijftig en zestig zijn hiervoor een essentiële aanloop geweest; een periode waarin advertenties intelligenter en verfijnder werden dan voorheen, en een enorm diverse hoeveelheid aan producten aanprezen.

1.4 Stijgende koopkracht

Een belangrijk gegeven voor de verkoop van al deze nieuwe producten is de spectaculaire stijging van de Nederlandse koopkracht gedurende de jaren vijftig en zestig. Wanneer het op voedselkeuze aankomt, is prijs altijd een belangrijke factor. Wellicht is het, gezien het onderwerp van dit stuk, zinvol om te kijken naar de ontwikkelingen aangaande kant-en-klaar maaltijden. Al tijdens de jaren vijftig is een aanzienlijke stijging te zien, maar na het einde van de loonmatiging (begin jaren zestig) barst het pas goed los. Het Bruto Nationaal Inkomen schiet omhoog (zie tabel 2).

Tabel 2: Bruto Nationaal Inkomen 1950-1970.

Jaar	Bruto Nationaal Inkomen (in euro's)
1950	8.5 miljard
1955	13,6 miljard
1960	19,1 miljard
1965	31,1 miljard
1970	59,2 miljard

Bron: *111 Jaar Statistiek in Tijdreeksen, 1899-2010*, CBS, 86-89.

Om te kunnen beoordelen of de kant-en-klaar maaltijden van Olba, Royco en anderen 'prijzig' waren is het wellicht goed om te weten hoeveel bepaald basisvoedsel kostte in deze tijd. Wanneer in ogenschouw wordt genomen dat een blik Conimex nasi goreng (voor twee personen) in 1955 *ƒ* 2,10 kostte, en een nasi goreng diepvriesmaaltijd van Iglo tien jaar later *ƒ* 2,40 (600 gram) dan realiseert men zich al snel dat de maaltijden niet goedkoop waren. Vooral in het begin van de jaren vijftig zullen de maaltijden (en blikvoedsel in het algemeen) voor veel mensen te duur zijn geweest (zie tabel 3).

Tabel 3: Prijzen van enkele basisgoederen 1950-1970.

Jaar	Prijs per kilo (omgerekend naar euro's)		
	Aardappelen	Brood	Rijst
1950	0,07	0,17	0,46
1960	0,11	0,20	0,45
1970	0,21	0,36	0,83

Bron: *111 Jaar Statistiek in Tijdreeksen, 1899-2010*, CBS, 179-184. Prijzen voor 2009: Aardappelen € 0,72; Brood € 1,46; Rijst € 2,03.

Het moge duidelijk zijn dat, hoewel groenten en vooral vlees een stuk duurder zullen zijn geweest dan deze *staple foods*, het in 1955 makkelijk was om een maaltijd voor vier personen te maken die goedkoper was dan de f 4,20 die twee blikken Conimex nasi goreng op dat moment kostten. Zelfs groenten uit blik waren in 1951 nog prijziger dan hun verse variant.[50]

Maar iets anders, iets essentieels, wordt ook duidelijk: de koopkracht nam ook ten opzichte van de kant-en-klaar maaltijden sterk toe.[51] Het meest extreem is het einde van de zestiger jaren. In tabel 2 is te zien dat het Bruto Nationaal Inkomen van 1965 tot 1970 stijgt met 90,3%.[52] De prijs van de eerdergenoemde Iglo nasi goreng diepvriesmaaltijd stijgt in dezelfde periode met 18,75% (van *ƒ* 2,40 naar *ƒ* 2,85).[53] Naar hedendaagse begrippen een gigantisch percentage, maar afgezet tegen de stijging in inkomen wordt duidelijk dat een kant-en-klaar maaltijd in deze periode voor velen binnen de mogelijkheden lag. De prijs van de blikken bleef nog veel stabieler. Een blik nasi goreng van Koenvisser kostte in 1960 *ƒ* 1,59.[54] Vijf jaar later kostte ditzelfde blik *ƒ* 1,69[55], terwijl het Bruto Nationaal Inkomen in diezelfde periode stijgt met 62,8%. Tien jaar later, in 1970, kost deze maaltijd 2,18.[56]

Een ander voorbeeld zijn de maaltijden van Conimex. Advertenties van Conimex zijn al in 1955 in de bladen te vinden. Bliknasi van dit bedrijf uit Baarn kost op dat moment *ƒ* 2,10 voor een groot blik, een flink bedrag.[57] Helaas is Conimex in 1965 al gestopt met het vermelden van prijzen in zijn advertenties. Het moge echter duidelijk zijn, dat ook in dit geval de prijs niet gelijkgeschakeld werd met de stijging van de lonen (een toename van 335% tussen 1950 en 1970), wat zou betekenen dat een blik Conimex nasi goreng in 1970 *ƒ* 7,- zou hebben gekost.[58]

Ook uit gesprekken met respondenten blijkt, dat prijs in de jaren vijftig een rol heeft gespeeld, maar dat halverwege de jaren zestig velen de consumptievoorzichtigheid geleidelijk lieten varen. Zoals eerder betoogd geeft het tijdvak 1950-1970 door de stijging van de welvaart dus ruimte aan andere overwegingen bij het maken van voedselkeuzes. Een kant-en-klaar maaltijd kopen hoefde men uiteindelijk om de prijs niet meer te laten. Ook andere praktische obstakels voor het kopen van de blikken, glazen of bevroren pakken verdwenen in deze periode geleidelijk. Een kruidenierswinkel was inmiddels meestal wel in de buurt,[59] en aan het eind van de jaren zestig konden velen terecht bij een supermarkt.

---

[50] A. de Knecht-van Eekelen & A.H. van Otterloo, 'Diffusion of Glass Preserved Food in the Dutch Food Pattern 1945-1995', in: M. Schärer, & A. Fenton (red)., *Food and Material Culture* (East Linton 1998) 229-247, 237.

[51] Ook onder de financieel zwakkeren, als gevolg van de sociale wetgeving (Werkloosheidswet, Algemene Ouderdomswet, Wet op de arbeidsongeschiktheidsverzekering).

[52] Wel moet rekening worden gehouden met de stijging van het inwonersaantal. In 1950 wonen iets meer dan 10 miljoen mensen in Nederland; in 1970 zijn dit bijna 13 miljoen mensen. *111 Jaar Statistiek in Tijdreeksen, 1899-2010*, CBS, 8.

[53] Iglo prijslijsten 1965 en 1970. Historisch Archief Unilever (archiefnummer onbekend).

[54] *Margriet*, 2 april 1960 (nummer 14) 69; *Libelle*, 16 april 1960 (nummer 16) 87.

[55] *Margriet*, 9 januari 1965 (nummer 2) 15.

[56] *Margriet*, 4 april 1970 (nummer 14) 168; *Libelle*, 4 april 1970 (nummer 15) 45.

[57] *Margriet*, 19 februari 1955 (nummer 8) 43; *Libelle*, 19 februari 1955 (nummer 8) 75.

[58] Bijna alles wordt duurder, alarmeert *Libelle* in een prijsvergelijking in 1970. Slechts één product op hun lijst is juist *goedkoper* geworden. In één jaar tijd is de prijs van een kilo diepvrieskip van 3,43 gulden naar 2,50 gulden gegaan, oftewel een daling van 27%. *Libelle*, 12 december 1970 (nummer 50) 26.

[59] In 1956 hoeft bijna geen enkele huisvrouw verder dan 10 minuten te lopen naar een kruidenierswinkel. *De Distributie van Levensmiddelen en de Huisvrouw*, Nederlandse Stichting voor Statistiek (Den Haag 1957) fig. 6 (tussen p. 24 en 25).

De hierboven geschetste ontwikkeling is van groot belang voor de rode draad van dit hoofdstuk. Want hoewel voedselproductie, -reclame en -verkoop in het tijdvak 1950-1970 allemaal veel sterker 'gepsychologiseerd' raken door marktonderzoek en dergelijke, was de *voorwaarde* voor deze verandering de toename van de koopkracht. Pas wanneer grote praktische bezwaren, zoals een simpel gebrek aan geld, zijn weggenomen, ontstaat er echt ruimte voor allerlei mentale overwegingen. Mag de huisvrouw een keertje een dag overslaan en een blik opentrekken? Wil men avontuurlijker zijn in de keuken? Is diepvriesspinazie gezonder dan de weckgroenten uit eigen kelder? Allemaal vragen die geen ruimte krijgen in een maatschappij van schaarste.

In de vijftiger en zestiger jaren veranderde Nederland echter voorgoed in een maatschappij van overvloed, en hierdoor werd wat men at meer en meer bepaald door psychologische mechanismen en culturele voorkeuren.[60] Voedselhistoricus Stephen Mennell noemt dit de 'civilisering van de eetlust': men kón nu kiezen, maar dit betekent tevens dat men nu moést kiezen.[61] Voedselkeuze werd in de decennia na de Tweede Wereldoorlog voor een zeer groot deel een kwestie van mentaliteiten.[62]

1.5 Smaak

Een simpele beslissing over het wel of niet kopen van een kant-en-klaar maaltijd werd na de oorlog ingewikkelder: niet langer was slechts de prijs doorslaggevend. En dus kon het gebeuren dat andere zaken de koop in veel sterkere mate gingen beïnvloeden. Ook *smaak* kwam in de twintigste eeuw als factor van belang opzetten. Door de diversificatie van producten en de toename van de koopkracht, werd dit voor een veel groter gedeelte van de Nederlandse bevolking een overweging bij de voedselkeuze. Wanneer men de voedselkeuze academisch probeert te benaderen, is het lastig om rekenschap te geven van de factor smaak. Omdat hierover nu eenmaal niet te twisten valt, is het lastig om smaak historisch te reconstrueren. Een grootschalig onderzoek met orale bronnen zou hier wellicht resultaten kunnen leveren die ook enige wetenschappelijke waarde bevatten.[63]

Ras stamppotten? Ja, dát vond ik lekker. Ook op vakantie. Altijd hadden we dat in de caravan bij ons. Dat is poeder, volgens mij synthetisch, en dan met water aanlengen en dan was het klaar. Het was dun, er zat geen aardappel in volgens mij, maar de smaak was goed, die was heel goed kan ik me nog herinneren. Als ik het at dan nam ik boerenkool of hutspot. Als vakantievoer was het prima; was echt heel goed.[64]

[60] Een uitzondering zijn overigens religieuze waarden. De rol van godsdienst in het voedselpatroon is onder autochtone Nederlanders sterk teruggelopen in de naoorlogse decennia. Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam*, 410.
[61] Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840 – 1990)*, 261.
[62] Anneke van Otterloo verwoordt het iets anders: 'Het terrein van voedsel en voedselbereiding is in toenemende mate een zaak geworden van moraal, ideologie en wetenschap en minder een kwestie van louter overleven'. Van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840 – 1990)*, 258.
[63] Ook zou het kunnen dat in de enquête genaamd *Onderzoek Inzake Soep en Maaltijden in Blik, Ontbijtvoedsel en Rijst* (Nederlandse Stichting voor Statistiek, Den Haag 1961) aanwijzingen te vinden zijn. Deze potentieel zeer interessante bron is helaas niet te achterhalen, noch bij Nederlandse bibliotheken, noch bij Synovate (dat de NSS overnam), noch via het internet.
[64] Respondent #8. Een vrouw, geboren op 30-5-1938. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag.

Blik, dat aten we niet. Omdat het niet lekker was. Er zat altijd een soort van een bijsmaakje aan.[65]

Nasi uit blik aten wij zelden.. er zat altijd een heel sterke selderijsmaak aan! Het smaakte eigenlijk helemaal niet naar echt Indisch eten. Het zat helemaal in elkaar gepropt. Het probleem is natuurlijk, met rijst, het moet loskorrelig zijn, dus dat krijg je niet meer uit elkaar.[66]

We hebben wel eens nasi uit blik gehad als we heel makkelijk waren. Nou, toevallig was het gewoon lekker. Toen. Ja. Nu zou je het niet meer eten, denk ik, maar toén was het gewoon lekker.
Waarom nu niet?
Omdat je nu andere ingrediënten.. andere spullen er doorheen doet, maar toen had je dat nog niet. Maar zo is het eigenlijk begonnen... met die Indische..
Zo heeft u het leren kennen?
Ja, dan dacht je: 'oh, wat lekker!'.. weetje..[67]

Onder de geïnterviewde respondenten waren de meningen (zie boven) verdeeld. De algemene trend was dat de maaltijden niet zeer gewaardeerd werden, in het geval van de nasi of bami goreng zeker ten opzichte van wat 'de Chinees' te bieden had. Er is echter een kans dat respondenten de maaltijden met hedendaagse waarden beoordeelden; zo zeiden sommigen dat 'je het nu niet meer zou eten'. Maar enkele personen waren juist te spreken over de maaltijden. Smaak is nu eenmaal subjectief.

Ook in contemporaine bronnen zijn enkele aanwijzingen te vinden. Zo vermeldt een artikel uit 1967 in het vakblad *Conserva* dat de organoleptische (zintuiglijk waarneembare) eigenschappen van nasi goreng in blik sterk achteruit gingen door het steriliseren.[68] Bij een onderzoek uit 1968 naar Iglo diepvriesmaaltijden worden de organoleptische eigenschappen beoordeeld door een smaakpanel. De vijf maaltijden krijgen een voldoende, maar tevens veel commentaar. Zo waren de aardappelen vaak 'te gaar en te zacht' en werd de consistentie van de ingrediënten 'matig' genoemd ('droog', vezelig', 'slap', 'zacht').[69]

Op dit gebied waren de maaltijden dus niet voor iedereen van de vereiste kwaliteit. Naast de organoleptische eigenschappen van de producten speelden de drie mentaliteiten hier ook een bescheiden rol: in feite waren zij alle drie *smaakbepalende* waarden. De voedselkeuze werd nu, behalve door financiële en technologische beperkingen, ook bepaald door andere zaken. Eén van deze factoren was smaak. Maar ook het Nederlandse ideaalbeeld van de huisvrouw, en het daarbij horende gemakstaboe waren van invloed op de voedselkeuze (hoofdstuk 2). Of de associaties die men had bij Indonesische, Chinese of Italiaanse maaltijden (hoofdstuk 3). Of de nadruk die schrijvend

[65] Respondent #27. Een vrouw, geboren op 20-2-1926. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag.
[66] Respondent #18. Een man, geboren op 5-11-1938. Hij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag.
[67] Respondent #16. Een vrouw, geboren op 24-7-1938. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Wateringen en Den Haag.
[68] E.W. Hellendoorn, 'Een nieuw droog vlugkokend gebakken rijstprodukt', *Conserva* 16 (1967) 1-2, 1.
[69] M.A. van der Meer, J.B. Lassche & C.N. Pascha, *Diepvriesmaaltijden: Voedingswaarde en Organoleptische Kwaliteiten van Diepvriesmaaltijden en de Invloed van Enige Verwarmingsmethoden op deze Eigenschappen* (Wageningen 1968) 15-16. De cijfers voor de maaltijden staan op bladzijde 32. Zij scoren het slechtst (hoewel allemaal boven 5,5) op consistentie en smaak.

en etend Nederland indertijd legde op het belang van vitaminen, en het wantrouwen dat bestond ten opzichte van conserveringsmethoden (hoofdstuk 4). Een producent van kant-en-klaar maaltijden kon er maar beter rekening mee houden dat de manier waarop Nederland zijn voedselkeuzes maakte, voorgoed was veranderd.

Hoofdstuk 2: De Nederlandse huisvrouw en het gemakstaboe

2.1 Het huishoudelijke werk

Welke factoren bepaalden voedselkeuze in de jaren vijftig en zestig? Zoals beschreven in hoofdstuk 1 werd geld relatief minder belangrijk als doorslaggevende factor, en ontstond er ruimte voor andere overwegingen: keuzes die bijvoorbeeld werden gemotiveerd door avontuurlijkheid, of juist door een hang naar traditie. Altijd zijn culturele factoren van belang geweest voor voedselbeslissingen[1], maar vanaf de jaren vijftig, wanneer de koopkracht van Nederlandse gezinnen langzaam toeneemt, is geld als *beperkende* factor veel minder aanwezig. Cultuur, in de breedste zin van het woord, krijgt dus meer speelruimte.

Daarom is het zinvol om te kijken naar de invloed van bepaalde mentaliteiten, of culturele waarden, op de voedselkeuze. Zoals eerder vermeld worden hiervoor advertenties uit *Margriet* en *Libelle* gebruikt. De advertentie kan gezien worden als de helft van de conversatie tussen bedrijf en consument. De boodschap van de reclame in kwestie is immers nooit volkomen 'top-down'; er wordt gereageerd op de verwachtingen en wensen van de klant. Wanneer een spotje aan televisiekijkers vertelt dat een nieuw product 'volkomen veilig' is, dan valt hieruit wel degelijk met enige reserve de andere helft van de genoemde conversatie te condenseren. Blijkbaar vermoedt de producent wantrouwen bij het publiek. De relatie tussen consument en producent is geen *zero-sum game.* Beiden zijn er immers bij gebaat dat er goede, aantrekkelijke producten in de winkel liggen. Advertenties zijn dus onderdeel van de onderhandeling tussen deze twee partijen, met als einddoel de genoemde goede, aantrekkelijke producten.[2] Op deze wijze zullen de advertenties uit *Margriet* en *Libelle* hier worden gebruikt.[3]

---

[1] Er is veel academische literatuur te vinden over de determinanten van voedselkeuze. Twee voorbeelden: volgens Laura Williams en John Germov wordt voedselkeuze bepaald door historische factoren (tradities), culturele factoren (waarden, taboes), structurele factoren (juridische grenzen, de aard van de voedseleconomie) en persoonlijke, kritische factoren (smaak). J. Germov & L. Williams, 'Introducing the Social Appetite: Why do we Need a Sociology of Food and Nutrition', in: J. Germov & L. Williams (red.), *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite* (Oxford 2000) 1-10, 4. Volgens Tanis Furst e.a. zijn de invloeden op voedselkeuze idealen, persoonlijke factoren, de sociale context, de voedselcontext en (financiële) middelen. T. Furst e.a., 'Food Choice: A Conceptual Model of the Process', *Appetite* 26 (1996) 247-296, 251-253.

[2] Op het eerste gezicht lijkt Michel de Certeau's theoretische constructie van producent (strategie) en consument (praktijk) wellicht vergelijkbaar. Bij De Certeau is de verdeling tussen consument en producent echter nog steeds iets te statisch: de klant is een *ontvanger* die pas iets met de advertentie doet nadat deze al bedacht is. In dit stuk wordt uitgegaan van een essentiële invloed van de consument op de productie. Dit in tegenstelling tot de patstelling van strategie *versus* praktijk die De Certeau voorstaat. Zie: M. de Certeau, *The Practice of Everyday Life* (Berkeley 1988) XII. Ruth Oldenziel en Albert de la Bruhèze schrijven hierover: 'consumers ... were not passive bystanders, but instead were actively involved in the making of twentieth-century consumer culture by means of mediation processes. Volgens hen is het introduceren van een product een kwestie van overleg tussen consument en producent. R. Oldenziel & A.A. de la Bruhèze, 'Theorizing the Mediation Junction for Technology and Consumption', in: A.A. de la Bruhèze & R. Oldenziel (red.), *Manufacturing Technology, Manufacturing Consumers: The Making of Dutch Consumer Society* (Amsterdam 2009) 9 – 39, 38.

[3] Voedingsmiddelenadvertenties zijn in het tijdvak 1950-1970 overigens meestal exclusief gericht op de huisvrouw. Jan van Lieshout schrijft dat in de reclame de 'klant geen koning, maar een koningin' is. J. Van Lieshout, *Het Kan Wel op al is het Lekker. Het Dagelijks Leven van Kleine man tot Jan Modaal Zichtbaar Gemaakt in 50 jaar Reclame* (1980 Bussum) 49.

Zoals vermeld in de inleiding van deze scriptie, is de groep lezeressen van *Margriet* redelijk representatief voor de Nederlandse bevolking. Gezien het feit dat *Libelle* ook een hoge oplage heeft gedurende het tijdvak 1950-1970 is het aannemelijk dat ook dit blad een groot deel van het vrouwelijke deel van Nederland representeerde. Wel lijkt er een nuanceverschil: *Libelle* was in de behandelde periode een iets elitairder tijdschrift dan *Margriet*, wat blijkt uit de inhoud van de bladen. Tevens kwam dit terug in gesprekken met respondenten.[4] Aan het eind van de jaren zestig 'splitsten' de tijdschriften inhoudelijk op het issue van de emancipatie. *Margriet* ging vol mee met de tweede feministische golf, terwijl *Libelle* aanzienlijk voorzichtiger was.[5]

In de jaren vijftig was bijna elke vrouw in Nederland fulltime bezig met wassen, koken en het verzorgen van de kinderen. In 1947 werkte 90% van de getrouwde vrouwen in Nederland niet, en in 1960 was dit zelfs opgelopen naar 93%.[6] Werken, dat was iets wat een man deed, zeker nadat men was getrouwd. Over de taakverdeling bestond dan ook geen twijfel, en vrouwen hadden hun handen vol aan hun klussen. De werkweek van de huisvrouw was lang en zwaar. Historica Els Kloek schrijft hierover:

> 'De eisen aan de huisvrouw, zowel materieel als emotioneel, bereikten een niveau waar de mensheid voordien niet van had durven dromen. Nooit waren de kamers zo schoon, de kleren zo goed gewassen, de maaltijd met zoveel liefde voorbereid, het huis zo gezellig ingericht, de mode zo op de voet gevolgd en de aandacht voor het welzijn van de kinderen zo groot als in de tweede helft van de twintigste eeuw. Preciezer gezegd: de lat had nog nooit zo hoog gelegen.'[7]

Hoewel de huisvrouw heel de dag in de weer was met haar opgaven, kreeg zij tevens enorme waardering voor de uitvoering van haar takenpakket. Ook *Libelle* en *Margriet* hemelden haar op: zij had wel een complimentje verdiend!

Kloek wijt deze enorme nadruk op een schoon huis en een fatsoenlijke maaltijd aan het 'burgerlijke waardepatroon': orde en gezag, arbeidszin, spaarzaamheid en zelfbeheersing.[8] Er bestaat geen twijfel dat harde werkers zeer gewaardeerd werden in deze tijd, vooral in de jaren direct na de oorlog. Zij die zonder te zeuren meehielpen om Nederland opnieuw op te bouwen, werden gezien als stille helden.

---

[4] Inhoudelijk is dit aan een aantal zaken te merken. Zo was in *Libelle* al in 1950 een reclame voor een koelkast (de Frigidaire van General Motors) te vinden, op dat moment een luxeproduct, slechts betaalbaar voor een kleine groep koopkrachtige Nederlanders. *Libelle*, 10 februari 1950 (nummer 6) 35. In *Margriet* vindt men zelfs in 1955 nog geen advertenties voor koelkasten; in 1960 overigens wel (tevens Frigidaire). *Margriet*, 2 juli 1960 (nummer 27) 75. Bovendien klaagt columniste Ina Hennink in 1955 al dat ze niet naar de Rivièra op vakantie wil, omdat ze op het gebied uitgekeken is. Hoewel dit waarschijnlijk voor het overgrote deel van de lezeressen onbetaalbaar was, is het publiek blijkbaar ook niet onoverkomelijk afschrikt. *Libelle*, 13 augustus 1955 (nummer 33) 55.

[5] Zie paragraaf 2.4 en 2.5. Hoewel ik dit zelf ook duidelijk ondervonden heb tijdens het lezen van de bladen, wordt het bevestigd in secundaire literatuur: A.P.G. Sens, *Van Zeep tot Soap: Continuïteit en Verandering in Geïllustreerde Vrouwentijdschriften* (Amsterdam 2004) 48. Ook Christine Brinkgreve en Michel Korzec hadden deze indruk: C.D.A. Brinkgreve & M. Korzec, *"Margriet Weet Raad": Gevoel, Gedrag, Moraal in Nederland 1938 – 1978* (Utrecht 1978) 20.

[6] E.M. Kloek, *Vrouw des Huizes: Een Cultuurgeschiedenis van de Hollandse Huisvrouw* (Amsterdam 2009) 195. Van de vrouwelijke beroepsbevolking (dus niet enkel getrouwde vrouwen) werkt in 1971 19%. H.A. Pott-Buter, K.G. Tijdens, J. Plantenga & A. Janssens, 'Beroepsarbeid van vrouwen en mannen', in: H.A. Pott-Buter & K.G. Tijdens (red.), *Vrouwen: Leven en Werk in de Twintigste Eeuw* (Amsterdam 1998) 149 – 177, 150-151.

[7] Kloek, *Vrouw des Huizes*, 212.

[8] Ibidem, 181.

Er werd dan ook behoorlijk wat tijd in de huishouding gestopt. In 1964 meende de huisvrouw 515 minuten per dag aan haar taken te besteden, waarvan 150 minuten aan het bereiden van eten. Wanneer het huwelijk kinderen had voortgebracht was zij nog langer bezig. [9] Toch was de vrouw die gedurende deze periode thuis in de weer was geen zielige sloof. Vanwege de grote waardering voor haar werkzaamheden, was zij meestal trots op haar dagelijkse prestatie. In 1964 meende bijvoorbeeld precies 80% van de Nederlandse huisvrouwen dat zij 'gelukkig' tot 'heel gelukkig' was. Bovendien meldde in totaal 82% van hen dat zij (heel) veel plezier aan haar huishoudelijke werk beleefde![10] Vermoedelijk is hier voor een deel sprake van het geven van wenselijk geachte antwoorden, maar het gaat hier om een anonieme enquête, en bij dergelijke percentages moet toch wel uitgegaan worden van een zekere voldoening onder Nederlandse huisvrouwen.

Het damestijdschrift stond de vrouw in deze periode bij. Uit een enquête van de Nederlandse Stichting voor Statistiek (1966): 'De vele rubrieken met een uitgesproken informatief karakter hebben het damesblad gemaakt tot een "vakblad" voor de vrouw, waarvan zij vrijwel dagelijks in haar huishouding of bij haar persoonlijke verzorging kan profiteren'.[11] Huisvrouwen noemden hun blad naast 'beschaafd' en 'overzichtelijk' dan ook 'bruikbaar'.[12] In deze kwalificaties kan men ook enigszins de eerdergenoemde burgerlijke idealen teruglezen.

De tijdschriften presenteren tevens een duidelijk ideaaltype huisvrouw en moeder. In een studie naar moederschap in *Margriet* en *Libelle* (1960-1980) typeren Trude Knijn en Carla Verheijen dit beeld als volgt: 'Dankzij haar doorzettingsvermogen en moed, kan zij zichzelf wegcijferend, haar gezin steeds zorg en liefde geven. […] Het type 'moeder' is in al deze artikelen dezelfde, een vrouw die ten dienste staat van haar gezin en haar taken met plezier en liefde verricht'.[13] Ook in 1970 wordt, volgens deze twee auteurs, de huisvrouw in de twee tijdschriften nog steeds hoofdzakelijk afgerekend op hoe ze haar taken uitvoert. Sterker nog: haar taken definiëren haar. Slechts heel af en toe is er aandacht voor andere zaken dan de vrouw *als* huisvrouw, of de vrouw *als* moeder.[14] De verantwoordelijkheid voor het huishouden en de opvoeding van de kinderen ligt in de naoorlogse decennia dan ook bijna geheel bij de vrouw. Op basis van het lezen van alle uitgaven van *Margriet* en *Libelle* van 1960 typeren Knijn en Verheijen het moederschapsbeeld slechts met één woord: 'opoffering'.[15] Geconcludeerd kan worden dat de huisvrouw in deze tijd niet ongelukkig is met deze opoffering. Misschien levert juist het feit dat haar taak werd gezien als zwaar en niet-aflatend haar een gevoel van zelfwaarde op.

---

[9] In 1984 is dit overigens nog steeds 480 minuten, een kleine terugloop die hoofdzakelijk te maken had met het feit dat minder tijd aan het koken werd besteed (115 minuten). *De Nederlandse Huisvrouw: Op weg naar het Jaar 2000*, enquête in opdracht van Aselect (Amsterdam 1985) 25.

[10] In 1964 is 29% 'heel gelukkig', 51% 'gelukkig' en 16% 'matig gelukkig'. Er bestaat natuurlijk een kans dat hier deels wenselijke antwoorden zijn gegeven. De antwoorden op 'Heeft u plezier in uw [huishoudelijk] werk?' voor 1964: 32% heeft 'heel veel plezier', 50% heeft 'veel plezier' en 14% heeft 'matig plezier'. Ibidem, 136, 144.

[11] *De Onbekende Lezeres: Een Psychologische Benadering Van de Damesbladlezeres*, Nederlandse Stichting voor Statistiek (Haarlem 1966) 18.

[12] Ibidem, 18.

[13] G.C.M. Knijn & C.M.L.H. Verheijen, *Moederschap in een Vrouwenblad: Van Opoffering naar Zelf-ontplooiing* (Nijmegen 1982) 36. Het citaat gaat over *Margriet* anno 1960.

[14] Ibidem, 47.

[15] 1970 wordt getypeerd met 'opvoeding'. Ibidem, 125.

Of mijn moeder plezier had in het koken? Dat weet ik niet. Het moest. Dat was niet im Frage*. Je was huismoeder, dus je zorgde ervoor dat het huis aan kant was en dat er 's avonds een maaltijd op tafel stond. [...] Mijn moeder was meer een vrouw die dat gewoon deed. Of ze dat wel graag deed, dat vond ze eigenlijk maar luxevragen.*[16]

2.2 De bereiding van de maaltijd

Vanwege de geldende mentaliteit werd aan het bereiden van de maaltijden geen geringe hoeveelheid tijd gespendeerd, ook niet wanneer de vrouw des huizes eigenlijk niet van koken hield. In 1964 gaven de meeste huisvrouwen (75%) echter te kennen dat zij koken één van de leukere huishoudelijke plichten vonden.[17] Het was een gewaardeerde bezigheid, wellicht ook omdat het een dankbare taak bleek: man en kinderen viel het op als er een fatsoenlijke en voedzame maaltijd op tafel stond. Vooral vóór en kort na de Tweede Wereldoorlog was het niet vreemd als een vrouw trachtte een ware keukenprinses te zijn voor haar gezin.[18]

Of mijn moeder koken leuk vond? Ja, dat denk ik wel. Ze was echt zo'n lekker huisvrouwtje... Al die dingen, daar had ze wel plezier in. Als ze voor ons kon zorgen... dat was haar beste wens, dat wij goed opgroeiden. Ze zorgde altijd dat er fruit was, en ze ging altijd naar de markt [...] om het zo goed mogelijk, zo goedkoop mogelijk in te slaan.[19]

Dat koken bij uitstek een taak voor de *vrouw* was, behoeft wellicht nauwelijks argumentatie. Een man was vaak hulpeloos in de keuken, mede omdat hij niet was opgegroeid met het idee dat hij ooit voedsel zou hoeven bereiden. In *Libelle* wordt uitgelegd hoe afhankelijk de man was:

> 'Voelt zijn vrouw zich goed en staat 's morgens een gezellig ontbijt voor hem klaar, dan valt het allemaal nog wel mee, maar is ze misselijk of moe, dan spoedt de arme man zich met lege maag naar zijn werk, om daar door ginnegappende collega's opgevangen te worden.'[20]

Van de 32 respondenten die voor dit stuk zijn geïnterviewd, kookte in slechts één geval de (alleenstaande) man. Koken is dus absoluut een *gendered* begrip. Zo sterk zelfs, dat mannen die in het tijdvak 1950-1970 voor zichzelf moesten leren koken, zich hier hoogstwaarschijnlijk voor schaamden.[21]

---

[16] Respondent #6. Een vrouw, geboren op 18-12-1948. Zij woonde in de jaren vijftig en zestig in Sleewijk en Tiel.

[17] Koken wordt in 1984 minder gewaardeerd. Men kon kiezen uit + , +/- of -. In 1964 gaf 75% aan 'koken' een +. In 1984 nog maar 50%. Het behoort desondanks nog steeds bij de meer geliefde taken in het huishouden. Koffie zetten en thee zetten wordt het best gewaardeerd. *De Nederlandse Huisvrouw,* Aselect enquête, 150.

[18] 'Peter Scholliers attendeert in dit verband op het verwennen door echtgenoten en moeders van mannen en kinderen met (zoete) lekkernijen. Al zijn er grote verschillen in culinaire tradities tussen België en Nederland, de trend van de vrouw als keukenprinses in het Interbellum en vlak na de oorlog is vergelijkbaar'. Anneke van Otterloo citeert: P. Scholliers, *Arm en Rijk aan Tafel. Tweehonderd Jaar Eetcultuur in België* (Brussel 1993) 129-132, 169-175 en 223-231.

[19] Respondent #2. Een vrouw, geboren op 6-5-1949. Zij woonde gedurende de jaren vijftig en zestig in Voorburg.

[20] Knijn & Verheijen, *Moederschap in een Vrouwenblad*, 66. Uit *Libelle* nummer 41 van het jaar 1970.

[21] De mate waarin 'koken' een gendered begrip is moet niet onderschat worden. Tony Coxon volgt als socioloog een kookcursus in de jaren zeventig: 'Men will usually only learn domestic cooking, and have to practice their skill, when there is no woman in their household. The public admission of needing to learn how to cook is

Ook in de tijdschriften is dit rollenpatroon overduidelijk. Een aardige illustratie van dit feit biedt een *Libelle*-column van Johan Luger uit 1950. Wanneer hij thuiskomt, kan hij zijn vrouw niet vinden, en vermoedt hij dat de man des huizes dus het koken maar eens op zich moet nemen:

> '"Ha," denkt meneer, "dit is mijn kans." Want mevrouw verwijt hem dikwijls, dat hij zo egocentrisch is …. Dat hij nooit eens een hand uitsteekt om haar in haar moeilijke taak te helpen […] meneer wil ditmaal mevrouw verrassen. Hij begrijpt niet, dat zij geen maatregelen genomen heeft voor het diner – dat is anders haar stijl niet. […] Meneer is fier als een pauw en de kinderen komen in de keuken en zeggen: "O, papa, kook jij vandaag?!" "Ja," zegt de vader fier. Hij spreekt er niet van, hoe de lichtzinnige Jesabel naar de kapper is en kroost en huis zonder verzorging achterliet. [...]
>
> "Gut, lieveling, wat voer jij uit?" vraagt mevrouw, alsof meneer in de keuken stond te knikkeren in plaats van te koken. "Ik kóók," zegt meneer verwijtend... Met iets dramatisch van: als jij ons in de steek laat, wie zal dan de kinderen voederen…? "Maar, lieve kind, alles staat in de hooikist, kant en klaar." Dat is het Waterloo van meneer. "Ik kook nooit meer," zegt hij, tragisch.'[22]

Het is duidelijk: in dit gezin is koken absoluut de taak van de vrouw, en als zij één keer verzuimt is zij direct een 'lichtzinnige Jesabel'. De huisvader is tevens enigszins ongerust. En hoewel zijn eigen kookpoging hem niet eens zo slecht afgaat, worden hij en zijn lezeressen gerustgesteld: *natuurlijk* laat de vrouw des huizes haar eigen belangen niet vóór dat van haar gezin gaan.[23] Aan het begin van de jaren vijftig zijn de genderrollen zeer strak ingedeeld. Annie de Hoog-Nooy typeert de positie van de vrouw in *Libelle* als 'afhankelijk en toch vrij, zwak en toch zo sterk, meegaand en toch leidend, steun-ontvangend maar dikwijls veel meer steun-gevend, zónder vertoon….'[24]

Hij:
Of mijn vrouw met plezier kookte? Ja. Nog steeds. [naar haar] Jij kookt toch wel met plezier... We houden van eten...
Zij:
Ja, nou, het is een verplichting ook, je moet elke dag voor je gezin koken, dat is niet altijd leuk. Je doet het maar.[25]

Dat de huisvrouw altijd het koken op zich nam, wil nog niet zeggen dat zij het volledig voor het zeggen had als het op de boodschappen aankwam. Toegegeven, normaliter beheerde zij het 'huishoudgeld', maar los van haar eigen behoeften

---

potentially stigmatising for […] 'real' males have females to cook for them. T. Coxon, 'Men in the Kitchen: Notes From a Cookery Class', in: A. Murcott (red.), *The Sociology of Food and Eating: Essays on the Sociological Significance of Food* (Aldershot 1983) 172 – 177, 173. Koken in *professionele* zin was (en is) daarentegen juist een prestigieus mannenberoep. De redactie van *Libelle* lost dit in de kookrubriek als volgt op: 'En hier volgt dan een nasi-gorengrecept van een lezer van *Libelle*. Hij heeft een hobby voor koken en verontschuldigt zich min of meer hierover. Maar, zijn de beste koks geen mannen?'. *Libelle*, 15 januari 1950 (nummer 3) 91.

[22] *Libelle*, 24 maart 1950 (nummer 12) 14.

[23] Dat de vrouw bij het koken vooral aan de zorg voor haar gezin dacht, uit zich tevens in het feit dat gerechten in de receptenrubrieken van *Margriet* en *Libelle* altijd in de schaal worden gepresenteerd, als huiselijke gezinsmaaltijd. Tegenwoordig worden gerechten juist als enkele portie op een bord gepresenteerd. Bovendien zette een groot deel van de voedingsmiddelenreclames in de jaren vijftig en zestig kinderen in, om in te spelen op het verantwoordelijkheidsgevoel van de huisvrouw, en haar op de verplichting te wijzen goed voor haar kroost te zorgen.

[24] *Libelle*, 15 september 1950 (nummer 37) 12.

[25] Respondenten #14 en #15. Een man en een vrouw, geboren op (respectievelijk) 8-8-1932 en 26-1-1935. Zij woonden gedurende de jaren vijftig en zestig op vele plaatsen, waaronder in België en op de Filippijnen (zie appendix III).

hadden ook man en kinderen inspraak in wat er op tafel kwam. Wanneer een vrouw dus een bepaald idee had met betrekking tot het eten (bijvoorbeeld een kant-en-klaar maaltijd!), dan nog kon zij worden teruggeroepen door de heersende norm *binnen* de huiselijke sfeer. Het gezin kan gezien worden als een *decision-making-unit*, waarin consumptiebeslissingen worden gemaakt op basis van 'gezinspraak', oftewel onderhandelingen.[26] Als de huisvrouw in kwestie al niet beïnvloed was door geldende maatschappelijke normen, dan haar man wel. Misschien dat voor hem nasi goreng uit blik niet strookte met zijn beeld van een voedzame, fatsoenlijke maaltijd.

Ook in secundaire literatuur zijn er genoeg aanwijzingen te vinden dat meerdere gezinsleden, maar vooral de man, veel inspraak hadden als het gaat om welke gerechten er op tafel verschenen.[27] Els Kloek typeert de beslissingscultuur van de jaren vijftig zelfs met de term 'gematigd patriarchalisme'.[28] Het idee dat de huisvrouw dus gold als 'poortwachter van de voedingsgewoonten in het gezin' is enigszins achterhaald.[29]

Wat er werd gegeten? Altijd groente, vlees, aardappels.. dat was eigenlijk de grote wens van mijn vader, die vond dat het lekkerste.
En die bepaalde dat?
Ja, toch wel... ja m'n moeder hield toch eigenlijk altijd rekening met iedereen.[30]

Zoals eerder vermeld kostte het koken de vrouw een aanzienlijke hoeveelheid tijd. In 1953 deed men in de Verenigde Staten een onderzoek naar het bereiden van voedsel. Hieruit werd geconcludeerd dat wanneer een huisvrouw *alles* zelf maakte (dus ook zelf het brood bakte) de voedselbereiding elke dag 5,5 uur zou kosten. Bij gebruik van deels-bereide producten (halffabricaten) zou dit afnemen naar 3,1 uur, en wanneer zij enkel 'ready-to-serve meals' op tafel zou zetten, was ze op een hele dag slechts 1,6 uur kwijt.[31] Een gat in de markt, zullen producenten hebben gedacht. Als de huisvrouw zo hard moet werken, waarom helpen we haar dan niet een handje?

---

[26] Het boek van Fred Bronner, waarin hij de term 'gezinspraak' opwerpt, gaat niet over de jaren vijftig of zestig, maar gesprekken met respondenten geven mij de indruk dat mannen zeker inspraak hadden, en in sommige gevallen de kinderen ook. F. Bronner, *Gezinspraak: Over Beslissen in het Gezin en de Invloed van Reclame Daarop* (Amsterdam 2003) 10.

[27] A. Murcott, 'Cooking and the Cooked: A Note on the Domestic Preparation of Meals', in: A. Murcott (red.), *The Sociology of Food and Eating: Essays on the Sociological Significance of Food* (Aldershot 1983) 178 – 185, 182; W.A. McIntosh & M. Zey, 'Women as Gatekeepers of Food Consumption. A Sociological Critique', *Food & Foodways* 3 (1989) 317-332, 321.

[28] Kloek, *Vrouw des Huizes*, 208.

[29] Volgens sommigen is dit altijd zo geweest. Zie bijvoorbeeld: T.B.J. Marcé, *Het verbruik van Aardappelen, Brood, Rijst, Peulvruchten en Eetdeegwaren Volgens een Voedingsonderzoek in Nederland bij 2000 Huishoudingen in 1967 t/m 1970* (Wageningen 1975) 30. En: M. Schrover, 'Wie zijn Wij? Vrouwen, Eten en Etniciteit', *Voeden en Opvoeden, Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 19 (1999) 115-144, 115.

[30] Respondent #2. Een vrouw, geboren op 6-5-1949. Zij woonde gedurende de jaren vijftig en zestig in Voorburg.

[31] A. de Knecht-van Eekelen & A. H. van Otterloo, 'Diffusion of Glass Preserved Food in the Dutch Food Pattern 1945-1995', in: M. Schärer, & A. Fenton (red)., *Food and Material Culture* (East Linton 1998) 229-247, 238.

2.3 Het gemakstaboe

Door de toegenomen welvaart komen er in Nederland veel nieuwe producten op de markt, waaronder kant-en-klaar maaltijden. Sommigen spreken van een ware 'convenience-golf' die definitief 'aanspoelt' in de jaren zestig.[32] Bedrijven als Conimex, Royco, Koenvisser en Olba adverteren in de jaren vijftig met de meest uiteenlopende maaltijden in blik en pot: nasi goreng, bami goreng, spaghetti, macaroni, pilav en zelfs aardappels, doperwtjes en ham. Ook diepvriesmaaltijden zijn in deze periode al te koop, voornamelijk van het merk Vita, dat vanaf 1960 Iglo heette (omdat Unilever in 1958 Vita had opgekocht).[33] Deze diepvriesmaaltijden waren echter hoofdzakelijk voor ziekenhuizen en bedrijfskantines bedoeld; de bakjes waren relatief prijzig, en weinig mensen hadden in deze jaren al een vrieskist thuis (zie hoofdstuk 1). Maar ook voor de maaltijden in blik was het geen makkelijke tijd. De heersende mentaliteit, namelijk het ideaalbeeld en de waardering omtrent het harde werken van de huisvrouw, misten hun uitwerking niet in de keuken. In Nederland bestond in deze tijd een *gemakstaboe*.[34]

Halffabricaten waren het probleem niet. Wanneer de huisvrouw wat bouillon of maggi gebruikte voor het pittig maken van een saus, werd zij hier niet op aangekeken. Tomatenpuree en soep uit een pakje kon men ook nog wel billijken. In 1960 werd in *Libelle* een artikel gepubliceerd dat een lans brak voor deze gemaksproducten genaamd 'Geen droombeeld maar werkelijkheid: klaar in een wip'. Oploskoffie, pudding uit een pakje en vruchten uit blik werden geprezen als handige trucs om bepaalde lastige situaties op te vangen: 'Voor werkende vrouwen, alleenstaande mannen, als men onverwachts gasten krijgt of zo maar vlug klaar wil zijn, kunnen deze pakjes, blikjes of doosjes een uitkomst zijn'.[35] Maar een *hele maaltijd* uit een blik lepelen? Dat strookte niet met het ideaaltype: een huisvrouw die zich er zo gemakkelijk vanaf maakte, ging te ver. Waar was haar trots, waar was haar 'opoffering'?

Of wij wel eens uit blik aten? Nee, ik denk dat mijn moeder niet gemakzuchtig was. En dat doe ik ook, ik zal ook niet gauw een blik opentrekken. Ik zie dat als je er gemakkelijk vanaf brengen.
Het hoorde niet?
Nou dat weet ik niet, het lag natuurlijk niet voor niets in de winkel. Maar dat was voor luie mensen, die koken niet prettig vonden, of eh...[36]

Het bedenken van advertenties werd in de jaren vijftig een kunst (zie hoofdstuk 1). Ileen Montijn schrijft: 'Reclamemakers leerden van hun Amerikaanse collega's dat gevoelens minstens even belangrijk zijn als feiten…'.[37] Maar hoewel dit citaat weer

[32] I. Montijn, *Aan Tafel! Vijftig Jaar Eten in Nederland* (Utrecht 1991) 85.
[33] Iglo prijslijst 1965, 1970, Historisch Archief Unilever (archiefnummer onbekend).
[34] Het woord 'gemakstaboe' is ontleend aan het artikel 'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem', dat overigens hoofdzakelijk over de stand van zaken in de jaren 90 gaat. Volgens de auteur is het gemakstaboe ook dan nog merkbaar. 'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem' (auteur onbekend), *Voedingsmiddelentechnologie* 23 (1990) 72-73, 73.
[35] *Libelle,* 20 februari 1960 (nummer 8) 90.
[36] Respondent #8. Een vrouw, geboren op 30-5-1938. Zij woonde gedurende de jaren vijftig en zestig in Den Haag.
[37] Montijn, *Aan Tafel!*, 44.

benadrukt dat advertenties psychologischer werden, hielden de advertenties voor kant-en-klaar maaltijden uit de jaren vijftig en zestig juist te weinig rekening met de ingewikkelde gevoelens van de huisvrouw aangaande gemaksvoedsel. Zij probeerden de huisvrouw te overtuigen door in te gaan op het gebruiksgemak van deze producten. Maar juist deze nadruk op de geringe opoffering die zij hoefde te leveren, ontnam de huisvrouw iets dierbaars: haar trots. Een blik opentrekken, en slechts enkele minuten bezig zijn met het koken? Hoe kan een goede moeder en vrouw zich dat veroorloven? Hieruit volgt dat een advertentie voor kant-en-klaarmaaltijd waarin sterk de nadruk werd gelegd op tijdwinst slecht aansloot bij heersende normen in de maatschappij. Een voorbeeld:

> 'Conimex NASI GORENG of BAHMI kant en klaar in blik, betekent voor U een vrije dag in de keuken! Het zijn heerlijke gerechten, die U binnen 10 minuten op tafel brengt. Zorg, dat U altijd Conimex "vrije dagen" in Uw provisiekast hebt staan! Vrijheid blijheid! Neem ook voor Uw pic-nic een paar blikken mee!'[38]

Als men de advertentie zorgvuldig leest, valt te zien dat hier bijna letterlijk 'vrije dagen' worden verkocht. Hoewel er in 1955 natuurlijk een marktsegment moet zijn geweest dat graag een beetje 'vrijheid' kocht, zal een dergelijke boodschap voor het merendeel van de huisvrouwen niet erg aansprekend zijn geweest. Waar de vrije dagen in de eerste zin nog beperkt blijven tot de keuken, daar zijn de 'vrije dagen' in de tweede zin al losgezongen van hun culinaire context. Hiermee wordt het product geassocieerd met *volledig* vrije dagen. 'Vrijheid blijheid!', zoals de advertentie verkondigt.

Maar er werd geen rekening gehouden met de complexe positie van de Nederlandse huisvrouw. Zowel een positieve als een negatieve mentaliteit werkten op haar in, en zowel haar eigenbelang als dat van haar gezin was voor haar een zorg. De psychologische factoren waren trots en schuld. Ten eerste was zij trots op haar zelfbereide maaltijden en op de dagelijkse opoffering ten gunste van haar gezin. Een kant-en-klaar maaltijd op tafel zetten zou betekenen dat zij zich deze trots voor een deel ontnam. Bovendien zorgde haar schuldgevoel ten opzichte van haar man en kinderen ervoor dat zij zich onprettig voelde bij het voorstel om een kant-en-klaar maaltijd te serveren. Natuurlijk was dit schuldgevoel de keerzijde van de eerder genoemde trots. Uitsloverij in de keuken werd gewaardeerd, maar gemakzucht werd veroordeeld; niet alleen door de huisvrouwen zelf, maar ook door de maatschappij waarin zij leefden.

Het is aannemelijk dat de Conimexadvertentie de vrouw des huizes wel degelijk aansprak, en dat zij inderdaad wel eens droomde van 'vrije dagen'. Zij zal het zichzelf dan ook zeker af en toe wat makkelijker gemaakt hebben wat betreft het eten. In veel gezinnen werd bijvoorbeeld vast op zaterdag brood gegeten. Toch at men dan regelmatig wél zelfgemaakte soep, met groenten en (vaak) vlees.[39] Ook op deze dagen stond de vrouw dus nog wel eventjes in de keuken. Écht gemakkelijk mocht en wilde zij het zichzelf niet maken.

---

[38] *Margriet*, 16 juli 1955 (nummer 29) 11; *Libelle,* 16 juli 1955 (nummer 29) 87.

[39] Ongeveer 66% van de 6000 miljoen liter soep die men in Nederland in de jaren zestig consumeerde, werd door huisvrouwen zelf gemaakt. B. Sluijter, *Kijken is Grijpen: Zelfbedieningswinkels, Technische Dynamiek en Boodschappen Doen in Nederland na 1945* (Eindhoven 2007, ongepubliceerd proefschrift) 113.

Dit vooroordeel ten opzichte van het bereiden van gemaksvoedsel bestond al zeer lange tijd. Jozien Jobse-van Putten beschrijft de situatie in het vooroorlogse Nederland, wanneer de term 'luiewievenkost' slaat op een maaltijd waar de vrouw relatief weinig tijd aan kwijt is. Dergelijke gerechten hadden ook toen al een negatief imago, en volgens de historica kon men deze kost 'om der wille van de echtelijke vrede' beter niet al te vaak serveren.[40] Hoewel Conimex, Koenvisser en anderen hun maaltijden niet aanprezen met de term 'luiewievenkost', wist de huisvrouw wel beter. Ook als zij niet van koken hield stond zij vaak lang in de keuken, een offer dat zij bracht precies vanwege de eerder genoemde waardering.

Zelfs op de camping hield het gemakstaboe enigszins stand. In een folder genaamd 'De Voeding van Kampeerders' worden duidelijke eisen gesteld aan de maaltijd. Uit welk jaar de folder stamt, is niet precies duidelijk, maar door een 'gastronomisch-filologische' analyse toe te passen valt het jaar te schatten op (ongeveer) 1963.[41] De recepten in het blaadje zijn behoorlijk uitgebreid. 'Laat uw kinderen niet ondervoed thuis komen!', is dan ook de boodschap.[42] Als vanzelfsprekend wordt aangeraden een stoofschotel op het gasstelletje te maken, van aardappelen, boontjes, bloemkool, worteltjes, tomaten en rookspek. Een uitgebreide maaltijd kon blijkbaar zelfs in de wildernis verwacht worden.[43]

Hierboven is beschreven hoe het gemakstaboe niet per se nieuw was binnen Nederland. Het fenomeen is echter niet *per definitie* Nederlands, en is niet plotseling verdwenen na 1970. Bij dezen twee voorbeelden aan de hand van buitenlandse, en hedendaagse (!) academische teksten. Ten eerste John Germov en Laura Williams, die de mentaliteitsverandering hekelen die gemaksvoedsel teweeg kan brengen. Koken wordt lopendebandwerk; het indrukken van een serie knopjes. Zij waarschuwen voor wat zij 'the extension of bureaucratic rationality throughout social life' noemen.[44] Als tweede Luce Giard, leerling van Michel de Certeau en auteur van enkele sociologische werken over voedsel, die ook schrijft over de 'McDonaldization' (ook al noemt ze het anders) van het voedselpatroon:

> 'Industrialization (of products, tools, and transforming operations) has come along to destroy within domestic space – as it had done first in the working-class space – the regime of this labor. It introduced there the same schema of parceling, of standardization, and of the repetition of tasks. Certainly, it allowed people to save time and decrease one type of fatigue, but this was done in order to give rise to gray, homogeneous, empty time, the time of effortless and joyless boredom'.[45]

De huisvrouw die liever lui ('effortless') dan moe ('fatigue') is, kan bij Giard op weinig sympathie rekenen. Giard romantiseert het werk in de keuken: tradities worden

---

[40] J. Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam: Cultuurgeschiedenis van de Dagelijkse Maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1996) 368.

[41] Omdat in de folder wordt echter met een zekere vanzelfsprekendheid over tomaten en spaghetti geschreven, mag men aannemen dat de het niet voor 1960 is uitgegeven. Het telefoonnummer en het adres in het blaadje komen volgens een contactpersoon van het Museum voor communicatie in ieder geval uit de periode 1946-1965. *De Voeding van Kampeerders*, Voorlichtingsbureau voor de Voeding in Samenwerking met de Commissie Gezinsvoorlichting en de Stichting Huishoudelijke Voorlichting ten Plattelande (Den Haag ca. 1963).

[42] Ibidem, 5.

[43] Ibidem, 9.

[44] J. Germov & L. Williams, 'The Hyper-rational Social Appetite', in: J. Germov and L. Williams (red.), *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite* (Oxford 2000) 301-310.

[45] M. De Certeau, L. Giard & P. Mayol, *The Practice of Everyday Life Vol. 2: Living and Cooking* (Minneapolis 1998) 212.

volgens haar kapot gemaakt door mensen die tijd willen besparen, en de producenten die hen daartoe aansporen.

2.4 Emancipatoire veranderingen

Wanneer eind jaren zestig de tweede feministische golf opkomt in Nederland wordt het er niet makkelijker op. Aan de ene kant moest de vrouw worden gezien als meer dan een huishoudhulp, en mochten haar wel wat taken worden ontnomen. Zij stond gelijk aan de man, en wilde dan ook de deur uit, nieuwe dingen meemaken en volledig gelijkwaardig leven. Aan de andere kant waren de huishoudelijke taken juist datgene wat haar al die tijd waardering had opgeleverd. Het ideaaltype van de dame die al haar plezier haalde uit afstoffen en aardappeltjes schillen leverde huisvrouwen veel trots en erkenning op, maar volgens feministen was een dergelijke vrouw maar een zielig geval. Ook in advertenties is deze *clash* tussen twee ideaaltypen te zien. Jan van Lieshout, auteur van een boek over Nederlandse advertenties, schrijft:

> 'De reclamemakers predikten deze nieuwe verworvenheden [minder tijd nodig hebben voor huishouden, JV.], maar hadden het er wel moeilijk mee. Om de nieuwe, moeite en tijd besparende produkten ingang te doen vinden, moesten zij enerzijds het huishoudelijk handwerk als verouderd, onnodig, dom en minderwaardig voorstellen, maar anderzijds konden zij het zich niet veroorloven denigrerend te doen over de klassieke taak van de huisvrouw'.[46]

Advertenties aangaande kant-en-klaar maaltijden hoorden natuurlijk bij uitstek bij de genoemde groep tijdbesparende producten. De zaken die in 1950 nog zo vanzelfsprekend hadden geleken, zoals het idee dat het 'natuurwet' was dat er andere normen golden voor vrouwen als voor mannen, waren voor velen niet meer zo logisch. De doelen van actiegroep Dolle Mina gingen lijnrecht tegen het leven 'in het teken der beheersing' in.

Het bestaande (burgerlijke) ideaalbeeld van de huisvrouw veranderde bij een groot deel van de bevolking, of beter gezegd: in het ideale geval verhieven huisvrouwen zich boven het bestaan van 'stofzuigervee'. Deze ontwikkeling was zichtbaar in verschillende contemporaine enquêtes. Zo bleek bijvoorbeeld in 1966 dat jongere vrouwen zichzelf minder snel als 'huiselijk' omschreven[47], en dat zij soms zelfs een negatieve houding hadden ten aanzien van huishoudelijk werk.[48] Toch vond in datzelfde jaar nog 66% van de damesbladlezeressen dat een ideale vrouw uitgesproken huishoudelijk was.[49] Veranderingen waren dus niet alleen geleidelijk, zij

---

[46] Van Lieshout, *Het Kan Wel op al is het Lekker,* 52.
[47] *De Onbekende Lezeres*, Nederlandse Stichting voor Statistiek, 22.
[48] Marcé, *Het verbruik van Aardappelen, Brood, Rijst, Peulvruchten en Eetdeegwaren Volgens een Voedingsonderzoek in Nederland bij 2000 Huishoudingen in 1967 t/m 1970,* 69.
[49] 58% vindt zichzelf echter ook daadwerkelijk uitgesproken huiselijk, waardoor een klein percentage vrouwen vermoedelijk met een schuldgevoel rondliep. *De Onbekende Lezeres*, Nederlandse Stichting voor Statistiek, 21. Verder is interessant dat in deze enquête allerlei voortekenen van de verdere emancipatie van de vrouw te lezen zijn. Zo doen de auteur(s) een voorspelling aangaande de huishoudelijkheid van de vrouw: 'Aangezien de absolute welstand der gezinnen voortdurend toeneemt en de schoolopleiding van meisjes nog belangrijk zal verbeteren, kan men zich afvragen of de "huishoudelijkheid", zoals in dit onderzoek gedefinieerd, ook in de toekomst een eigenschap zal blijven met eenzelfde normatief karakter. Het lijkt niet al te gewaagd te voorspellen dat de waarde van deze vorm van huishoudelijkheid gedeeltelijk zal afnemen ten gunste van een bredere

waren ook niet absoluut. Vooral oudere vrouwen konden zich niet altijd volledig vinden in de emancipatietactieken van hun jongere lotgenoten.

Ten opzichte van het koken is er desalniettemin een duidelijke verandering te bemerken in de tijdschriften, met name in *Margriet*. Dit begint rond 1965 met een andere toon aangaande het huishoudelijke werk. Dit werk werd tot dan toe omschreven als zwaar, als een offer, maar wel een offer dat graag gebracht werd. Deze nuance verdwijnt. Er wordt eind jaren zestig vaak ronduit geklaagd over het stoffen en het koken, zonder de boodschap dat men het graag doet vanwege de zorg voor het gezin. Lezeressen sturen brieven waarin zij, enigszins schuldbewust, toegeven het huishoudelijke werk erg vervelend te vinden.

De redacties speelden in op de nieuwe behoeften van de huisvrouw. *Margriet* vertelde haar in een twaalf pagina's lang item (!) hoe zij tijd kon winnen in het huishouden.[50] Ook in *Libelle* veranderde het één en ander rond 1965. 'Ga ook eens zitten niksen', raadt het blad haar lezeressen aan:

> 'Massa's dingen hoef je helemaal niet te doen, wat de deskundigen ook beweren. Zo is het echt niet nodig pyjama's of handdoeken te strijken […] En natuurlijk hoeft u lakens niet helemaal te strijken. […] Toegegeven, dit is een netelige kwestie. Uw man en uw gezin zijn tenslotte uw zaak en u weet het best wat ze wel of niet zullen nemen. Maar in de meeste gezinnen neemt de man gewoonlijk de grote beslissingen – zoals wat er met communistisch China moet gebeuren – terwijl u over de rest gaat.'[51]

Ten eerste is opvallend dat volgens schrijfster Peg Bracken 'deskundigen' altijd hebben beweerd dat pyjama's gestreken moeten worden. Dat lijkt niet juist. Blijkbaar was niet geheel duidelijk *wie* de vrouw het gemakstaboe nu eigenlijk oplegde. In feite is het natuurlijk (deels!) de huisvrouw zelf geweest die dit regime in stand hield. Opmerkelijk is bovendien dat de toon in *Libelle* nogal voorzichtig was. De hiërarchie binnenshuis werd nadrukkelijk bevestigd: de man besliste over de wérkelijk belangrijke zaken. Vergeleken met *Margriet*-artikelen uit deze periode (1965-1970) waren de stukken in *Libelle* enigszins nederig.[52]

Het verschil tussen *Libelle* en *Margriet* uitte zich zelfs in de advertenties. Tot halverwege de jaren '60 waren er bijna geen verschillen te vinden in de twee tijdschriften op dit gebied, maar de volgende reclame in *Margriet* is niet teruggevonden in *Libelle*:

> 'Als u dàt gevoel hebt, ga's avonturen met Conimex!
> Op dat dramatische moment (en wie onzer heeft het niet) dat het huishouden u aangrijnst en het Opstandige Dolle Mina gevoel in u opkruipt tegen het alsmaar bedden opmaken, afwassen, stofzuigeren, eten koken en bedenk wàt (zie foto)... richt dan de blikken ontspannen op Conimex blikken.'[53]

Op de foto blaast een vrouw haar wangen op, en kijkt de lens in alsof zij wil zeggen: 'het zit me tot *hier*'. Conimex gaat er van uit dat het gemakstaboe doorbroken is; dat

---

belangstelling van de vrouw' (p. 26). Bovendien blijken vrouwen meer autoriteit te willen bezitten dan zij in werkelijkheid hebben (p. 47) en zou men socialer willen zijn, ofwel vaker het huis uit willen (p. 46).

[50] *Margriet*, 13 november 1965 (nummer 46) 145-157.

[51] *Libelle*, 2 januari 1965 (nummer 1) 48.

[52] Een voorbeeld uit *Margriet:* 'Huisvrouw zijn. Dat betekent in negen van de tien gevallen, vierentwintig uur per dag klaar moeten staan. ... Het is niet onze bedoeling om U met dit verhaal in opstand te brengen. Het is wèl onze bedoeling om U, als U tòch in opstand komt of al bent, te laten zien wat U zou kunnen doen'. *Margriet*, 3 oktober 1970 (nummer 42) 145.

[53] *Margriet*, 11 april 1970 (nummer 15) 53.

de huisvrouw haar ontspanning opeist. De producent werpt zich haast op als een soort onderhandelaar tussen man en vrouw: als zij af en toe een Conimex blik mag opentrekken, dan zal ze niet moeilijk doen over de bedden, het afwassen en het stofzuigeren.[54]

Andere reclames die refereren aan de tweede feministische golf zijn overigens wel in beide tijdschriften terug te vinden. Een voorbeeld is de volgende Koenvisser-reclame:

> 'Hoe Koenvisser het leven plezieriger maakt.
> Van de winkelende vrouw.
>
> Wat doe je als je de hele dag hebt gewinkeld en zomaar de tijd vergeten bent? Als je met een schok bemerkt dat het al half 6 is? Dan pak je een blik Nasi of Bami Goreng. Van Koenvisser. En dan tover je in 20 minuten een vorstelijke maaltijd op tafel. Met véél vlees, véél groenten en véél kruiden. En dan ga je zitten smullen. En dan denk je: het leven is plezierig. Merci, Koenvisser.
>
> En van u.
> Als je niet gaat winkelen pak je óók Koenvisser. Dat geeft blije gezichten. […]'[55]

Is de emancipatie in de voorbijgaande tijd dan zo snel gegaan, dat aan het eind van de zestiger jaren het gemakstaboe volledig is opgeheven? Is de situatie zoals men die bij Koenvisser schetst reëel?

2.5 Beperkingen van de emancipatie

Margriet mengt zich eind jaren zestig enthousiast in het emancipatiedebat. [56] *Libelle* is voorzichtiger. 'ALS DE NEDERLANDSE VROUW ZO VRESELIJK GRAAG WIL WERKEN, DAN KAN ZIJ DAT', schreeuwt columniste Scheherazade haar lezeressen in 1970 toe. Maar direct voegt zij daar aan toe: 'Volgens mij zou ze wel gek zijn, want ze zal algauw ontdekken dat ze zich een dubbele taak op de nek haalt, maar dat moet ze dan zelf weten.'[57] Het idee dat het huishouden weinig tijd hoeft te kosten is nog niet geaccepteerd, en dat de man eventueel mee zou kunnen helpen met stoffen en koken is een bijna buitenaardse gedachte.

De advertenties uit deze periode werkten natuurlijk ook rolbevestigend, een verwijt dat reclames overigens vaker krijgen.[58] Het gemakstaboe werd wel degelijk fel bevochten door producenten van kant-en-klaar maaltijden. Maar dit was niet nieuw: gezien de belangen van deze fabrikanten hadden zij altijd al tegen deze mentaliteit moeten opboksen. Het idee dat de huisvrouw verantwoordelijk was voor

---

[54] Conimex doet dit vaker: 'Als al dat gekook en gesloof (wordt toch niet gewaardeerd, snik) u werkelijk tot hier zit en u met een hele vaat in de keuken opstandig besluit voortaan een keukenloos leven van louter luxe te gaan leven, bedwing u. Er is immers conimex om de slopende sleur te breken'. *Libelle*, 20 juni 1970 (nummer 25) 13.
[55] *Libelle*, 6 juni 1970 (nummer 23) 124. *Margriet*, 16 mei 1970 (nummer 20) 82.
[56] Ook bij *Margriet* vindt de échte omslag van de redactionele houding ten opzichte van de emancipatie pas aan het begin van de jaren zeventig plaats. Zie: Brinkgreve & Korzec, *'"Margriet Weet Raad"'*, 65-69.
[57] *Libelle*, 28 februari 1970 (nummer 9) 11.
[58] Dit verwijt is nog altijd te horen. Een vaak gehoorde opinie is dat adverteerders voorzichtig ofwel conservatief te noemen zijn. Anderen vermoeden zelfs kwade opzet, en menen dat de status quo opzettelijk wordt beschermd in reclameboodschappen. Zie bijvoorbeeld: M. Kim & A.Y. Chung, 'Consuming Orientalism: Images of Asian/American Women in Multicultural Advertising', *Qualitative Sociology* 28 (2005) 67 – 91, 70.

het koken (hoe makkelijk dit ook wordt gemaakt door Conimex, Ras en anderen) werd ook in de advertenties absoluut niet aangevallen.[59]

Hoewel toon en inhoud wel degelijk veranderden in de damestijdschriften, moet het revolutionaire karakter hiervan niet overdreven worden. Nederland was in vele opzichten nog steeds een conservatief land. In 1965 vond 81% van de vrouwen die *Margriet* lazen een baan voor een moeder van schoolgaande kinderen bezwaarlijk; voor mannen die *Margriet* lazen was dit zelfs 87%.[60] Dat een man om de hand van zijn geliefde vraagt bij zijn schoonvader was voor velen vanzelfsprekend, en een vrouw bleef in het ideale geval maagd tot aan het huwelijk.[61]

De houding ten opzichte van huishoudelijk werk zoals koken was in beide bladen dan ook eigenlijk: we mogen erover zeuren, maar we moeten het wel gewoon doén. *Margriet* en *Libelle* lijken vooral een uitlaatklep voor gefrustreerde vrouwen, maar tot een werkelijke omverwerping van heersende normen kwam het in de jaren zestig in deze tijdschriften niet. Vandaar dat wanneer men in de kookrubriek van *Libelle* een aantal gemaksrecepten opgaf, daar wel een beetje lacherig over werd gedaan. Een lui dagje in de keuken mocht, maar zonder een gevoel van schaamte was het niet mogelijk: 'Een goede kennis van me – ze wou haar naam ook niet genoemd hebben - stelt een roerend vertrouwen in witte bonen met bacon of ontbijtspek'.[62]

Sommige fabrikanten van instantproducten probeerden het gemakstaboe helemaal niet te overwinnen, zij speelden juist in op het schuldgevoel van de vrouw. Zolang zij haar zonden geheim hield, kon ze het zich bijvoorbeeld wel veroorloven om Trixy instantpudding te serveren: 'VERTROUWELIJK: Het blijft tussen de kok en de gastvrouw'.[63] Het gemakstaboe leek even te wankelen, maar stond ook aan het eind van de jaren zestig nog overeind.[64]

Er waren twee manieren waarop het schuldgevoel omzeild kon worden. Ten eerste waren daar de eerder genoemde halffabricaten. Het gebruik van soep uit een pakje, Saroma pudding of bloemkoolsaus in poedervorm was geen schande. Er was toch wel iets veranderd aan het eind van de jaren zestig. Conimex, Koenvisser en Iglo spitsten zich in deze periode dan ook voornamelijk toe op advertenties voor halffabricaten. Vita en Iglo adverteerden sowieso niet met de vele kant-en-klaar

---

[59] Volgens Ciska Binneveld is de invloed van de emancipatiegolf op advertenties tot 1971 gering. C. Binneveld, "Dit is Mevrouw Nooitgedacht, Zij Doet de Vaat": Het Maatschappelijk Beeld van de Nederlandse Vrouw in Advertenties in Nederlandse Vrouwenbladen in de Periode 1960-1980 en in 1995 (Rotterdam 1997, ongepubliceerde doctoraalscriptie) 38.

[60] Uit een enquête met meerdere delen onder lezeressen. *Margriet,* 11 december 1965 (nummer 50) 147.

[61] Het jawoord aan de toekomstige schoonvader vragen is voor 84% van de vrouwen 'vanzelfsprekend', 11% zegt 'hoeft niet, wel leuk', en 5% zegt 'niet nodig'. Bij mannen zijn de percentages respectievelijk 85%, 11% en 4%. Op de vraag 'Moet een vrouw maagd blijven tot het huwelijk?' antwoord 75% van de vrouwen 'ja', tegenover 64% van de mannen. Deze gegevens komen onder de hierboven genoemde enquête. *Margriet*, 9 oktober 1965 (nummer 41) 32-46.

[62] *Libelle*, 30 januari 1965 (nummer 5) 68.

[63] *Margriet*, 18 december 1965 (nummer 51) 27.

[64] In 1966 doet de Nederlandse Stichting voor de Statistiek een opvallende suggestie in één van haar enquêtes, namelijk dat de advertenties in damesbladen iets *minder* op het gevoel zouden moeten inspelen: 'In veel gevallen acht men blijkbaar de damesbladen speciaal geschikt om een goede associatieve sfeer rond een produkt of merk te kweken, niet in de laatste plaats vanwege de grafische mogelijkheden die dit mediumtype biedt, en vanwege het "romantische karakter van de hele publikatie". Maar wordt er niet te weinig rekening gehouden met het damesblad als bron-van-informatie op het terrein van huishouden en persoonlijke verzorging?´. *De Onbekende Lezeres*, Nederlandse Stichting voor Statistiek, 20.

maaltijden die zij in het assortiment hadden.[65] Maar ook de andere twee producenten lijken liever met atjar, gado gado of zalmmayonaise te hebben geadverteerd, dan met de bekende blikken nasi en bami goreng.[66]

Ten tweede waren er nieuwe markten die aangeboord konden worden, waarin het gemakstaboe misschien minder sterk gold. Vooral bij Olba probeerde men bijna al de verschillende segmenten van de potentiële kant-en-klaar markt te bespelen. Elke advertentie sprak weer een andere doelgroep aan. Al sinds de jaren vijftig mikte het bedrijf op allerlei subgroepen van de Nederlandse bevolking, waarin de normen betreffende het koken misschien iets minder strikt waren. Eén dergelijke groep vormden kampeerders, bij wie koken wel iets gemakkelijker mocht zijn. Maar, zoals besproken, ook hier waren er grenzen aan het gemak dat toegelaten werd. In de jaren vijftig richtte Olba zich ook tot studentes:

> 'Net zo lekker als bij Moeder thuis.
> [...] Wij studenten aten soms in dagen geen warm eten, doch sinds wij OLBA-conserven kennen, eten we net zo lekker als bij Moeder thuis en behoeft het ons aan niets meer te ontbreken. Bij OLBA proef je direct, dat er vlees en bouillon in zit. Alleen OLBA kan dit doen, omdat zij zowel vleeswaren- als groentenconservenfabrieken heeft. Het blik even in kokend water……. En klaar is 't. [...]'[67]

Afgebeeld zijn twee lachende studentes, en drie blikken van Olba. Typisch is overigens dat het woord 'moeder' met een hoofdletter wordt geschreven. Een andere poging was het aanspreken van de alleenstaande man. Ook bij hem werd de (voor een maaltijd in blik riskante) vergelijking gemaakt met de kookkunsten van zijn moeder:

> 'Als man die voor zich zelf moet zorgen en vaak geen tijd heeft om in de stad te gaan eten, is 't zo prettig om kant en klaar diners in voorraad te hebben. In een paar minuten is het eten klaar en 't smaakt net zo lekker als thuis.'[68]

Een laatste situatie die Olba in advertenties behandelde, is de mogelijkheid dat er plotseling onverwachte gasten voor de deur konden staan. In dit geval zou de huisvrouw dan wat blikken kunnen opentrekken. Het succes van een dergelijke reclame valt te betwijfelen. Zoals veel ondervraagde respondenten zeiden: 'In die tijd had je geen *onverwachte* gasten'. Sommigen gingen zelfs nog een stapje verder: bij elkaar eten was in de jaren vijftig en zestig zeldzaam. Het lijkt onwaarschijnlijk dat de Nederlandse huisvrouw, zelfs in het geval van ongenode gasten, zich in deze periode durfde te wenden tot maaltijden uit blik. Claude Lévi-Strauss maakt een relevant onderscheid tussen de 'endo-cuisine' (maaltijden die voorgezet worden aan het eigen gezin) en de 'exo-cuisine' (wat men bereidt voor gasten).[69] Het verschil tussen endo- en exo-keuken is (niet alleen in Nederland) groot, doordat uitsloven voor gasten statusverhogend werkt, en vanwege het daarbij horende aspect van sociale controle. Als een huisvrouw aan eigen gezin geen kant-en-klaar maaltijd kon voorschotelen, dan kon dit al helemaal niet in het bijzijn van anderen.

---

[65] In de jaargangen 1950, 1955, 1960, 1965 en 1970.
[66] Een voorbeeld van beiden. Koenvisser: *Margriet*, 31 oktober 1970 (nummer 45) 93. Conimex: *Libelle*, 25 december 1965 (nummer 52) 6; *Margriet*, 4 september 1965 (nummer 36) 2.
[67] *Libelle*, 2 juli 1955 (nummer 27) 31.
[68] *Libelle*, 10 september 1955 (nummer 37) 95; *Margriet*, 17 september 1955 (nummer 38) 65.
[69] C. Lévi-Strauss, 'The Culinary Triangle', in: C. Counihan & P. van Esterik (red.), *Food and Culture: A Reader* (New York 1997) 28-35, 30.

Duidelijk is dat aan het eind van de jaren zestig de teugels iets minder strak werden aangetrokken. Maar een hele maaltijd uit een blik of uit de diepvries toveren was nog steeds een gewaagde zet voor een huisvrouw in 1970. Zij was nog altijd volkomen verantwoordelijk voor het bereiden van een gezonde maaltijd, en de zorg voor haar gezin. Het moet gezegd worden, dat onder invloed van het begin van de tweede feministische golf er voorzichtig verandering ontstond in de huishoudelijke eisen die aan de vrouw werden gesteld. Maar het gemakstaboe was, zeker op het gebied van koken, ook in 1970 nog niet doorbroken.[70]

[70] Bij Victrix was men zich terdege bewust van het aanhoudende negatieve imago van kant-en-klaar producten, waardoor zij er in een advertentie voor kozen om regelrecht te *ontkennen* dat de pudding die zij fabriceerden een halffabricaat was: 'Is er nog èchte pudding? En dan bedoelen we niet: even of andere vla uit een nuchter flesje (zo sfeerloos!) of snelpudding (voor haastige mensen!) Natuurlijk ook geen dure kant-en-klaar pudding (geen kunst!) Met èchte pudding bedoelen we de nieuwe Victrix Luxe pudding. Zit kompleet met garnering-en-al in het pakje (Chipolata bijvoorbeeld!). […] Modern makkelijk. In 'n wip gekookt'. *Margriet*, 28 maart 1970 (nummer 13) 61.

Hoofdstuk 3: Culinaire xenomanie

3.1 Structuur van de Nederlandse maaltijd

Een aanzienlijk deel van de kant-en-klaar maaltijden in de jaren vijftig en zestig bestond uit buitenlandse gerechten. Het is daarom verstandig om aan deze eigenschap aandacht te besteden. Maar hoe bespreekt men de houding ten opzichte van 'vreemd' voedsel in een land waar zowel 'Wat men van veerst haelt, dat smaecket soetst' en 'Wat'n boer nicht ken't dat vrett'e nicht' overbekende spreekwoorden zijn? Voor de volledigheid: niet alle kant-en-klaar maaltijden in deze tijd waren gebaseerd op buitenlandse recepten. Sommigen, zoals de gevriesdroogde stamppotten van Ras of het blik met aardappels/doperwten/ham van Olba, waren 'puur Hollandse' maaltijden.[1] In advertenties van Olba werd het Nederlandse karakter van de gerechten zelfs ingezet:

> 'OLBA.
> De echte Hollandse keuken mee op reis! Volop genieten van de welverdiende rust in de vrije natuur kunt U alleen, als U **OLBA** conserven bij U heeft. U eet dan even lekker als thuis. 't Is zo gemakkelijk, even in kokend water en… klaar is 't.'[2]

In de bovenstaande advertentie krijgt het product allerlei extra betekenis toegedicht door de woorden die worden gebruikt: 'rust', 'vrije natuur', 'lekker', 'gemakkelijk'. Er wordt ingespeeld op de emotie van de huisvrouw: zij *koopt* ontspanning en vrijheid (zie paragraaf 2.3), en toch is het product niet vreemd of eng; het gaat hier immers om de *echte Hollandse* keuken. Een zeer groot deel van de kant-en-klaar maaltijden uit het tijdvak 1950-1970, en vermoedelijk ook het bekendere, succesvollere deel, bestond echter uit Indische en (later) Italiaanse recepten, zoals het geval bij blikken van Koenvisser en Conimex.

Om te bepalen wat 'vreemd' voedsel is, zal eerst moeten worden gekeken naar wat een typisch Nederlandse maaltijd kan worden genoemd. In de epische *Oxford Companion to Food* (907 pagina's) wordt de Nederlandse keuken geduid als 'traditionally [...] centred around potatoes, vegetables, and meat'.[3] Het is een kwalificatie waar het overgrote deel van de ondervraagde respondenten het mee eens was. De vraag 'Wat is voor u een traditionele Nederlandse maaltijd?' werd nagenoeg altijd beantwoord met 'aardappelen, groenten, vlees'. Hoewel dit technisch gezien niet onjuist is, kan men zeggen dat het niet geheel strookt met de historische realiteit. Hoewel aardappelen, groenten en vlees inderdaad al zeer lange tijd deel uitmaken van de Nederlandse maaltijd, worden zij pas sinds de twintigste eeuw in het merendeel van de Nederlandse huishoudens als drie aparte eenheden

---

[1] In dit hoofdstuk zal duidelijk worden dat er niet zoiets bestaat als de 'Hollandse keuken'. In wat volgt wordt veel gebruik gemaakt van het soort woorden dat wijst op beeldvorming, op concepten die in de werkelijkheid niet terugkomen, of zeer subjectief zijn. Het gaat om termen als 'vreemd', 'authentiek', 'Hollandse pot', 'de Indonesische keuken', 'Oosters', etc. Er is voor gekozen om deze woorden niet constant tussen aanhalingstekens te zetten, voornamelijk omdat dit zeer vervelend is tijdens het lezen. Bij een 'vreemd' gerecht gaat het dus niet om mijn persoonlijke mening.
[2] *Libelle*, 30 juli 1955 (nummer 31) 27; *Margriet*, 23 juli 1955 (nummer 30) 47.
[3] A. Davidson, *The Oxford Companion to Food* (Oxford 1999) 264, 'Dutch cookery'.

op het bord geserveerd (zie paragraaf 1.1). De volkse keuken bestond voor het grootste deel van de Nederlandse geschiedenis uit eenpansgerechten: pap, stamppotten, en meelspijzen. Als men nog verder teruggaat in de geschiedenis wordt het alleen nog maar ingewikkelder. Vóór de achttiende eeuw werd de aardappel nauwelijks gegeten in Europa, omdat men het varkensvoer vond. Lange tijd herbergde het gebied dat nu Nederland heet dus een brood-etend volk.

De conclusie lijkt voor de hand liggend: er bestaat niet zoiets als de 'authentieke Nederlandse maaltijd'. Authenticiteit is een subjectief gegeven: menselijke betekenisgeving die niet inherent is aan de maaltijden die worden gegeten. Dit betekent natuurlijk niet dat het niet mogelijk is om enkele ingrediënten en gerechten aan te wijzen die in Nederland relatief veel werden en worden genuttigd. Bovendien bestaan wel veel typeringen van Nederlands voedsel, een amalgaam van beelden dus, dat kan aantonen hoe Nederlanders (en anderen) over Nederlands eten denken.

Nog éénmaal Alan Davidson in zijn *Oxford Companion of Food*: 'Hallmarks of Dutch cooks are simplicity, quality, and a sort of conservatism which fends off gimmicks yet gives a slow and cautious welcome to beneficial innovations'.[4] In dit citaat lijken de gezegden waarmee dit hoofdstuk opende beiden te zijn verenigd. Conservatief, voorzichtig, maar niet geheel afwijzend tegenover nieuwe invloeden.[5]

Jozien Jobse-van Putten beschrijft de houding van Nederlanders ten opzichte van vreemd voedsel als volgt:

> 'Typerend is verder de geringe gehechtheid in Nederland aan de eigen voeding, waardoor 'vreemde' produkten en gerechten gemakkelijk ingang vinden; er zijn weinig landen waarin met zoveel overgave uit andere eetculturen wordt geleend. Wel zal men vervolgens altijd weer proberen de specifieke smaak van buitenlandse gerechten zodanig af te zwakken dat er iets 'gemiddelds' en weinig karakteristieks overblijft.'[6]

Typisch Hollandse kunnen dus een zeer vreemde component bevatten. Vaak komt dit door de gebruikte kruiden. Klassieke combinaties zijn bijvoorbeeld rode kool met kruidnagel of bloemkool met nootmuskaat.[7] Behalve wat betreft deze (oorspronkelijk uit Indië gehaalde) kruiden, was men tot aan de Tweede Wereldoorlog zeer voorzichtig met buitenlandse invloeden. Wanneer men een zeventiende- of achttiende-eeuws kookboek uit Nederland onder ogen krijgt, zal het totale gebrek aan vreemde gerechten wellicht opvallen. Natuurlijk heeft dit ook met de gehanteerde definitie te maken: er staan in deze boeken bijvoorbeeld wel recepten die een Franse oorsprong lijken te hebben.[8] Echter, zeker in vergelijking tot

---

[4] Ibidem, 264.

[5] Historica Marlou Schrover is minder positief. Volgens haar kan een sterk smakend gerecht haast niet Nederlands zijn: 'Nederlandse gerechten zijn flauw en sober. [...] Sterk smakende spijzen – zuur, gekruid en prikkelend – worden als on-Nederlands aangemerkt. In de Nederlandse keuken lag de nadruk traditioneel eerder op vullen dan op verwennen'. M. Schrover, 'Wie zijn Wij? Vrouwen, Eten en Etniciteit', *Voeden en Opvoeden, Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 19 (1999) 115-144, 123.

[6] J. Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam: Cultuurgeschiedenis van de Dagelijkse Maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1996) 524.

[7] A.H. van Otterloo & C. Salzman, 'The Taste of the Netherlands and the Boundaries of the Nation State', *Mededelingsblad en Verzamelde Opstellen – Periodiek voor Voedingsgeschiedenis, Streekgastronomie en Toerisme* 13 (1995) 7-15, 9.

[8] M.E. van der Molen-Willebrands, *De Verstandige Kok: De Rijke Keuken van de Gouden Eeuw* (Bussum 2006); S. Van Esveldt, *De Volmaakte Hollandsche Keukenmeid: Onderwyzende hoe men…* etc. (Amsterdam 1746).

sommige andere landen, was het aantal buitenlandse ingrediënten en gerechten in de Nederlandse keuken - ook aan het begin van de twintigste eeuw - zeer gering.[9]

Misschien is een deel van deze weerstand te verklaren aan de hand van de structuurverschillen tussen Nederlands en vreemd eten. Mary Douglas benadrukt het enorme belang van de structuur van een maaltijd. Sterker nog, zij probeert aan te tonen dat wanneer deze structuur niet 'klopt', de maaltijd niet als een echte maaltijd kan worden gezien.[10]

Wanneer respondenten aangeven dat 'aardappelen, groenten en vlees' voor hen een typisch Hollandse maaltijd vormen, dan is dit in feite geen volledig antwoord op de vraag. Er zijn slechts voedselcategorieën genoemd; slechts de *structuur* van de maaltijd is aangegeven. Om als typisch Nederlands te gelden is de opbouw van de maaltijd blijkbaar belangrijker dan de precieze invulling (bloemkool of doperwten, karbonade of biefstuk). Alleen aardappelen zijn als specifiek ingrediënt genoemd.

Mijn moeder maakte in de jaren zestig ook macaroni met gehakt... Of blokjes ham soms. Ik weet nog wel, mijn moeder had een rare combinatie, want dan hadden we macaroni met tomatensaus en gehakt, maar daar serveerde ze ook aardappels bij. Dat is apart, hè?
En hoe moest dat dan gegeten worden, die aardappels...?
Ja, en dan gooide je die kwak macaroni daaroverheen! (lacht) Wij zeiden dat later nog wel eens tegen haar, zovan: 'Dat deed jij altijd zo, hè?'. Maar zij zei dan altijd: 'Ja, maar in die tijd was dat heel gewoon...'.[11]

Als een dergelijk belang wordt gehecht aan de structuur van het eten, dan zou men kunnen zeggen dat buitenlands eten, zoals dit in Nederland werd gegeten tijdens de jaren vijftig en zestig ook op dit vlak werkelijk *vreemd* was. Immers, nasi goreng is een gerecht dat enkel bestaat uit een hoofdbestanddeel, zonder (veel) vlees of groente.[12] Het is dan ook niet verrassend dat wanneer nasi goreng werd aangepast aan de Nederlandse smaak, er alsnog groenten en vlees in werden gestopt, wat de maaltijd wat betreft structuur minder vreemd maakte. Ook bij Italiaanse gerechten werden structurele aanpassingen gemaakt.[13] Toch bleven pastagerechten en nasi goreng, mede door de presentatie op het bord, een niet-Nederlandse ervaring. [14]

De rijsttafel was zo mogelijk nog vreemder. Deze werd echter in al zijn vreemdheid en exotisme geprezen. Een rijsttafel bestaat uit rijst als hoofdbestanddeel, en daarnaast een keur aan kleinere vlees- en groentegerechten.

---

[9] K. J. Cwiertka, *The Making of Modern Culinary Tradition in Japan* (Leiden 1999) 160.
[10] M. Douglas, 'Deciphering a Meal', in: M. Douglas (red.), *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology* (Londen 1999) 231-251, 240.
[11] Respondent #4. Een vrouw, geboren op 5-9-1950. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Huibergen en Berg op Zoom.
[12] In Nederland is natuurlijk ook de stamppot zeer bekend en geliefd, qua structuur meer lijkend op nasi goreng. Hoewel dit van oorsprong ook een eenpansgerecht is, wordt het in Nederland tegenwoordig wel vaak zó geserveerd dat het blijft voldoen aan de eisen 'aardappelen, groenten en vlees'. Bovendien wordt in ieder geval het vlees apart bereid en geserveerd (een rookworst of gehaktballen worden immers niet meegekookt met de aardappelen).
[13] Ook de structuur van de Italiaanse maaltijd werd door Nederlanders (en anderen) aangepast. Men serveerde gerechten die in Italië als primo functioneren (pasta, risotto) als hoofdgerecht.
[14] Voor Italiaanse gerechten geldt hetzelfde: 'Macaroni werd in aangepaste vorm gegeten, maar desondanks werd het exotische benadrukt'. M. Schrover, I. Mestdag, A.H. van Otterloo & C. Zeegers, 'Lekker', in: I. Hoving, H. Dibbits, & M. Schrover (red.), *Veranderingen van het alledaagse 1950-2000* (Den Haag 2005) 77-112, 81.

Op het eerste gezicht voldoet dit gerecht dus aan de gewenste Nederlandse structuur van aardappelen, groenten en vlees. De meestal enorme keur aan bijgerechten zorgde desalniettemin dat de eetervaring voor de gemiddelde Nederlander toch in eerste instantie *vreemd* zal zijn geweest. Dit alles verklaart wellicht enigszins waarom niet iedereen stond te springen om rijstgerechten te proberen.

Ik zei tegen mijn moeder..."Oh weetje, ik wil ook wel een keer nasi thuis eten". En toen zei m'n moeder: "Ja jongen, maar hoe maak je dat dan?" En toen zei ik: "Ja, dat weet ik niet". Maar toen hoorde ik dat er van Koenvisser... Koenvísser! (hij zingt kort het liedje dat bij de reclames hoorde en lacht) *Toen heeft m'n moeder inderdaad, of ík heb zo'n blik gehaald in de winkel en m'n moeder heeft het een beetje opgebakken, en toen sprak mijn vader de legendarische woorden: "Het lijken net maden die d'r in zitten, dat eet je toch niet!"... Terwijl wij wel rijstepap aten! [...] De rest van het gezin at dat niet. Ik heb het alleen zitten eten. Mijn moeder at het ook niet. Niemand at dat, ze snapten niet hoe je zoiets smerigs kon eten; ze wilden dat niet eens proeven.*[15]

3.2 Wennen aan vreemd voedsel

Dat Indonesisch en Italiaans eten gedurende de twintigste eeuw 'doorbraken' in Nederland is dan ook verre van vanzelfsprekend. Misschien kwam het door de eerder genoemde conservatieve aard van Nederlanders als het op eten aankwam, maar op dit nieuwe voedsel werd aanvankelijk argwanend gereageerd. In de negentiende eeuw waren er al enkele Indische kookboeken te krijgen in Nederland. Het eerste was dat van Geertruida Haak-Bastiaanse uit 1872. De kookboeken in deze periode werden echter vaak geschreven door Nederlands-Indische vrouwen, en hun publiek bestond voornamelijk uit 'soortgenoten' woonachtig in Nederlands-Indië, ondanks het feit dat veel van de benodigde ingrediënten in de grote Nederlandse steden te vinden waren (tamarinde, knoflook, pepertjes, komijn, etc.).[16]

Aan het begin van de twintigste eeuw komen Indische recepten voor het eerst voor in 'mainstream' bronnen, zoals het bekende kookboek van de Amsterdamse huishoudschool, opgesteld door Cornelia Johanna Wannée. Dit boek had een groot bereik, en in 1910 stonden hier al 38 Indische recepten in, genoeg voor een totale rijsttafel.[17] Toch zal de gemiddelde Nederlandse huisvrouw niet snel een poging hebben gewaagd. Tot aan de Tweede Wereldoorlog waren er dan ook nauwelijks Indische gerechten te vinden in *Libelle* of *Margriet*. Pas na de oorlog verschenen in de tijdschriften enkele Oosterse gerechten. *Margriet* vertelde de Nederlandse huisvrouw in 1950 hoe zij loempia en bami kon maken, terwijl *Libelle* aan de slag ging met rijst: pikante rijsttuitjes (met sambal!), rijst met garnalenkerrie en rijstkoekjes.[18]

---

[15] Respondent #9. Een man, geboren op 23-3-1950. Hij woonde in de jaren vijftig en zestig in Koewachts, en zat vanaf 1966 in Oudenbosch op een internaat.
[16] Cwiertka, *The Making of Modern Culinary Tradition in Japan*, 169-172.
[17] C.J. Wannée, *Kookboek van de Amsterdamse Huishoudschool* (Amsterdam 1910) XXIV.
[18] Cwiertka, *The Making of Modern Culinary Tradition in Japan*, 173; *Libelle*, 17 februari 1950 (nummer 7) 50-51.

In Nederland vonden er na de Tweede Wereldoorlog grote veranderingen plaats, die de doorbraak van Indische gerechten en de opkomst van Chinees-Indische restaurants faciliteerden. In de literatuur worden telkens dezelfde factoren genoemd. Ten eerste kwamen veel 'repatrianten' naar Nederland. De (vaak) Nederlands-Indische repatrianten waren gewend aan de Indische cuisine, en konden moeilijk wennen aan aardappels met jus. Zij zetten hun eetgewoonten in Nederland dan ook voort. Deze groep van ongeveer 300.000 mensen regelde de aanvoer van verschillende ingrediënten uit Zuidoost-Azië en verhandelde deze waar in toko's in de grote steden. Omdat zij hierdoor zelf in staat waren Indonesisch te koken, is het overigens niet waarschijnlijk dat deze repatrianten een markt vormden voor kant-en-klaar maaltijden zoals nasi uit blik.

Bovendien kwamen ongeveer 160.000 militairen terug uit Zuidoost-Azië na de Indonesische onafhankelijkheid in 1949. Zij hadden in diensttijd een voorkeur ontwikkeld voor nasi goreng en sambal die, eenmaal thuisgekomen, moeilijk af te schudden was. Essentieel was echter ook de stroom van Chinese immigranten naar Nederland in de naoorlogse tijd. Chinees-Indische restaurants schoten als paddenstoelen uit de grond, waar Chinese koks allerlei hybride gerechten serveerden, zoals bami goreng: noedels van Chinese oorsprong, Indische kruiden en Hollandse doperwtjes, blokjes ham en een gebakken ei.

Mijn man kwam uit Indië, had in het jappenkamp gezeten, en die heeft mij dus in 1947 al geleerd wat Indisch eten koken was. Toen kwamen de schepen binnen uit Indië, daar zaten dus ook Chinezen op. En toen kwam de eerste Chinees bij ons thuis; dat was een heel groot wonder. Die konden we niet genoeg bekijken. Die kreeg een zolderkamertje, die heeft ons dus geleerd wat Indisch eten was. [...] In het begin vond ik dat eten een beetje... ánders als wat wij aten (we mochten het woord 'vies' nooit gebruiken). Maar langzaam leerde ik het waarderen.[19]

Een andere basisvoorwaarde voor de internationalisering van de Nederlandse keuken was een forse stijging van de welvaart (zie paragraaf 1.4). In de Chinees-Indische restaurants kreeg men 'veel voor weinig', wat betekende dat veel Nederlanders af en toe uit eten konden, zeker in de jaren zestig. Toen de babyboomers eind jaren zestig massaal gingen studeren, nuttigden ook zij graag een flink bord nasi goreng. In deze jaren breidde de mogelijkheid tot vreemd eten in Nederland zich bovendien snel uit: door vakanties in Zuid-Europa kwam er interesse in de Italiaanse, Spaanse en Griekse keuken.

Voedselproducenten keken in deze periode natuurlijk niet lijdzaam toe. Conimex, dat al vóór de oorlog importeur van sambal en ketjap was, zag een gat in de markt. Het was nu tijd om het 'gewone' Nederlandse gezin ook aan de boemboe's en de kroepoek te krijgen. In *Margriet* zijn in 1954 voor het eerst advertenties te vinden voor Conimex nasi en bami goreng in blik.[20] In 1955 zijn er al reclames van Koenvisser te vinden, van zowel nasi, bami als spaghetti uit blik.

[19] Respondent #20. Een vrouw, geboren op 1-12-1926. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Amsterdam en Hilversum.

[20] C. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27, 16.

Ondanks de hierboven beschreven gunstige omstandigheden, was het niet zo makkelijk om de Nederlander aan vreemd eten te laten wennen. In 1917 schreef voedingsdeskundige Martine Wittop Koning al: 'Begin niet met een leelijk gezicht te trekken, als ge hoort van iets vreemds […] Overwin uw angst voor het nieuwe'.[21] Maar ook na de Tweede Wereldoorlog bleef Indisch eten eng. Het beeld van het eten vermengde zich met het (af en toe racistische) beeld dat men had van Indische mensen zelf: vreemd, exotisch, omringd door vreemde geurtjes. Annemarie Cottaar en Wim Willems schreven een boek over de beeldvorming aangaande de Indische Nederlanders:

> 'Wij kunnen ons echter toch niet helemaal aan de indruk ontrekken, dat men in de jaren vijftig voor een deel afwijzend ten opzichte van de Indische voeding stond, omdat het zo anders was: 'die rare potjes met scherpe kruiden' en 'die vreemde luchtjes'. [...] 'tolerantie was in de jaren vijftig nog ver te zoeken, zoals o.a. blijkt uit het volgende citaat over twee Nederlandse tantes die hun Indische familieleden hebben opgevangen: 'En weet u, dat de oudjes zich af en toe aan echte nasigoreng te buiten gaan? De buren hebben het laatst geroken. En eenparig de wijze hoofden geschud.' (NRC, 15-2-1958)'.[22]

Zelfs repatrianten mochten van hun begeleiders, wanneer zij te lande werden opgevangen, niet vaker dan een paar keer per week Indisch eten. Het Nederlandse klimaat was kouder, wat betekende dat de immigranten beter konden leren om aardappels te eten, waar bovendien meer vitamine C in zat.[23] Hoewel de argumenten een bepaalde wetenschappelijke basis bezitten, tonen ze duidelijk ook een ander motief: men moest integreren, het vreemde moest minder vreemd worden gemaakt.

Het zou dus ook verkeerd zijn om te stellen dat eenieder zich anno 1950 ineens geroepen voelde rijstgerechten uit te proberen. Ook uit gesprekken met respondenten blijkt dat er veel gezinnen bestonden waar gedurende de jaren vijftig en zestig geen rijst op tafel kwam, in ieder geval niet als hartig gerecht. Uit een artikel in het tijdschrift *Voeding*, over een in 1950 gehouden enquête:

> 'Over het algemeen schijnt men aan de leuze 'niet eten, wat je niet kent', op het platteland nog stevig vast te houden, (bijv. een macaronischoteltje met ham en kaas werd op cursussen aan huisvrouwen ten plattelande volstrekt niet geapprecieerd). […] In verschillende groepen wordt een gezonde terughouding ten aanzien van specerijen in acht genomen.'[24]

Wanneer Anneke van Otterloo verkondigt dat Nederlanders na 1945 'xenomanen' (dol op buitenlands eten) zijn geworden[25], dan moet dus rekening worden gehouden met aanzienlijke weerstand gebaseerd op regionale en sociaal-economische voorkeuren.[26]

---

[21] A.H. van Otterloo, 'Nieuwe Producten, Schakels en Regimes 1890-1920', in: J.W. Schot, et al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 249-261, 258.
[22] A. Cottaar & W. Willems, *Indische Nederlanders: Een Onderzoek naar Beeldvorming* (Den Haag 1984) 114.
[23] Ibidem, 112.
[24] J. Burema, T. van Schaik & B. Woonink, 'Een Enquete naar de Samenstelling van de Middagmaaltijd ten Plattelande in Nederland', *Voeding* 11 (1950) 285-297, 295.
[25] A. H. van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990): Een Historisch-Sociologische Studie* (Amsterdam 1990) 210- 211.
[26] Volgens Theo Marcé zijn de regionale verschillen zelfs het grootst wanneer het gaat om pasta- en rijstconsumptie. T.B.J. Marcé, *Het verbruik van Aardappelen, Brood, Rijst, Peulvruchten en Eetdeegwaren Volgens een Voedingsonderzoek in Nederland bij 2000 Huishoudingen in 1967 t/m 1970* (Wageningen 1975) 108.

3.3 'Ontvreemding' en 'vervreemding'

De relatie met Oosters voedsel was voor veel Nederlanders gecompliceerd. Om voor hen aantrekkelijk te zijn, moest vreemd eten aan twee dingen voldoen. Ten eerste moest het minder vreemd gemaakt worden, door bijvoorbeeld doperwtjes bij de nasi goreng te voegen. Ten tweede moest het echter ook vreemd gehouden worden. Een deel van de aantrekkingskracht van (Chinees-)Indisch eten was het avontuur waar het voor stond. Veel mensen gingen in de jaren vijftig en zestig voor het eerst uit eten; voor bijna een hele generatie kinderen was het Chinees-Indische restaurant tevens het eerste restaurant dat zij van binnen zagen. Op meerdere fronten was dit voor velen een geheel nieuwe eetervaring. Wanneer men zelf kookte was een rijsttafel of nasi goreng een nog veel groter avontuur.

Naar de Chinees? Ja, ik vond dat wel heel erg apart. We gingen ons ook helemaal.. áánkleden! Dat deed ik daarvoor natuurlijk ook nooit, dat waren alleen maar tweedehandskleren. Maar toen kregen we ook gekóchte kleren. En dan gingen we uit. Dat was een gebeurtenis, ik was misschien veertien. Ja, dat vond ik wel heel bijzonder. [...] Ik weet wel dat ik het heel lekker vond, dat weet ik wel![27]

In *Libelle* en *Margriet* is te zien hoe het Oosterse eten en de Oosterse mens zowel iets minder vreemd wordt gemaakt als op afstand wordt gehouden. De lezer wordt dus gerustgesteld, maar niet te veel: wanneer men (Chinees-)Indisch eet of kookt moet men nog wel een gevoel van avontuur behouden. En dus wordt soms de vreemdheid van Chinese of Indonesische koks en hun voedsel benadrukt:

> 'Hoe hij heet? Ja, dat is een lastige vraag. Het kan Hok Sing Yang zijn of Gauw Boeng Seng. Misschien is het ook Mei Ho Ling. Het is moeilijk om uit al die vreemde klanken wijs te worden. Trouwens, wat komt het er op aan. Wát hij kookt? Die vraag is beter te beantwoorden, want we zagen nauwkeurig toe toen Hok Sing Yang of hoe hij heten mag de pollepel hanteerde'.[28]

Een *Libelle*-artikel uit 1955 is echter nog opvallender. In de reeks 'Culinair College' komt een Cantonese restauranthouder aan het woord. Wat volgt illustreert uitstekend de genoemde 'ontvreemding' en de 'vervreemding':

> 'U mag niet alles geloven wat ze zeggen over het eten in China. Het is beslist niet waar dat de Kantonnezen levende witte muizen aan hun staart door de kokende honing halen en daarna, net zoals de Hollanders met een haring doen, door hun keelgat laten glijden. Nee, dat is niet waar. Dat zijn maar verhaaltjes. U moet dat niet geloven.'
>
> Nimmer in ons leven zullen wij ooit nog enige waarde hechten aan de legende dat men in Kanton levende muizen opsmikkelt. Wanneer een erkende grootheid als de beminnelijke heer Ng Ku Chun, die directeur is van het Chinees-Indisch Restaurant "PEKING" in de Amsterdamse Vijzelstraat, u met de hand op het hart verzekert, dat zulks een fabeltje is, kunt ge er van overtuigd zijn dat die honingmuizen hoogstens geleefd hebben in het al te vruchtbare brein van een sensatiebeluste journalist. Want de heer Ng Ku Chun is een openhartige en waarheidslievende Chinees, wie het verspreiden van verzinsels omtrent de nationale keuken van zijn geboorteland kennelijk aan het hart gaat. Wij hebben over die keuken een lang gesprek met hem gevoerd, waarbij hij met oosterse hoffelijkheid en in een grappig-gebroken Nederlands tussen de zinnen liet doorschemeren, dat hij de Europese eetgewoonten een tikje merkwaardig vindt.'[29]

---

[27] Respondent #19. Een vrouw, geboren op 15-5-1948. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag.
[28] *Libelle*, 28 april 1950 (nummer 17) 50-51.
[29] *Libelle*, 2 april 1955 (nummer 14) 96.

Het artikel wordt hier uitgebreid geciteerd, omdat het goed laat zien hoe werd omgegaan met de vreemde Chinese keuken. Nederlanders vreesden in deze tijd soms dat er bij 'de Chinees' muizen op het bord konden komen, en *Libelle* tracht deze mythe te ontkrachten. Zowel het feit dat deze mythe bestond, als het gegeven dat de redacteur van *Libelle* ook niet precies wist hoe het zat met de muizen en de honing, is interessant. Maar de alinea heeft een duidelijke *functie*: angst voor het vreemde wordt weggenomen.

Het ontvreemdingsmechanisme vertoont overeenkomsten met oriëntalisme, zoals dat is beschreven door Edward Said. De Palestijns-Amerikaanse academicus stelt in *Orientalism* (1978) dat een belangrijke functie van het oriëntalistische discours het wegnemen van angst voor de 'ander' is.[30] Door het produceren van kennis wordt de Westerling gerustgesteld: als men weet waar men mee te maken heeft, is het vreemde te plaatsen en te beheersen. En dus creëert men in Nederland een beeld van de Indonesische maaltijd door het keer op keer te produceren (het beeld én de maaltijden).[31]

De rijsttafel en nasi goreng worden steeds vaker gezien als Nederlandse maaltijden.[32] Hangt het succes van deze gerechten net als oriëntalisme samen met (neo)kolonialisme, of een verlangen naar de koloniale periode?

Of Indische gerechten tegenwoordig ook bij de Nederlandse keuken horen? Hmm, ja. Ja. Dat is wel een soort erfgoed geloof ik. Meer dan pasta... hoewel pasta tegenwoordig op nummer één staat, geloof ik.[33]

In secundaire literatuur wordt soms een relatie gelegd tussen kolonialisme en de populariteit van de Indonesische keuken, maar dergelijke beweringen zijn zeer lastig te staven, mede doordat er nog weinig onderzoek is gedaan naar de ontvangst van Indonesisch voedsel in Nederland.[34] Door het ontbreken van een degelijke basis in secundaire bronnen is het dan ook te ingewikkeld om in het huidige stuk vormen van culinair kolonialisme te behandelen.[35] Vermoedelijk zou een grootschalig project met uitgebreid gebruik van orale bronnen duidelijkheid kunnen verschaffen.

In het interview met de Cantonese chef wordt de afstand tot het vreemde overigens ook weer vergroot, zowel op het gebied van taal als het gebied van

---

[30] '[the] subject is not so much the East itself as the East made known, and therefore less fearsome, to the Western reading public'. E. Said, *Orientalism* (Oxford 1978; herdruk 2003) 60.

[31] Ibidem, 32.

[32] '[…] a taste for the myriad spicy dishes of rijistafel [sic] (rice table) and other Indonesian specialties such as nasi from the Dutch East Indian colonies became epidemic in the Netherlands, and Indonesian restaurants to serve them proliferated (rijistafel is the closest thing to a Dutch national dish)'. F.K. Kiple, *A Moveable Feast: Ten Millennia of Food Globalization* (Cambridge 2007) 218-219. In werkelijkheid is het feestmaal, dat Indonesische, Nederlandse, Chinese en zelfs Portugese invloeden kent, een bewijs dat culinaire authenticiteit een problematische term is: de rijsttafel is veranderlijk, en behoort niet één cultuur of nationaliteit toe. J. Van den Berg, *'Ajoh Dan, Neem... Néém...': De Geschiedenis van de Rijsttafel* (Den Haag 2002) 60-61.

[33] Respondent #7. Een vrouw, geboren op 8-8-1950. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Amsterdam.

[34] De literatuur is zeer gericht op restaurantbezoek. Het thuis koken van een Indonesische maaltijd in deze periode is nauwelijks beschreven. Wat betreft de claims aangaande kolonialisme twee voorbeelden: Catherine Salzman schrijft over het succes van Chinees-Indische restaurants: 'Dit fenomeen kan gedeeltelijk verklaard worden vanuit een soort nostalgie, een verlangen naar de dagen dat Nederland een belangrijke koloniale mogendheid was'. Volgens anderen herinnert de beeldtaal van Conimexreclames mensen opzettelijk aan de koloniale tijden van weleer. Schrover, Mestdag, Van Otterloo & Zeegers, 'Lekker', 107.

[35] Er zijn wel enkele interessante bronnen aangaande *hedendaags* culinair oriëntalisme en kolonialisme. Het bekendste voorbeeld is Lisa Heldke's *Exotic Appetites: Ruminations of a Food Adventurer* (2003).

eetgewoonten. Het vreemde land, de vreemde taal, het vreemde eten, dit alles wordt minder eng gemaakt, zoals Said omschrijft aangaande oriëntalisme. Maar tegelijkertijd wordt dat wat anders is op afstand gehouden. Het hele artikel vertoont een cultureel duw- en trekwerk. Chef-kok Ng Ku Chun benadrukt dat hij in zijn kookkunsten naar de 'gulden middenweg' zoekt tussen Chinese en Westerse smaak, en *Libelle* komt tot een opmerkelijke conclusie:

> 'In de loop van het gesprek, dat zo nu en dan werd onderbroken door telefoontjes in het Chinees, is ons duidelijk geworden dat het nagenoeg onmogelijk is in Amsterdam een Chinese maaltijd te bereiden, die als twee korrels rijst gelijkt op een maaltijd in Peking of Kanton. Dat komt voornamelijk, omdat veel grondstoffen voor zo'n etentje in ons land met de beste wil van de wereld niet te krijgen zijn. Wanneer wij Chinees eten, eten we in wezen Chinees-op-zijn-Europees. Maar dan ook goed!'[36]

Wederom functioneert taal als culturele barrière, maar interessanter is dat *Libelle* hier het punt van gastronomische authenticiteit aanstipt. Eet men in Nederland wel écht Chinees? Hoewel het antwoord ontkennend is, zijn de zorgen hierover niet groot. Als het maar lekker is!

In de jaren zestig is m'n moeder gaan ontdekken dat je ook rijst kon koken, en dan aten we nasi. Maar dan, vond ik, altijd wel een beetje op z'n Hollands... Er gingen wel kruiden in, maar dat heb ik me later gerealiseerd, dat m'n moeder erg haar best deed om een ander potje op tafel te zetten, maar ja, qua smaak was het niet veel... het had ook net zo goed een Hollands gerecht kunnen zijn. Ze heeft zich niet heel erg bezig gehouden met de Indische kruiden.[37]

Dat er in feite niet zoiets bestaat als 'de Chinese keuken' of 'de Indische keuken', moge duidelijk zijn, maar het is een gegeven dat men in heel China en Indonesië tijdens de jaren vijftig en zestig anders at dan in Nederland. Culinaire vergelijkingen op basis van naties of culturen zijn nu eenmaal een manier om 'de natie' te beleven, om te markeren wat *eigen* is en wat *anders*.[38] De bestaande culturele (of nationale) verschillen moeten niet worden geëssentialiseerd, maar kunnen ook niet volkomen worden gerelativeerd. Zoals *Margriet* in 1950 haar bami en loempia's presenteerde, zo werden ze nergens in Azië gegeten.[39] Hoewel deze gerechten gedurende de jaren zestig inburgerden en hun spanning verloren, viel er ook toen nog genoeg te beleven:

> 'De loempia herbergt geen geheimen meer in haar croquante omhulsel. Zij wordt heel dikwijls gegeten en is meer dan eens in de Hollandse keuken gebakken. Je kunt haar immers ongebakken maar verder

[36] Over de Italiaanse keuken is men in *Libelle* ook erg duidelijk. G. Petrone-Sevenster schrijft: 'De Nederlander, die het over de Italiaanse keuken wil hebben, zal tien tegen één met macaroni beginnen en met macaroni eindigen. Want dat staat voor de vreemdeling als een paal boven water: de Italiaan eet macaroni. Zo dacht ik er ook over toen ik mijn Italiaanse echtgenoot leerde kennen. Bij mijn eerste bezoek aan Italië onder zijn leiding leerde ik al gauw, dat ik er niets, maar dan ook niets van af wist'. *Libelle*, 2 juli 1955 (nummer 27) 87.

[37] Respondent #4. Een vrouw, geboren op 5-9-1950. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Huibergen en Berg op Zoom.

[38] C. Palmer, 'From Theory to Practice: Experiencing the Nation in Everyday Life', *Journal of Material Culture* 3 (1998) 175-199, 188-190.

[39] 'Een sprekend voorbeeld hiervan is het recept dat *Margriet* ooit voor loempia's gaf [...] gefruite kool, prei, selderie, varkensvlees en garnalen (geen taugé en andere oosterse groenten, geen tahu), gewikkeld in een flensje, dat stevig gefrituurd diende te worden. Het resultaat is een tamelijk zwaar wanprodukt dat slechts een vluchtige herinnering oproept aan iets Chinees of Indonesisch'. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw, 16.

welbereid in een snackbar, Chinees restaurant en zelfs uit de supermarkt-diepvrieskast kopen. Nee, zij is geen probleem. Maar hoe smaken gebakken scampi's en welke ingrediënten verdwijnen in de babi-ketjap-schotel? Het is een avontuur om de Chinese kookkunst te beoefenen in eigen keuken. Een ongevaarlijk avontuur weliswaar (er kan niet veel mislukken), maar daarom niet minder boeiend.' [40]

Wederom zijn zowel spanning als geruststelling onderdelen van de boodschap betreffende de vreemde gerechten. Het vreemde gaf de recepten een bepaalde allure, terwijl het toch allemaal niet al te ongewoon hoefde te zijn.[41] Vandaar dat een betere samenvatting van de presentatie van Oosters voedsel in de besproken periode dan 'een ongevaarlijk avontuur' haast niet te bedenken is.

Ook een trend in het voedseladvies spoorde consumenten aan om eens iets anders te proberen. Tevens met het oog op de gezondheid (zie ook paragraaf 4.2) werd de Nederlandse huisvrouw steeds vaker aangeraden om variatie in het eetpatroon aan te brengen. In het jaar 1951 adviseerde *Margriet* haar lezeressen zes keer om gevarieerder te eten; in 1975 was dit 24 keer het geval.[42] In beide tijdschriften internationaliseerden de receptenrubrieken in vlug tempo. De huisvrouw kreeg allerlei manieren aangeboden om nieuwe dingen te proberen.[43] Kende zij de paprika?[44] En had ze al eens een kiwi ('ze lijken wat op kleine kokosnoten') gegeten?[45]

Waarom wij bij de Chinees gingen eten? Ik denk dat dat juist... om dat een beetje te ontdekken hè? Zovan: zullen we dat eens proberen. Een beetje avontuur zoeken. Anders eten we altijd zo'n beetje hetzelfde. Dat hoor ik m'n moeder ook nog wel zeggen: ik weet het haast niet meer, wat ik moet maken...Want je wilde toch behoorlijk wat afwisseling hebben.[46]

Ook de advertenties voor kant-en-klaar maaltijden speelden op deze variatiesuggesties in. In 1965 zijn in *Margriet* en *Libelle* advertenties voor Norica te vinden, een droog product van het bekende merk Royco:

'NIEUW! NORICA
Warme Schotels
Kant en klaar • Bereid met vlees • Apart recept

[40] *Libelle*, 24 januari 1970 (nummer 4) 40-45.
[41] Ook wat betreft Italiaans eten klopt dit: 'Soep met macaroni werd meteen 'Milaansche' soep. Ook de toevoeging van ingrediënten als ansjovis of rauwe ham was in de jaren zestig en zeventig reden om recepten etiketten te geven als 'op zijn Napolitaans', 'van Capri', 'van Parma', 'Siciliaans, Romeins', 'op zijn Florentijns' of 'op zijn Milanees'. [Deze namen] wijzen er alleen op dat het aantrekkelijk werd gevonden om een gerecht een Italiaanse allure mee te geven, maar het deed er nog maar weinig toe of de recepten authentiek Italiaans waren.' Schrover, Mestdag, Van Otterloo & Zeegers, 'Lekker', 82.
[42] A.H. van Otterloo & B. Sluyter, 'Naar Variatie en Gemak 1960-1990', in: J.W. Schot, et al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 281-295, 282. Dat beide bladen elke week een menusuggestie printten (waarbij op elke dag consequent iets anders wordt gegeten) droeg hier natuurlijk ook aan bij. Zie ook paragraaf 4.2.
[43] Zo geeft *Libelle* allerlei recepten in een artikel met de titel 'Niet altijd aardappels'. *Libelle,* 14 maart 1970 (nummer 12) 100-103. *Margriet* adviseert af en toe eens kruiden te gebruiken: 'Specerijen maken uw rijstgerechten pittig, exotisch en pikant' en zijn een 'welkome afwisseling'. *Margriet*, 28 februari 1970 (nummer 9) 68.
[44] *Libelle*, 27 augustus 1960 (nummer 35) 10.
[45] *Margriet*, 22 augustus 1970 (nummer 35) 23.
[46] Respondent #4. Een vrouw, geboren op 5-9-1950. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Huibergen en Berg op Zoom.

> Norica rijst met goulash – een Royco produkt. Verras Uw gezin eens met iets bijzonders!
> Iets bijzonders! Iets lekkers, dat ànders is! Dat fantasie en variatie brengt in Uw dagelijks menu. NORICA warme schotels! Kant en klaar in een pak. Volgens apart recept en daardoor verrukkelijk lekker. Een verrassing voor Uw gezin – een compliment voor U! NORICA. [...]
> NORICA voor fantasie en variatie in Uw dagelijks menu [...]'[47]

De sterke nadruk op variatie ('apart', 'bijzonders', 'ànders', 'fantasie', 'variatie', 'apart', 'verrassing', 'fantasie', 'variatie') is evident.[48] Dat professionele voedingsadviezen op variatie hamerden kwam producenten van exotische waar dus uitstekend uit. Conimex durfde het zelfs aan om de Nederlandse keuken enigszins belachelijk te maken:

> 'Als u overborrelt van opstandigheid omdat u in deze tijd van soppige oude aardappels en dure schaarse groente toch voor de bittere taak staat wat behoorlijks op tafel te brengen…dan kan alleen kalmte en Conimex u redden.[49]

De advertentie speelde zowel in op de groeiende behoefte aan emancipatie ('opstandigheid') en verlossing van de huishoudelijke verplichtingen ('bittere taak') als op het eerder genoemde variatiethema.

Voor bedrijven was het produceren van vreemde ingrediënten en maaltijden potentieel lucratief. Niet alleen vanwege het feit dat de Nederlandse huisvrouw constant op het hart werd gedrukt hoe essentieel variatie was voor een gezonde voeding, maar ook om andere redenen. Het creëren van een oer-Hollandse kant-en-klaar maaltijd kon problemen met zich meebrengen, omdat de consument uitstekend vergelijkingsmateriaal had. Zij die al honderden keren boerenkool of hutspot hadden gegeten, voordat zij in aanraking kwamen met de instantstamppotten van Ras, waren min of meer experts geworden in het beoordelen van deze eenpansgerechten. Het is niet vreemd dat het kant-en-klaar product het dan moest afleggen tegen de boerenkool 'zoals mama het vroeger maakte'.

In het geval van een kant-en-klaar maaltijd uit een vreemde keuken werd het iets makkelijker, doordat de consument minder vergelijkingsmateriaal had. Zoals Marianne Lien schrijft: 'The producer, to a much greater extent, is free to define the product in a way that suits the various requirements and conditions of industrial mass production'.[50] En dus kon men goedkopere ingrediënten gebruiken, wat de winst verhoogde, de prijs drukte, of beiden. Het is overigens wel de vraag of dit in Nederland met nasi goreng en andere Oosterse gerechten geheel van toepassing is geweest. Veel respondenten die voor dit stuk zijn geïnterviewd gaven als antwoord op de vraag of zij ooit een blik nasi of bami hadden gekocht, dat zij de voorkeur gaven aan het authentiekere eten bij 'de Chinees'.

---

[47] *Libelle,* 28 november 1965 (nummer 48) 141; *Margriet*, 6 november 1965 (nummer 45) 107.

[48] Zoals met meer maaltijden valt overigens te betwijfelen of Norica onder de kant-en-klaar maaltijden geschaard moet worden. Hoewel het, naar Nederlandse maatstaven, alle benodigde ingrediënten bevat (hoofdbestanddeel, groenten, vlees) zijn de porties zo klein (175 gram, volgens de verpakking voor twee personen) dat het lijkt of er nog iets aan toegevoegd moet worden. De advertentie wekt die suggestie in ieder geval wel. Volgens de gebruikte definitie (zie inleiding) is Norica echter wél een kant-en-klaar maaltijd, en deze semantische discussie is wellicht ook niet direct relevant voor de hier behandelde kwesties.

[49] *Libelle*, 28 februari 1970 (nummer 9) 85; *Margriet*, 14 maart 1970 (nummer 11) 83.

[50] M.E. Lien, *Marketing and Modernity: An Ethnography of Marketing Practice* (Oxford 1997) 226. Een groot deel van de originele tekst is cursief gedrukt.

3.4 Authenticiteit

In hoeverre was authenticiteit van belang voor de verkoop van Indische en Italiaanse kant-en-klaar maaltijden in de jaren vijftig en zestig? Eerder in de twintigste eeuw zijn er Indische kookboeken te koop in Nederland waarin men relatief streng was als het aankwam op oorspronkelijkheid. Indisch eten moest volgens de schrijfsters gescheiden blijven van Nederlands eten. Wie niet al te vreemd wilde eten, moest zich maar beperken tot de aardappel. Omdat de afzetmarkt voor deze kookboeken vooral Nederlands-Indië zelf was, hoefden de schrijfsters minder rekening te houden met een typisch Hollandse smaak, en dus waren de gerechten minder aangepast, en dus authentieker. Een voorbeeld is het *Nieuw Volledig Oost-Indisch Kookboek* uit 1902, uitgegeven in Semarang, met 'een kort aanhangsel voor Holland':

> 'Het geurige en *petillante* van oostersche gerechten mist men grootendeels in onze Hollandsche schotels, waar òòk wel uien en knoflook worden gebruikt, maar lang niet in die hoeveelheden als in Indië of als in de Zuidelijke en Oostelijke landen van Europa. Zonder of met zeer weinig uien zou een Indische rijsttafel ondenkbaar zijn. Men meene dus niet, dat door een willekeurige afwijking van vorenstaande recepten, *omdat* men *niet* van uien of knoflook houdt, een dragelijke rijsttafel in Holland is na te maken.'[51]

De schrijfster in kwestie is genadeloos: bepaalde zaken kunnen niet weggelaten worden, en als u niet van uien of knoflook houdt dan kunt u het wel vergeten.

Na de Tweede Wereldoorlog kwamen er echter veel meer kookboeken op de markt, ook met Indische recepten. Deze boeken werden nu vaak in Nederland uitgegeven, en de toon was volkomen anders. In *De ´Hollandse Rijsttafel´ voor de Hollandse Huisvrouw en de ´Indische Rijsttafel'* (1959) werd, zoals de titel al aangeeft, het authenticiteitprobleem heel duidelijk gemaakt. Het boek bestaat voor het merendeel uit verhollandste recepten, daar laat schrijfster Mary Brückel-Beiten geen twijfel over bestaan:

> 'Bij het samenstellen van dit kookboek heb ik gedacht aan drie groepen van eters:
>
> Groep I. De *kenners*, de duizenden uit Indonesië, die thans in Nederland wonen. Voor hen is het al heel gemakkelijk. Zij kunnen in de *tweede helft* van dit boek de recepten vinden van de gerechten, welke zij gewend zijn te eten en dikwijls ook te bereiden.
>
> Groep II. De *leken*, zij die wel eens rijsttafel eten, doch verder onbekend zijn met de bereiding en de ingrediënten. Hun zou ik willen aanraden zich voorlopig te houden aan de recepten voor de zg. "Hollandse" rijsttafel (eerste helft van dit boekje). Desgewenst kunnen ze later overgaan tot de Indische gerechten (tweede helft).
>
> Groep III. De *onwetenden*, zij, die de rijsttafel niet kennen en er misschien ook nooit van hebben gehoord. Deze groep zou ik willen toeroepen: "Breng afwisseling in uw maaltijden; eet eens wat anders!" Onbekend maakt onbemind: Probeert u het .... U zult er zeker van gaan houden.'[52]

De oplettende lezer bemerkt in de laatste alinea wederom het variatieadvies. Maar wat vooral opvalt, is de nogal strikte scheiding tussen de onaangepaste en de aangepaste Indische keuken. Het feit dat de Nederlandse recepten worden

---

[51] J.M.J. Catenius-van der Meyden, *Nieuw Volledig Oost-Indisch Kookboek: Recepten voor de Volledige Indische Rijsttafel,Zuren, Gebakken, Vla's, Confituren, IJssoorten: Met een Kort Aanhangsel voor Holland* (Semarang 1902) 385.

[52] M. Brückel-Beiten, *De ´Hollandse Rijsttafel´ voor de Hollandse Huisvrouw en de ´Indische Rijsttafel´* (Deventer 1959) 'opmerking bij de eerste druk'.

gepresenteerd als niet authentiek doet overigens weinig af aan hun imago, hoewel de Indische alternatieven wel worden gepositioneerd als het ideale einddoel. Maar eerst moet de angst voor het onbekende weggenomen worden:

> 'Ook vele Hollanders, die de Indische keuken in restaurants hebben leren waarderen en graag zelf deze gerechten zouden willen bereiden, worden afgeschrikt door de vele namen van onbekende ingrediënten. Maar de schrijfster helpt ons op duidelijke wijze de weg vinden in dit labyrint en – wat zeer belangrijk is – geeft ons de Nederlandse surrogaten op, die ons prettig bekend in de oren klinken.'[53]

'Prettig bekende ingrediënten': in dit voorwoord wordt de ontvreemdingstactiek duidelijk toegepast. Zijn onbekende ingrediënten onprettig? De Indische kruiden en ingrediënten zijn in het Nederlandse gedeelte van het boek zoveel mogelijk vervangen door wat Mary Brückel-Beiten Nederlandse surrogaten noemt: koemelk in plaats van kokosmelk, tomatenpuree in plaats van (Spaanse) peper en mosterd in plaats van gember.[54] Brückel-Beiten stelt: 'Kennis van de Indische keuken is voorlopig niet nodig.'[55]

Het overgrote deel van de academici dat schrijft over de Indische keuken in Nederland vindt het authenticiteitsprobleem belangwekkend danwel zorgelijk. Keer op keer wordt benadrukt dat het Aziatische eten in Nederland sterk werd aangepast.[56] Sommigen typeren de eerder genoemde ontvreemding als 'de-etnisering'.[57] Bij het bedenken en produceren van nasi goreng en andere kant-en-klaar maaltijden zal ongetwijfeld rekening zijn gehouden met de Nederlandse smaak. De oplossing van Conimex voor dit potentiële probleem is het meest fascinerende voorbeeld van een poging tot werkelijke hybriditeit:

> 'Mmm, dat ruikt lekker. Nasi Goreng? Mis poes… een stamppot bereid met heerlijke Nasi Gorengkruiden van CONIMEX! Boemboe Nasi Goreng moet U niet alleen voor Uw Nasi Goreng gebruiken, maar ook in Uw Hollandse gerechten, als stamppot, gebakken aardappelen, jus, enz. Laat Uw fantasie werken en maak Uw eigen combinaties met CONIMEX Boemboe Nasi Goreng. U zult versteld staan van de heerlijke pittige gerechten, die U ermee krijgt.'[58]

Overigens zijn er af en toe aanwijzingen dat oorspronkelijkheid ook een factor van belang was voor sommige consumenten in de vijftiger en zestiger jaren. De advertentie van Koenvisser die het meest voorkwam in *Margriet* en *Libelle* legde bijvoorbeeld veel nadruk op de Indonesische oorsprong van de nasi goreng die zij verkochten:

> 'Bereid door een echte "koki"… Dààrom is Koenvisser's nasi goreng even lekker als de nasi goreng in het beste Indische restaurant … Omdat ervaren, echte Indische koks het zelf klaar maken! Dat merkt u

---

[53] Ibidem, voorwoord.
[54] Ibidem, 71.
[55] Ibidem, 3.
[56] Joop van der Berg schrijft: 'De Chinese miegerechten – hoewel vaak op Indonesische wijze bereid – waren destijds moeiteloos ingepast in de Indonesische keuken, die immers bijna letterlijk van alle markten thuis was. En voor de doorsnee Nederlander was het toch allemaal één pot nat. Van den Berg, *'Ajoh Dan, Neem... Néém...'*, 108. Andere voorbeelden zijn: A. Cottaar, 'Een Oosterse Stad in het Westen. Etnisch-Culinaire Pioniers in Den Haag', *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis* 4 (2000) 261-280, 271; I. Montijn, *Aan Tafel! Vijftig Jaar Eten in Nederland* (Utrecht 1991) 106. B. Vuyk, 'De Invloed van ons Koloniaal Verleden op ons Hedendaagse Eetpatroon', *Nederlands Tijdschrift voor Diëtisten* 36 (1981) 178-181, 180. Voor Italiaans eten geldt hetzelfde: Montijn, *Aan Tafel!*, 141.
[57] Schrover, Mestdag, Van Otterloo & Zeegers, 'Lekker', 78.
[58] *Libelle*, 8 januari 1955 (nummer 2) 87; *Margriet*, 8 januari 1955 (nummer 2) 44.

direct: aan de smaak en… omdat Koenvisser's nasi goreng heerlijk rul op tafel komt! Complete maaltijden: exclusief…tongstrelend [...].'[59]

Het gerecht wordt concreet en helder gelokaliseerd ('Indisch', 'koki') en de associatie met het échte Indonesië is geprononceerd. Op de foto is een 'koki' te zien, die met een lepel in een gigantisch blik met nasi roert. De advertenties voor bami goreng[60] en spaghetti[61] uit blik zijn vergelijkbaar wat betreft boodschap en beeldtaal.

De gemiddelde huisvrouw had in de jaren vijftig en zestig echter geen slapeloze nachten vanwege het feit dat de rijsttafel die zij die avond had geserveerd misschien niet écht Indisch was. Het idee dat er één Indische keuken, of zelfs één Aziatische keuken is (essentialisme), en dat het belangrijk is om deze te evenaren wanneer er wordt gekookt, komt pas veel later op. In de gezamelijke Nederlandse bibliotheken zijn 71 boeken te vinden met de woorden 'authentieke' en 'keuken' in de titel; geen daarvan is uitgegeven vóór het jaar 1989. Verder zijn er 96 boeken met een titel die de woorden 'authentieke' en 'recepten' bevat, maar slechts drie daarvan werden vóór het jaar 1990 uitgegeven.[62]

Tegenwoordig maakt men zich druk over authenticiteit, terwijl dit vroeger niet het geval was. Er bestond bij sommigen wel het besef dat het Chinees-Indische restaurant gerechten serveerde die nergens anders te eten waren, maar heel secuur was men niet. De terminologie is over het algemeen ambigue in de jaren vijftig en zestig, in recepten en in advertenties. Er wordt geschermd met 'exotische' recepten, of 'Oosterse' ingrediënten, terwijl niet duidelijk is wat de herkomst van deze elementen zou moeten zijn.[63] Ook in gesprekken met respondenten werden 'Chinees, 'Oosters' en 'Indisch' vrijelijk door elkaar gebruikt. Men ging relatief losjes om met het vreemde, wat de populariteit van deze gerechten ten goede kwam. Er werd niet geprobeerd om de meest oorspronkelijke recepten of gerechten te vinden, in tegendeel: mensen pasten dat wat hen niet beviel met gemak aan. De juiste mate van 'vreemdheid' was belangrijker voor de waardering van het Oosterse eten.

De ontvreemding en vervreemding vond plaats in zowel woorden als daden. *Libelle* en *Margriet* stuurden lezeressen in de richting van een 'ongevaarlijk avontuur'. De Indonesische en Italiaanse cuisine waren een beetje vreemd, maar wel lekker. Dit heeft ongetwijfeld een positieve invloed gehad op de waardering van bepaalde kant-en-klaar maaltijden. Vooral omdat het zelf koken van de maaltijden voor veel huisvrouwen toch nog als te ingewikkeld werd gezien,[64] en omdat relatief

---

[59] *Margriet*, 2 april 1960 (nummer 14) 69; *Libelle*, 16 april 1960 (nummer 16) 87.

[60] *Libelle*, 28 mei 1960 (nummer 22) 109; *Margriet*, 4 juni 1960 (nummer 23) 30: 'De "tai chu" maakte het zèlf klaar….Echte bami goreng klaarmaken kan alleen een Chinese kok! En daarom is KOENVISSER'S bami goreng èchte bami goreng…Omdat in de keukens van Koen Visser een Chinese kok de scepter zwaait voor de bereiding van deze specialiteit. [...]'

[61] *Libelle*, 18 juni 1960 (nummer 25) 88; *Margriet*, 23 april 1960 (nummer 17) 68: "De meesterhand van de "cuoco" zelf.. Ja – KOENVISSER'S eierspaghetti smaakt precies even lekker, even apart als de spaghetti, die u in zo'n romantisch eethuisje in Italië krijgt voorgeschoteld. Omdat ook bij Koen Visser een Italiaanse kok in de keuken staat! [...]'

[62] Deze conclusies zijn getrokken aan de hand van de gegevens in Picarta (http://www.picarta.nl), een database van het assortiment van alle Nederlandse openbare bibliotheken. De boeken met 'authentieke' en 'recepten' van vóór 1990 komen uit 1981, 1986 en 1989. Geraadpleegd: 8 juli 2011.

[63] Ook in Duitsland en Frankrijk geven vrouwenbladen veel 'exotische' receptentips in deze jaren. Ook in dit geval blijkt 'exotisch' een containerbegrip. Vaak refereert het aan Zuid-Europa. F. Régnier, 'Spicing Up the Imagination: Culinary Exoticism in France and Germany, 1930 – 1990', *Food & Foodways* 11 (2003) 189-214, 202-206.

[64] Hoewel dit aan het einde van de jaren zestig vermoedelijk veranderde. In een enquête uit 1968 geven veel vrouwen aan dat het leuk is om te experimenteren in de keuken. Bovendien is het merendeel geïnteresseerd in

weinig Nederlanders in het tijdvak 1950-1970 buitenshuis aten.[65] In dergelijke gevallen bleven nasi goreng uit blik, pot of uit de diepvries (Conimex, Iglo, Olba), of spaghetti en macaroni in geconserveerde vorm (Heinz, Norica, Koenvisser) als één van de weinige opties over.[66] Het avontuur werd op deze manier nog ongevaarlijker gemaakt: al het werk was gedaan, en de maaltijd kon in de eigen huiselijke omgeving worden genuttigd. De allure van de buitenlandse maaltijd[67], gekoppeld aan de zeer voorzichtige en vernederlandste recepten, zorgden er waarschijnlijk voor dat vele kant-en-klaar maaltijden in de jaren vijftig en zestig iets positiever beoordeeld werden.

---

nieuwe producten, en gebruikt 69% wel eens sambal thuis. *De Jonge Mevrouwen: Een Onderzoek naar de Generatieverschillen tussen Jonge en Oudere Huisvrouwen*, Nederlands Centrum voor Marketing Analyses (Amsterdam 1968) 20-21.

[65] In 1960 ging 16% van de Nederlanders wel eens uit eten; in 1978 was dit 56%. A.P. den Hartog, 'Technologisch Vernuft en Eten Buitenshuis als Massaverschijnsel in de Negentiende en Twintigste Eeuw', in: M. Jacobs, & P. Scholliers (red.), *Buitenshuis Eten in de Lage Landen Sinds 1800* (Brussels 2002) 29 – 56, 30.
Conimex presenteert de blikken expliciet als alternatief voor een avondje in een restaurant: 'Mams, eten we vanavond Bahmi in de stad? Neen kind, want ik heb ontdekt, dat het thuis lekkerder en veel goedkoper is. [...]' *Libelle*, 5 maart 1955 (nummer 10) 44; *Margriet,* 5 maart 1955 (nummer 10) 47.

[66] Belangrijk is wel om aan te geven dat Italiaanse gerechten pas iets later écht inburgerden. Dit is deels de reden dat in dit stuk de nadruk op de Indonesische cuisine ligt. 'De jaren zeventig en tachtig waren een scharnierpunt in de acceptatie van de Italiaanse keuken'. Schrover, Mestdag, Van Otterloo & Zeegers, 'Lekker', 82.

[67] Het exotische imago van buitenlands voedsel zorgde wellicht ook dat men ermee kon pronken. Veel academici laten zich inspireren door Pierre Bourdieu, en menen dat het koken en eten van vreemde gerechten voor huisvrouwen een manier was om cultureel kapitaal te vergaren. Zie bijvoorbeeld: A. Hirose & K.K. Pih, '"No Asians Working Here": Racialized Otherness and Authenticity in Gastronomical Orientalism', *Ethnic and Racial Studies* 34 (2011) 1-20, 3. Of: Y.R. Oum, 'Authenticity and Representation: Cuisines and Identities in Korean-American Diaspora', *Postcolonial Studies* 8 (2005) 109-125, 110. Lisa Heldke noemt deze mensen 'food adventurers': 'people for whom eating is an expedition into the unknown, a pursuit of the strange'. Volgens haar zijn zij 'motivated by a deep desire to have contact with, and to somehow own an experience of, an Exotic Other, as a way of making [themselves] more interesting'. L. Heldke, *Exotic Appetites: Ruminations of a Food Adventurer* (New York 2003) XXI, XVI. Jack Goody verbindt internationalisme in eetgewoonten ook met sociaal-economische factoren: elites eten graag voedsel van 'outside' om zich te distingeren van lagere klassen. J. Goody, *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology* (Cambridge 1982) 105.

Hoofdstuk 4: Het vitaminediscours en gezondheidsimago's

4.1 Voedingsvoorlichting

Zoals is gebleken moesten Nederlandse huisvrouwen in de vijftiger en zestiger jaren goed voor hun gezin zorgen (zie paragraaf 2.1). Een vrouw was welhaast *per definitie* een huisvrouw, alsmede moeder, en dit betekende dat zij nagenoeg de totale verantwoordelijkheid had voor wat het gezin at en dronk. De gezondheid van man en kinderen lag vanzelfsprekend in de handen van de huisvrouw.

In dit hoofdstuk wordt getracht aan te tonen dat in Nederland gedurende de twintigste eeuw een *vitaminediscours* is ontstaan, waardoor huisvrouwen een bepaald beeld kregen van wat 'gezond' voedsel was en wat niet. Tevens zal worden ingegaan op het imago dat blikvoedsel (en andere conserveringsmethoden) hadden tijdens de jaren vijftig en zestig, wat direct gerelateerd was aan de waardering voor kant-en-klaar maaltijden.

Wanneer in de negentiende eeuw conserven geïntroduceerd worden, is de kennis hierover binnen de industrie beperkt. Men is nog volop bezig met het ontwikkelen en perfectioneren van de gebruikte methodes. Overigens zijn het niet alleen conserven waarvan de productiemethoden nog te wensen overlaten. Ook bij basisvoedsel, bijvoorbeeld het verwerken van vlees, gaan nog geregeld dingen mis.[1] Wetgeving laat in Nederland tot 1921 op zich wachten: in dat jaar worden de Warenwet en de Vleeskeuringswet van kracht. Wel zijn de regels direct relatief streng: er wordt nu per Koninklijk Besluit vastgesteld wat de samenstelling en aanduiding moet zijn voor alle consumptiegoederen. De Eerste Wereldoorlog had een waarschuwende functie gehad; vooral in tijden van schaarste kwamen immers allerlei namaakproducten op de markt. Bovendien werd er nogal vaak het één en ander toegevoegd aan de oorspronkelijke producten. Niet alles was 'zuivere koffie'. Sociologe Anneke van Otterloo schrijft:

> 'Toevoeging van oneigenlijke stoffen en schadelijke conserveermiddelen, zoals salicylzuur en fluorwaterstof, waren aan de orde van de dag. Ook kleurstoffen waren geliefde producten om voedingsmiddelen een schone schijn te geven, bijvoorbeeld bij boter (anilinegeel of teerkleurstof), vlees en worst (nitriet) en geconserveerde vruchten (kopersulfaat)'.[2]

Door grote doorbraken binnen de chemie was men steeds beter in staat om dergelijke trucjes op te sporen. Bovendien konden scheikundigen ook makkelijker onderzoeken uitvoeren naar de eventuele schadelijkheid van de gebruikte stoffen. In 1905 had één van deze chemici al ontdekt dat wanneer bepaalde bestanddelen (vitamines) uit het voedsel werden gehaald, er specifieke ziekten optraden bij de

---

[1] In de V.S. ziet president Theodore Roosevelt zich in 1906, mede door onthullingen van de zogenaamde *muckrackers*, genoodzaakt de Pure Food and Drug Act en de Federal Meat Inspection Act in te voeren. De Food and Drug Administration (FDA), die de controles moest uitvoeren, was zeer streng. M. Nestle & D.S. Ludwig, 'Front-of-Package Food Labels: Public Health or Propaganda?', *Journal of the American Medical Association* 303 (2010) 771-772, 771.

[2] A.H. van Otterloo, 'Nieuwe Producten, Schakels en Regimes 1890-1920', in: J.W. Schot et. al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 249-261, 258.

proefpersonen. Nobelprijswinnaar Christiaan Eijkman (1858-1930) ontdekte dat kippen plotseling beriberi opliepen wanneer zij een tijdje ongeslepen rijst te eten kregen. In 1897 concludeerde hij aan de hand van een aantal tests dat een bepaald gebrek in de voeding de oorzaak was voor beriberi. Rond 1912 lukte het de Poolse Kazimierz Funk (1884 – 1967) om de stof te isoleren. Vital amines, noemde deze biochemist de bestanddelen, en een heel nieuw onderzoeksveld was geboren.

Vitaminen werden van groot belang. Er ontstond, zo kan men wel stellen, een vitaminediscours. In de decennia voor de Tweede Wereldoorlog, toen men leerde hoe de vitamines eruit zagen en hoe zij werkten, was deze trend op zijn hoogtepunt.[3] Natuurlijk was men in Nederland altijd al doordrongen van het belang van een gezonde maaltijd, maar de ontdekking van vitamines maakte geleidelijk duidelijk dat men het niet geheel bij het rechte eind had gehad. Zeker op het platteland was de norm voor een goede maaltijd vooral vet en veel (zie ook paragraaf 1.1). Rauwkost stond bij velen bekend als 'konijnenvoer', maar won gedurende de twintigste eeuw aan populariteit (hoewel zéér langzaam!) na verscheidene ontdekkingen. Vitaminen en mineralen kregen nu 'bijna magische eigenschappen' toebedeeld.[4]

Verschillende organisaties werden gesticht in de loop van de twintigste eeuw, zoals het Nederlandse Instituut voor de Volksvoeding (NIVV, 1919), de organisatie voor Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderzoek (TNO, 1932), het Instituut voor Bewaring en Verwerking van Tuinbouwproducten (IBVT, 1936) en het Centrale Instituut voor Voedingsonderzoek (CIVO, 1940). Deze zorgden dat de consumptie van voedsel langzaam maar zeker werd 'geacademiseerd'. Veel secundaire literatuur wijst op de 'heersende ideologie van een moderne, rationele levensstijl' die in deze tijd postvatte, wat wellicht de toenemende behoefte aan een geperfectioneerd productieproces kan verklaren. 'Met nieuwe tijd komt nieuw weten', was het geldende idee.[5]

Maar de aandacht voor vitaminen bleef, zoals gezegd, niet beperkt tot wetenschappelijke kringen. Ook het grote publiek werd op de hoogte gesteld van hun werking, waardoor voedingsvoorlichting veranderde en intensiveerde. Mensen konden in de eerste helft van de twintigste eeuw allerlei activiteiten ondernemen om meer te leren over voedselconservering en –consumptie. Al zeer vroeg kwamen 'gewone' consumenten in actie wanneer zij ruimte voor verbetering zagen. De Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen (NVvH, 1912) en de huishoudscholen speelden een belangrijke rol.[6] Nu moest iedereen ervan doordrongen worden dat groenten korter gekookt konden worden, en dat suiker niet gezond was. Producten werden getest en kregen een NVvH-keurmerk wanneer zij positief waren

---

[3] Ibidem, 300.

[4] G.J. Bos, P.A. Flach, N.G.A. Solingen & A.P. den Hartog, '85 jaar Voedingsmiddelenadvertenties in Nederlandse Tijdschriften', in: A. Knecht-van Eekelen & M. Stasse-Wolthuis (red.), *Voeding in onze Samenleving in Cultuurhistorisch Perspectief* (Alphen aan de Rijn 1987) 135-160, 147.

[5] A.H. van Otterloo, 'Prelude op de Consumptiemaatschappij in Voor- en Tegenspoed 1920-1960', in: J.W. Schot et. al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 263-279, 267-268. *Libelle*-columniste en voedingsleerdeskundige Martine Wittop Koning leefde naar deze spreuk.

[6] Vanzelfsprekend had de sociaal-democratische NVvH in het verzuilde Nederland ook (minder prominente) christelijke concurrenten: het Katholieke Vrouwengilde (1913) en de Nederlandse ChristenVrouwen Bond (1919). De NVvH was overigens niet pertinent *tegen* nieuwe, verwerkte voedingsmiddelen die het leven van de huisvrouw konden vergemakkelijken, maar goede voorlichting was volgens de vereniging bij dit soort producten noodzaak. B. Sluijter, *Kijken is Grijpen: Zelfbedieningswinkels, Technische Dynamiek en Boodschappen Doen in Nederland na 1945* (Eindhoven 2007, ongepubliceerd proefschrift) 115-116.

beoordeeld. Later zou de consumentenbond (1954) deze 'waakhondfunctie' overnemen.

Gedurende de jaren vijftig hield de stroom aan voedingsadviezen aan. Dit is deels te verklaren door het feit dat de Nederlandse bevolking moest 'aansterken' na het slechte dieet tijdens de Tweede Wereldoorlog. Niet alleen de schijf van vijf maakt zijn opwachting (1953), ook de massamedia worden ingeschakeld. Via de radio konden huisvrouwen advies krijgen over verschillende groenterecepten in het AVRO programma 'Tsja Tsja Tsja Wat Zullen We Eten?'. Het begeleidende liedje ging als volgt:

> 'Tsja tsja tsja, tsja wat zullen we eten?
> Tsja tsja tsja, tsja wie kan dat weten?
> Wie is de man die mij dat zeggen kan?
> De groenteman
> Onthoud het goed, onthoud het goed, 't is de groente die 't 'm doet!'[7]

Te zien is dat voedingsvoorlichting *mainstream* was geworden. Overal kon men lezen en horen wat men moest doen om gezond te blijven. Hetzelfde bedrijf dat de radio-groentenman onderhield, adverteerde ook in *Libelle* en *Margriet*. In een van deze advertenties zit een baby'tje boven op een berg verse groenten, vergezeld door een heldere tekst:

> 'Ook baby bewijst het U.
> Gezeefde groente – de eerste uitbreiding van baby's menu die dokter voorschrijft – is goud waard. Want daarmee is de gezondheid van dat kleine mensje het meest gebaat! Wat goed is voor baby is goed voor allemaal. Laat Uw hele gezin volop van de heerlijke verse groente profiteren: Breng dagelijks zo'n schaal voor gezondheid op tafel. Verse groenten zijn rijk aan al die kostelijke vitaminen en mineralen welke jong en oud nodig hebben om fit en gezond te blijven.
> 't is de *groente* die het 'm doet!'[8]

De boodschap is duidelijk: let op uw gezondheid! Bovendien blijkt dat de grens tussen belangeloze voorlichting en reclame niet altijd duidelijk was. Ook artsen werden steeds vaker ingezet in advertenties.[9]

Dit soort berichten speelden uitstekend in op heersende sentimenten. De huisvrouw voelde zich meer dan ooit verantwoordelijk voor de gezondheid van haar gezin, en producenten deden allerlei pogingen om dit te adresseren. Ook in de jaren zestig en later was deze verhoogde aandacht voor gezondheid (samen met de zorgen over de slanke 'lijn', tevens een product van dit tijdvak) sterk aanwezig; in feite is het nooit meer weggegaan. Van 1961 tot 1975 had ongeveer 33% van alle voedingsmiddelenadvertenties in Nederlandse tijdschriften een gezondheidsclaim.[10]

---

[7] http://www.geschiedenis24.nl/nieuws/2008/mei/De-Groenteman-is-dood.html, 'Kees de Wolf overleden: icoon van oerhollandse radiogeluid. De Groenteman is dood', gecreëerd: 9 mei 2008; geraadpleegd: 30 juli 2011.

[8] Adverteerder is het Centraal Bureau voor de Tuinbouwveilingen. *Libelle*, 28 juli 1950 (nummer 30) 45; *Margriet*, 22 juli 1950 (nummer 29) 14.

[9] A.H. van Otterloo, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990): Een Historisch-Sociologische Studie* (Amsterdam 1990) 165-166.

[10] Bos, Flach, Solingen, & Den Hartog, '85 jaar Voedingsmiddelenadvertenties in Nederlandse Tijdschriften', 150. Rob Pikaar stelt vast dat 22% van de voedingsmiddelenadvertenties in *Margriet* van 1952-1954 ingaat op de voedzaamheid van het product. R. Pikaar, *"Dàt is Gezonde Voeding. Iedere Dag uit Ieder Vak.": De Invloed van de Voedingsvoorlichting op de Reklame in Margriet in de Periode 1950-1975* (Rotterdam 1995, ongepubliceerde doctoraalscriptie) 64.

4.2 De huisvrouw en de gezondheid van haar gezin

Dat al deze berichtgeving zijn uitwerking had is niet verrassend. De huisvrouw liet zich informeren en overtuigen. Wanneer zij bij de kruidenier of in de supermarkt zocht naar de meest *gezonde* voeding, werd zij beïnvloed door wat de 'versbeleving' genoemd kan worden. Of een artikel daadwerkelijk vers is doet er in dezen niet zozeer toe, het gaat vooral om de beeldvorming omtrent het product. Dit betekent dat, onafhankelijk van de werkelijke voedingswaarden van de producten in kwestie, diepvries voor velen verser *voelt* dan glas, en glas over het algemeen op dit vlak weer een positiever imago heeft dan blik. [11]

Dit in ogenschouw nemend, is het niet verwonderlijk dat juist producenten van geconserveerde voedingsmiddelen in de jaren vijftig en zestig hun uiterste best deden om een sfeer van versheid en gezondheid rond het product te creëren. De huisvrouw, die niet wil verzaken als het gaat om de verzorging van man en kinderen, moet constant worden gerustgesteld. Jonker Fris, een fabrikant van groenten in blik, adverteerde in *Libelle* en *Margriet*, en deed meerdere malen een poging tot het neerzetten van een gezond imago. In een reclame voor sperziebonen en doperwten uit 1950 wordt vermeld 'dat de groente razend snel verwerkt wordt, zodat niets, maar dan ook niets, van de kostelijke smaak en voedingswaarde verloren gaat'.[12] En in datzelfde jaar: 'Van het begin tot het einde is nauwlettend toezicht mogelijk. […] Alles gebeurt hygiënisch en razend snel, zodat aroma en smaak voor de volle 100% bewaard blijven.'[13] Blijkbaar was de 'versbeleving' van het publiek van blikgroenten niet optimaal. Het behoud van de voedingswaarde en de smaak moest meerdere malen worden benadrukt.

Kant-en-klaar maaltijden? Nee, dat soort dingen kwam er bij ons toch niet in. Omdat het niet lekker was, net zoals de kant-en-klaar maaltijden van nu niet lekker zijn. Veel te veel zout, smaakversterkers en dergelijke, sodiumglutamaat, kaas wat geen kaas is... Het werd toen ook al niet gezien als iets dat gezond was.[14]

In 1980 werd een enquête onder huisvrouwen gehouden over de verschillende zaken waarmee zij rekening hielden bij de voedselkeuze. Hoewel dit onderzoek tien jaar buiten de onderzochte periode valt, zijn de resultaten te veelzeggend om niet te vermelden. Zo besteedde 44% van de vrouwen 'veel aandacht' aan de prijs, ten opzichte van 16% van hen die er 'weinig aandacht' aan besteedden. Dat lijkt veel, maar in vergelijking met andere overwegingen valt het mee. Aan de voorkeur van man en kinderen werd bijvoorbeeld vaker 'veel aandacht' besteed (53%). Opmerkelijk is echter het aandeel huisvrouwen dat zei 'veel aandacht' te besteden

[11] De term 'versbeleving' ontleen ik deels aan het artikel 'Ontwikkelingen in de Markt en de Technologie' van Paul Bartels. Hij schrijft: 'Vers is vooral een beleving bij de consument die gebaseerd is op de uiterlijke kenmerken en minder op de mate van verduurzaming van een product. Ook gepasteuriseerde dagmelk wordt als vers gezien'. Zijn artikel gaat volledig over het heden (2002), maar 'versbeleving' is als concept goed toe te passen op de jaren vijftig en zestig. P. Bartels, 'Ontwikkelingen in de Markt en de Technologie', in: *Kant en Klaar! Industrieel Bereide Voorverpakte Maaltijden*, Nederlandse Vereniging voor Voedingsleer en Levensmiddelentechnologie (Delft 2002) 8-13, 9.

[12] *Libelle*, 3 november 1950 (nummer 44) 43.

[13] *Libelle*, 10 november 1950 (nummer 45) 19.

[14] Respondent #1. Een man, geboren op 16-2-1948. Hij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag, Delft en Zoetermeer.

aan de versheid van een product, namelijk 91%. Niet meer dan 1% gaf aan dat zij 'weinig aandacht' aan versheid besteedden.[15]

Hoewel deze enquête zoals gezegd niet plaatsvond tussen 1950 en 1970, lijkt het desalniettemin aannemelijk dat versheid voor de Nederlandse huisvrouw ook in deze periode zeer belangrijk was. Dat wil niet zeggen dat blikvoedsel of diepvrieswaren geen enkele kans maakten bij haar, maar het belang van de 'versbeleving' wordt hiermee nogmaals onderstreept. Vooral een bedrijf als Ras had het wat dit betreft moeilijk. Het hypermoderne vriesdrogen, waardoor zij de hutspot en boerenkool in poedervorm konden aanbieden, wekte wantrouwen bij de consument. Hoe kon men in een dergelijk proces de voedingswaarde van de aardappelen en de groenten behouden? In advertenties speelde Ras in op deze zorgen. Een voorbeeld uit 1960:

> 'Ras Instantstamppotten. Ras dinertjes zijn ràs klaar. Aardappelpurée, hutspot, boerenkool-, spinazie- en appelenstamppot. Gaar, in droge vorm. Wat melk, water, wat warmte… na een paar minuten smullen van jewelste!
> → Vitaminen!
> Ras stamppotten zijn volgens nieuw procédé bereid met behoud van alle smaak en vitaminen (C, B1, B2). Voedzaam, goed eten!
> Ras instant stamppotten zijn kwaliteitsprodukten, in Engelse licentie vervaardigd door Warffum's conservenind. te Warffum.'[16]

Allereerst is voor de producent natuurlijk van belang om de smakelijkheid van het artikel aan te prijzen ('smullen van jewelste'). Maar de rest van de tekst, en de beeldtaal van de advertentie, vertellen een tweede verhaal. Ten eerste wordt in de tekst benadrukt hoe *voedzaam* Ras stamppotten zijn. De invloed van het eerder genoemde vitaminediscours is duidelijk af te lezen aan deze woorden. Verder probeert men eventuele zorgen over het nieuwe 'procédé' weg te nemen. Smaak en vitaminen worden behouden, het betreft hier immers 'kwaliteitsprodukten'. Bij de advertentie wordt een foto gebruikt van een lachende huisvrouw te midden van stapels herkenbare verse groenten. Ook hiermee wordt de afstand tussen het hypermoderne, onbekende gevriesdroogde poeder en de traditionele voeding verkleind.

De advertentie van Ras toont aan hoe producenten van niet-verse producten worstelden met de presentatie van hun voedsel. Het zat dan ook niet mee. Ten eerste werd in de bladen meerdere keren geadverteerd voor *verse* groenten: 'Elke dag 'n portie buiten op je bord. [...] Want wat smaakt er nou fijner dan vers?'[17] Ten tweede wilden ook de redacties niet meewerken. Eind jaren zestig kreeg de huisvrouw af en toe 'toestemming' van *Libelle*, en vooral *Margriet*, om het zich wat makkelijker te maken. Steeds vaker werd benadrukt dat haar immense dagelijkse taak niet vanzelfsprekend zou moeten zijn, en zeker gedurende de zomervakantie vertelde men haar dat een blik of een pakje af en toe wel moet kunnen. Maar toch, zelfs (of juist!) in de meest simpele recepten werd de huisvrouw erop gewezen dat

---

[15] Cijfers ontleend aan: C. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27, 22. Salzman citeert uit het volgende artikel: 'Menucensus 1980: Buitenshuis Werkende Huisvrouw Neemt Aparte Plaats in', *Voedingsinformatie* 8-9 (1980) 27-28.
[16] *Margriet*, 17 december 1960 (nummer 51) 87; *Libelle*, 26 november 1960 (nummer 48) 82.
[17] *Libelle*, 19 september 1970 (nummer 38) 17.

ze haar gezin niet tekort moest doen. De reserves bleven, zoals blijkt uit dit bericht uit de kookrubriek van *Margriet* (1970):

> 'Zakjessoep heeft maar een heel geringe voedingswaarde en daarom is het verstandig er iets aan toe te voegen. Vermicelli-, kippe- of groentesoep kunt U een persoonlijke noot geven door er stukjes tomaat in te laten drijven. Balletjes gehakt, desnoods uit blik, doen het in vrijwel alle soepen, terwijl gebakken spekblokjes uw tomaten-, prei- of ossestaartsoep voedzamer en lekkerder maken. En vergeet de verse peterselie niet! Ook op uw aanrecht staat toch altijd een glas water waarin wat peterselie geurt?'[18]

Het bericht begint met de geruststelling dat de drukke huisvrouw zich af en toe wel soep uit een zakje moet kunnen veroorloven. Maar de haken en ogen zijn duidelijk. Wat extra groente is 'verstandig'. Benadrukt wordt dat de soep meer 'voedingswaarde' moet hebben en 'voedzamer' kan worden gemaakt.

In de jaargangen van *Margriet* en *Libelle* die voor dit stuk zijn gelezen, worden dan ook nooit maaltijden aangeprezen die volledig kant-en-klaar zijn. Halffabrikaten zijn acceptabel, maar niets toevoegen aan dergelijk blik- of diepvriesvoedsel is ronduit ongezond, zo vermoedt men. Duidelijk is, dat het eerder beschreven gemakstaboe en het vitaminediscours elkaar hier nadrukkelijk raken. Als de huisvrouw haar gezin goed wil voeden moet hier zowel tijd als aandacht aan besteed worden. Deze tijd en aandacht zijn basisvoorwaarden, maar zodra zij hier aan voldoet is het tevens belangrijk dat rekening wordt gehouden met al de termen die in de advertenties en de kookrubrieken rondzingen: 'voedingswaarde', 'vitaminen', 'gezondheid', 'versheid', 'voedzaamheid'.

Wanneer men kijkt naar het nadrukkelijke variatieadvies (eerder beschreven in hoofdstuk 3) dan raken alle drie de beschreven mentaliteiten elkaar zelfs. Variatie in het voedingspatroon werd gezien als gezond (zoals verbeeld in de Schijf van Vijf), maar was ook een reden om eens een buitenlands gerecht te proberen. Bovendien betekende de nadruk op variatie dat de huisvrouw zich er niet makkelijk van af kon maken: elke dag moest er weer iets nieuws en anders op tafel staan.[19]

4.3 Tegenstrijdige informatie

Vanuit de eerdergenoemde organisaties, maar ook uit advertenties en kookrubrieken, kwam er allerhande informatie op de huisvrouw af. Want hoe zat het nu wérkelijk met de voedingswaarde van de verschillende producten? Wanneer men kijkt naar de tegenstrijdige berichten in deze periode, is het lastig voor te stellen dat de gemiddelde huisvrouw hier iets wijzer van werd. Ter illustratie drie bronnen: een stuk uit het bedrijfsleven, gericht aan de consument, een tekst uit het bedrijfsleven, gericht op producenten zelf en een artikel 'van consumenten, voor consumenten' uit de consumentengids.

Het eerste stuk is een proefschrift van Jacob Hoff, waarbij echter wederom de verwarrende inmenging van het bedrijfsleven aanwezig was. Want hoewel deze student uit Leiden promoveerde op zijn *Medeelingen betreffende [...] het*

[18] *Margriet*, 14 maart 1970 (nummer 11) 20.
[19] De weekmenu's in *Libelle* en *Margriet* etaleerden ook dit ideaal: elke dag iets nieuws en spannends. In de praktijk werden natuurlijk desondanks wel eens restjes of brood gegeten.

conserveeren in blik (1931), bewees hij tevens opdrachtgever Tieleman en Dros (en andere producenten van blikvoedsel) een goede dienst, door vast te stellen dat het vitaminegehalte van de blikgroenten uitstekend was. Het stuk, waarvan de verkorte versie de vorm had van een foldertje (wellicht voor makkelijkere verspreiding), stamt uit de tijd waarin het enthousiasme over vitaminen misschien wel op zijn hoogtepunt was. In de jaren dertig probeerden producenten de klant ook al gerust te stellen, en in het voorwoord van Hoffs stuk prijst fabrikant Tieleman en Dros zichzelf voor haar durf. Eerst wordt vermeld dat men niet verplicht is een dergelijk onderzoek te doen. Vervolgens wordt verteld dat men 'de eenige firma in ons land' is die zijn 'methode van conserveering van groente op het behoud van vitamines [laat] onderzoeken'.[20] De blikvariant komt bovendien uitstekend uit de test: als het om de vitamines gaat, kan de consument zelfs *beter* kiezen voor het product van Tieleman en Dros.[21]

In de interne berichtgeving van het bedrijfsleven zijn echter twijfels te lezen, ook nog in de jaren vijftig. In het vakblad *Conserva* krijgt Prof. Dr. B.C.P. Jansen in 1952 de kans om te waarschuwen voor de gebrekkigheid van conserveringsmethoden. Hij meent dat...

> ...'het conserveren van voedingsmiddelen een veel moeilijker en riskanter procédé is, dan men vroeger gedacht heeft en dat voor een juiste uitvoering van dit proces, de hulp van de moderne voedingsleer onontbeerlijk is. [...] Veel vitamines zijn weinig bestand tegen hoge temperaturen (Vooral boven 100 graden), zoals bij het "inblikken" gebeurt, maar zijn veel bestendiger tegen temperaturen onder nul graden Celsius, bij welke temperatuur de bederf veroorzakende bacteriën en schimmels niet meer werkzaam zijn. Van 1926 tot 1930 zijn in de U.S.A. 100.000 pond groenten door bevriezen geconserveerd. In 1947 was dit uitgebreid tot ruim 300 miljoen pond per jaar; de groei van deze industrie is enorm.'[22]

Zoals men kan zien, is dit stuk tevens een betoog voor het overstappen op invriezen als conserveringsmethode. De argumenten komen bekend voor: wat nu bekend is geworden door de voedingsleer, leert ons over het gevaar van vitamineverlies. De professor in kwestie waarschuwt zelfs voor deficiëntieziekten.[23]

Kant-en-klaar maaltijden uit blik? Nee, dat aten wij nooit. Ik eet het nu nog niet. Ik denk dat dat ook gevormd is door mijn jeugd, ik moet die kant-en-klaar dingen niet. Ik kook het zelf wel. Ik denk dat dat komt omdat... je weet nooit wat erin zit. Wie weet wat ze er allemaal voor rottigheid ingestopt hebben. Dat weet je toch niet?
Het is een vertrouwenskwestie?
Ja, dat denk ik wel. Het hele idee van kant-en-klaar maaltijden staat mij tegen, ik vertrouw het niet. [...] Ik denk dat mijn moeder het ook niet vertrouwde. Mijn vader kreeg bij het leger voedingsleer. Wij moesten als kinderen ook iedere dag een boterham met stroop eten, verplicht, want dan kreeg je ijzer binnen. Dus ze waren daar wel mee bezig.[24]

---

[20] 'Er wordt van Rijkswege geen contrôle op het vitamine-gehalte van een waar uitgeoefend'. J.J. Hoff, *Mededeelingen Betreffende het Vergelijkend Onderzoek Omtrent den Invloed van het Huishoudelijk Koken en van het Conserveeren in Blik, Volgens de Methode der Firma Tieleman en Dros op het Vitamine-gehalte van Groente* (Leiden 1931) voorwoord. Titel in de tekst is verkort.
[21] Het gaat hier om de vitamines A, B1, B2, C, D, E. Ibidem, passim.
[22] B.C.P. Jansen, 'Het Conserveren van Voedingsmiddelen in het Licht van de Moderne Voedingsleer', *Conserva* 1 (1952) 84.
[23] Ibidem, 84.
[24] Respondent #19. Een vrouw, geboren op 15-5-1948. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Den Haag.

Dat academici zich mengden in het debat betekende niet dat de informatie over vitamines in blikvoedsel eenduidiger of eenvoudiger werd. In 1960 keek de consumentenbond in haar gids terug op de geschiedenis van het blik, en rapporteerde zij tegelijkertijd over een conferentie over hetzelfde onderwerp. Wederom werden wetenschappelijke onderzoeken aangehaald als bron van informatie, maar ditmaal waren de conclusies weer positief:

> 'De landbouwhogeschool te Wageningen, ging op deze vraag [of conserven gezond zijn, JV] nader in en stelde vast, dat de conservenfabrieken het produkt in de kortst mogelijke tijd en dus in de meest verse toestand ontvangen, terwijl ook de bewerking geschiedt onder de gunstigste voorwaarden: snel en hygiënisch. Verder wordt grote zorg besteed aan rassenkeuze en aan het oogsten op het gunstigste tijdstip. [...] Er was dan ook [...] geen enkele aanleiding om te twijfelen aan de voedingswaarde van blikconserven.'[25]

Opvallend is, dat de *Consumentengids* een podium was voor de bevestiging van de voedingswaarde van conserven, terwijl industrieblad *Conserva* juist een scepticus aan het woord liet. Het is duidelijk dat niet alles dat over blikvoedsel werd gezegd, negatief was. Wel blijkt, dat het lastig was om uit de vele onderzoeken die men op nationaal en internationaal niveau verrichtte wijzer te worden. De berichtgeving was tegenstrijdig.

4.4 Blikimago

In de tijdschriften en onder de bevolking was de houding ten opzichte van conserven eenduidiger. Vooral *Libelle* kon streng zijn voor haar lezeressen, met name in de persoon van Martine Wittop-Koning (1870 – 1963). Deze vrouw, misschien wel de bekendste Nederlandse voedingsdeskundige van de twintigste eeuw, werkte tot haar dood bij het damesblad, altijd op zoek naar een rationele en praktische wijze van koken. Hoewel zij van haar lezeressen geen enorme inzet eiste, wilde zij wel dat grote veranderingen werden ingezet om Nederland gezonder te laten eten. Soms kon Wittop-Koning zelfs gezondheid en tijdbesparing combineren, zoals de talloze keren dat ze adviseerde groenten rauw te eten. Tijd en geld besparen was voor haar een prioriteit, maar niets ging boven de zekerheid dat een maaltijd *voedzaam* was. Over conserveren was ze niet te spreken. Wecken leverde volgens haar vitamineverlies op, en inmaken in zout was zo mogelijk nog ongezonder.[26] Industriële conserven werden in *Libelle* welhaast niet behandeld, maar het is volkomen duidelijk dat Wittop-Koning deze afkeurde.

Ook na de dood van Martine Wittop-Koning (in 1963) bleef *Libelle* de voedingsleer populariseren. Vaak stond de rationele, moderne manier van koken voorop: rauwe groenten, minder vet, kortere kooktijden: 'U kookt net als moeder… maar is dat wel de goede manier? Durf met de gewoonte te breken wanneer dit beter is'.[27] De verschillende adviezen haakten vaak in op de toenemende behoefte aan dieettips van lezeressen.

---

[25] 'Het conservenblikje 150 jaar ...' (Redactioneel stuk), *Consumentengids* 8(5) (1960) 6.
[26] *Libelle*, 16 juni 1950 (nummer 24) 48.
[27] Een stuk van Jos de Cock. *Libelle*, 9 april 1960 (nummer 15) 121.

Omdat 'koelverse' producten in de vijftiger en zestiger jaren nog niet bestonden, waren kant-en-klaar maaltijden altijd op één of andere wijze geconserveerd: gevriesdroogd, ingeblikt, in glas of bevroren. Het imago van geconserveerde waren werd er in Nederland echter niet beter op in deze periode. Een belangrijk onderdeel daarvan was de twijfel die vele huisvrouwen hadden over de voedingswaarde van dit eten. Maar hier kwam nog iets ernstigers bij: een algeheel wantrouwen ten opzichte van de moderne technieken die werden gebruikt. Was er wel genoeg toezicht? Wie kon garanderen dat er niet met het eten 'geknoeid' was? Ileen Montijn schrijft:

> '*Ze,* de makers van het moderne voedsel, zijn anoniem en ver weg, terwijl zij toch verantwoordelijk zijn voor datgene wat ons in leven houdt. Zijn zij wel te vertrouwen? Zij werken immers [...] niet omdat zij ons zo welgezind zijn, maar louter omdat zij hun eigen belangen op het oog hebben.'[28]

Een krop sla of een een schnitzel waren nog wel te vertrouwen, maar wat zat er allemaal in de blikjes tomatenpuree en in de instantpuddinkjes? Luce Giard trekt het nog breder. Volgens haar maken allerlei zaken omtrent moderne producten de consument enigszins nerveus: 'Modernization always brings along a certain number of suspicions with it about the quality of products; standardization, prewrapping, all the modern procedures in food presentation worry people.'[29]

Als het klopt dat dergelijke zorgen inherent zijn aan het moderniseringsproces, dan valt te verwachten dat deze zenuwachtigheid van de consument zich voor het eerst op grote schaal manifesteerde toen *verwerkte* producten betaalbaar werden voor het 'gewone' volk: in de loop van de jaren vijftig. In dit opzicht vormen de decennia na de Tweede Wereldoorlog wederom een breekpunt in de voedselgeschiedenis van Nederland. Het wantrouwen zal al voor de oorlog hebben bestaan, gegeven het vitaminediscours gedurende de depressiejaren. Ook het feit dat voedsel uit blik lange tijd een 'bliksmaak' had (in de jaren vijftig waren de blikken inmiddels van binnen gecoat) zal niet hebben geholpen.[30] Maar pas wanneer mensen uit alle lagen van de samenleving af en toe een blik kunnen betalen, gaat het omschreven wantrouwen ten opzichte van verwerkt voedsel een prominente rol spelen. In academische literatuur wordt tevens hier en daar uitgelegd wat de precieze zorgen waren van consumenten. Wat betreft blikvoedsel was dit niet alleen een vermeend gebrek aan vitaminen, maar ook dat het gebruikte metaal invloed had op de kleur en smaak van het voedsel, en zelfs een giftige werking zou kunnen hebben.[31]

Ik heb nooit uit blik gegeten, dat doe ik niet. Niet de bami niet, en de nasi niet. Omdat ik het niet lekker vind, en ik vind het ook griezelig. In de oorlog kregen we ook nog bliketen, en dan had je vaak een lichte vergiftiging, en je kon toen nooit zien hoe oud het was; dat kan je nu wél zien. En van die vergiftiging ga je niet kapot, maar dan heb je wel een vreselijke buikloop en ben je drie dagen van slag. [...] Dan blijft dat

[28] I. Montijn, *Aan Tafel! Vijftig Jaar Eten in Nederland* (Utrecht 1991) 35.
[29] M. de Certeau, L. Giard & P. Mayol, *The Practice of Everyday Life. Vol 2: Living and Cooking* (Minneapolis 1998) 75.
[30] A.P. den Hartog & A.A. de la Bruhèze, 'Verpakking', in: J.W. Schot et. al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 323-337, 326.
[31] A. de Knecht-van Eekelen & A.H. van Otterloo, 'Diffusion of Glass Preserved Food in the Dutch Food Pattern 1945-1995', in: M. Schärer, & A. Fenton (red)., *Food and Material Culture* (East Linton 1998) 229-247, 239.

hangen. Zet eens een kind voor de kachel en dan zeg je dit is heet, en dan pak je even hun handje, en dan hebben ze 'au', en dan komen ze er nooit meer aan. Dat is net zo met het blik.
U was geconditioneerd?
Ja, eigenlijk wel.[32]

Producenten van kant-en-klaar maaltijden gingen deze zorgen via hun advertenties wel degelijk te lijf. Eerder is aangetoond hoe Ras, fabrikant van gevriesdroogde stamppotten, de zorgen omtrent het product probeerde weg te nemen. Ook is er gewezen op de reclameteksten van Jonker Fris. Hoewel dit bedrijf geen kant-en-klaar maaltijden op de markt bracht, worstelde het met hetzelfde 'blikimago' als bijvoorbeeld Conimex, Olba en Koenvisser. In de reclames van Jonker Fris was niet alleen aandacht voor de voedingswaarde van de producten, maar tevens werd vermeld dat men het productieproces nauwkeurig in de gaten hield. 'Modern' was juist beter: efficiënt, snel en hygiënisch. Zolang *mensen* een oogje in het zeil hielden was er niets aan de hand.

In *Margriet* en *Libelle* zijn zelfs reclames te vinden namens de gehele conservenindustrie. 'Blij met blik' is de titel van deze advertenties, en de nadruk ligt niet op gemak, maar op gezond:

> 'Blij met Blik.
> Als het zalmslaatje klaar is, en de borrelhapjes staan te pronken, en de mannen hun sigaartje roken, en kleine Thea op een koekje knabbelt… ja dan, bij al die gezelligheid en dat gemak, besef je pas dat blik 't leven lichter maakt. Iedere dag opnieuw.
>
> Chefkok H.F. Walter, de man die er voor zorgt dat de hongerige magen van de Ajax-spelers in het buitenland niet uit het veld geslagen raken door verkeerde voeding. Is hij blij met blik?
> 'Blij?' glimlacht hij. 'Zonder groentenconserven, boter en koffie in blik zou ik niet kunnen werken. Weet u, alle nodige voedingszouten en vitaminen blijven bewaard. 'k Ben dòlblij met blik.'[33]

De advertenties zijn paginagroot en komen in 1970 meerdere keren voor in zowel *Libelle* als *Margriet*. Op kleine foto's is te zien hoe 'de mannen hun sigaartje roken' en hoe 'kleine Thea op een koekje knabbelt'. Het mini-interview is tevens vaste prik, en vaak zijn de ondervraagden bekende Nederlanders, zoals Willeke Alberti of Fanny Blankers-Koen:

> 'Fanny Blankers-Koen, Olympisch goud, leidster nationale damesatletiekploeg. Is zij blij met blik? 'Nou, en of', zegt Fanny, 'Ik weet hoe belangrijk goede voeding is, daarom eten we thuis zo dikwijls groentenconserven. Dat is lekker en gezond. En vol met vitaminen (wist u dat niet?)''[34]

Beide ondervraagden leggen de nadruk op het behoud van vitaminen. In het stukje met Fanny Blankers-Koen wordt het eventuele gemak dat blikvoedsel kan verschaffen niet eens genoemd. In haar subtiele toevoeging 'wist u dat niet?' kan men, met een beetje fantasie, de lange geschiedenis van 'imagebuilding' en de frustratie van de conservenindustrie lezen. Want ook in 1970 is de Nederlandse

[32] Respondent #20. Een vrouw, geboren op 1-12-1926. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Amsterdam en Hilversum.
[33] *Libelle*, 15 augustus 1970 (nummer 33) 81.
[34] *Margriet*, 12 december 1970 (nummer 51) 65; *Libelle*, 12 september 1970 (nummer 37) 37.

huisvrouw blijkbaar nog steeds niet volledig overtuigd, en worden blikproducten nog altijd relatief weinig gekocht.[35]

4.5 Andere conserveringsmethoden

Hoe zit het met andere conserveringsmethoden? Kant-en-klaar maaltijden waren immers ook verkrijgbaar in potten, en uiteindelijk ook in bevroren vorm. Het grote wantrouwen ten opzichte van blikken onder de Nederlandse bevolking verklaart wellicht voor een deel het relatieve succes van de glasindustrie. Conservering in glas had al langere tijd een goed imago in Nederland (zie paragraaf 1.2). De firma Hak had in de jaren zestig veel succes met potten groenten en fruit, en veroverde voor 1970 al 21% van de blikmarkt. Toch kan dit opmerkelijk genoemd worden, omdat de prijs van de potten vaak iets hoger lag ten opzichte van blik, terwijl smaak en voedingswaarde ongeveer gelijk waren.[36]

Wellicht is het succes van glas te verklaren door te kijken naar het soort argumenten dat werd gebezigd in de verschillende reclames. Van kant-en-klaar maaltijden in pot, zoals die van Conimex, zijn in de onderzochte periode maar weinig advertenties gevonden. Reclames van Hak zijn wel gevonden. Het ging dan altijd om een paginagrote foto van een Hak-pot, omringd door verse groenten, met de tekst:

> ‘Ach, je kan het zo lekker niet bedenken, of moeder Hak heeft ’t in ‘r moestuin.
> Hak. Je ziet wat je koopt.’[37]

Het product wordt zoals gezegd, net als bij Ras, omringd (en dus geassocieerd) met tientallen verse groenten. In de Hak-advertentie gebeurt echter meer dan deze subtiele versheidsclaim. Men probeert vertrouwen te kweken. Als dit vertrouwen al niet wordt gewekt door het personage *Moeder* Hak, dan wel vanwege het feit dat ‘je ziet wat je koopt’. Hak zet haar eigen product diametraal tegenover het blikvoedsel dat de consument zo wantrouwt, met het kenmerk dat blik niet kan bieden: een kijkje in de verpakking. De inhoud van blik is dus mysterieus, men kan nooit weten wat erin zit, iets wat natuurlijk alleen een probleem is als men de producent niet volledig vertrouwt.

Ik heb wel gehoord dat groenten uit blik... dat daar de vitaminen uit zijn. In glas is anders, in glas is anders... maar uit blik...? [...] Ik vraag me nog wel eens af of er nog vitaminen in zitten. Of dat het er allemaal uitgekookt is.[38]

---

[35] Van 1950 tot 1954 komt 1,3% van al het verkochte fruit uit blik. Voor groenten is dit 1,2%; voor vis 0,3%. Van 1960 tot 1964 zijn deze percentages respectievelijk 2,0%, 1,9% en 0,5%. Van 1970 tot 1974 zijn ze respectievelijk 2,1%, 3,1% en 0,5 %. De Knecht-van Eekelen & Van Otterloo, ‘Diffusion of Glass Preserved Food in the Dutch Food Pattern 1945-1995’, 233.
[36] Ibidem, 232, 230.
[37] *Margriet*, 10 januari 1970 (nummer 2) 10; *Libelle*, 31 januari 1970 (nummer 5) 5.
[38] Respondent #26. Een vrouw, geboren op 20-3-1913. Zij woonde tijdens de jaren vijftig en zestig in Nijmegen.

De glasindustrie betaalde echter, net als de blikindustrie, ook voor algemene advertenties in de damesbladen. In deze reclames werd voedsel in glas aangeprezen, zonder de vermelding van een specifiek merk:

> 'Zo helder en zuiver als glas.
> [...] Wie heeft de regie van die huiselijke gezelligheid met allerlei heerlijke dingen in huis en op tafel? Dat bent U, de vrouw des huizes. U kijkt en keurt, U kiest en koopt. Letterlijk alles dat de tong streelt is in glas te koop. Glasverpakking is ideaal. Puur en helder, rein en hygiënisch. Glas is ook zo eerlijk: U ziét wat en hoeveel U koopt en in glas blijft alles altijd fris.
>
> KIJKT WAT U KOOPT: KOOP HET IN GLAS!'[39]

Men kan wel stellen dat in bovenstaande tekst nog sterker wordt ingegaan op de emotionele waarden van de huisvrouw; het is een sprekend voorbeeld van de sterke psychologisering van reclameteksten. Woorden als 'puur' en 'eerlijk' zijn wederom gericht op het scheppen van vertrouwen in het product.

Hoewel vooral Hak het niet slecht deed in Nederland, moeten de verdiensten van dit bedrijf wel in perspectief worden gezien. 21% van de blikmarkt was in 1970 veroverd, maar gezien het feit dat de consumptie van blikvoedsel nog steeds zeer laag was, was dit een bescheiden succes. Wellicht weerhield de hogere prijs van voedsel in potten de glasindustrie toch van een échte doorbraak op de conservenmarkt. Bovendien waren in glas maar weinig kant-en-klaar maaltijden te vinden (zie appendix I).

Misschien kan daarom beter gekeken worden naar diepvriesmaaltijden. Het aanbod in dezen werd gedurende de jaren zestig geleidelijk iets groter, maar helaas werd door de producenten (Vita, Iglo, Conimex) niet in *Libelle* of *Margriet* geadverteerd voor deze artikelen. De verkoop viel tegen. Dat was vlak na de oorlog het geval, maar ook jaren later nog. Zelfs in 1980 meldde 92% van de huisvrouwen dat zij 'nooit' gebruik maakte van diepvriesmaaltijden.[40] Bij Unilever had men wel een idee waar dit aan lag:

> 'De moeilijkheid is … dat de huisvrouw zeer conservatief is en aan het verse product de voorkeur geeft, zelfs wanneer haar kan worden voorgerekend dat zij met het kopen van het snelbevroren product voordeliger uit is (b.v. appelmoes).'[41]

Dat de Nederlandse huisvrouw 'conservatief' was, zou een reden kunnen zijn geweest voor de zeer matige verkoop van diepvriesproducten in de jaren vijftig en zestig. Maar ook andere factoren speelden een rol. Een advertentie van Vita uit 1960 wijst dit uit. Op een grote foto vertelt moeder aan haar kind een verhaaltje, en het bijschrift luidt:

> 'Vita.
> Bijna etenstijd… en toch nog tijd voor een verhaaltje!
> Oh, ik kan heus niet toveren. Maar 'n verhaal vertellen en toch op tijd héérlijk eten op tafel toveren…. Dàt kan ik wel! Want ik heb ontdekt hoe heerlijk het is een paar maal in de week Vita diepvries groenten te nemen. Werkelijk ideaal; verrukelijk vers en …al keurig schoongemaakt. Wat kan die kleine

[39] Onderaan de advertentie staat in hoofdletters: Publikatie van de N.V. Vereenigde Glabfabrieken Schiedam. *Libelle*, 17 april 1965 (nummer 16) 14. In *Margriet* zijn vergelijkbare reclame te vinden, maar de hierboven geciteerde advertentie niet.
[40] Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw', 22. Zij citeert de eerder genoemde census.
[41] H. Buiter, 'Koelen en Vriezen', in: J.W. Schot et. al. (red.), *Techniek in Nederland in de twintigste eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003) 339-351, 348.

meid smakelijk eten. En mijn man? Die vindt het een traktatie! En met Vita diepvries hebt u ook nog eens keus! Het hele jaar door plukverse zomergroenten. Allemaal even lekker als de malse spinazie die ik vanavond eet. U hoeft ze niet zelf meer te wassen en ze smaakt zo heerlijk als uit eigen groentetuin. Ja, de gezondheid van de zomerzon is in de Vita diepvries bewaard!

Vers! Gezond! En schoongemaakt! Het hele jaar door!
Een pakje Vita diepvries dat u **vandaag** koopt, kunt u gemakkelijk tot **morgen** bewaren!'[42]

Alvorens in te gaan op de problemen met diepvriesmaaltijden, is het misschien aardig om er op te wijzen dat in dit kleine stukje tekst *drie keer* de term 'vers' wordt gebruikt. De algemene boodschap draait sowieso bijna volledig om de gezondheid van het product. Deze zaken zijn dit hoofdstuk verschillende malen langsgekomen. Wat voor het huidige punt van belang is, staat in de laatste zin: Vita producten waren in 1960 precies één dag te bewaren. In feite waren diepvriesproducten gedurende de jaren zestig, toen praktisch niemand nog een vriezer had, een geconserveerd product dat niet te conserveren was. Wanneer men dan bedenkt dat de prijs ook nog eens relatief hoog lag, is het begrijpelijk dat de consument een voorkeur voor vers bleef houden.

Bovendien zijn er, ook wat diepvriesproducten betreft, wel degelijk imagoproblemen geweest. Hoewel de versbeleving van bevroren waar tegenwoordig relatief goed is ten opzichte van conserven, is dit niet altijd het geval geweest. Een medewerker van Vita verklaart: 'Het bevriezen van levensmiddelen stond toen in een kwade reuk. Men verbond vriezen […] met het kapot vriezen van producten op het land door nachtvorst en met de kwaliteit van bevroren vleesimporten uit Argentinië'.[43] Waar deze werknemer op doelt, is het feit dat door de trage invriesmethoden ijskristallen ontstonden, waardoor van de structuur van het vlees bij ontdooiing weinig overbleef. Adel den Hartog schrijft: 'Voor 1914 wilde in Engeland [...] geen enkele respectabele arbeidshuisvrouw naar een slagerij gaan waar uitsluitend bevroren rund- en schapenvlees werd verkocht.'[44] Ook viel te betwijfelen of diepvriesmaaltijden wel zoveel gezonder waren dan blik of glas. Meerdere onderzoeken toonden aan dat de voedingswaarden van deze producten verre van ideaal waren.[45]

Als bekeken wordt hoe het belang van vitaminen in Nederland toenam, is het niet verrassend dat kritischer werd gekeken naar de voedingswaarde van het eten dat men binnenkreeg. Dat met name verwerkt voedsel, en bij uitstek de kant-en-klaar maaltijd het moesten ontgelden is deels een vertrouwenskwestie. De werkelijke voedingswaarde van de maaltijden in kwestie, of het nu nasi uit blik of bevroren aardappelpuree met kabeljauw betrof, zal enigszins te wensen hebben overgelaten.

Maar het is belangrijk niet te onderschatten in hoeverre beeldvorming een rol speelde bij de verkoop van kant-en-klaar maaltijden. De gezondheid van de maaltijden werd door consumenten in twijfel getrokken. In de behandelde

[42] *Libelle*, 6 februari 1960 (nummer 6) 76; *Margriet*, 13 februari 1960 (nummer 7) 38.
[43] Buiter, 'Koelen en Vriezen', 345.
[44] A.P. den Hartog, 'Technologisch Vernuft en Eten Buitenshuis als Massaverschijnsel in de Negentiende en Twintigste Eeuw', in: M. Jacobs, & P. Scholliers (red.), *Buitenshuis Eten in de Lage Landen Sinds 1800* (Brussels 2002) 29 - 56, 40.
[45] M.A. van der Meer, J.B. Lassche & C.N. Pascha, *Diepvriesmaaltijden: Voedingswaarde en Organoleptische Kwaliteiten van Diepvriesmaaltijden en de Invloed van Enige Verwarmingsmethoden op deze Eigenschappen* (Wageningen 1968) 5-6.

advertenties is het antwoord van de fabrikanten terug te lezen: een constante stroom aan geruststellingen wat betreft de voedingswaarde en het aantal vitaminen. En ondanks het feit dat beeldvorming niet de enige factor was die van invloed bleek op de verkoop van geconserveerde producten, toch is duidelijk dat het negatieve imago van deze waar langdurig en hardnekkig moet zijn geweest, mede door de enorme nadruk op het belang van gezond voedsel. Wanneer de agrarische sector adverteerde met *verse* spinazie en *verse* bloemkool, dan viel daar simpelweg niet tegenop te knokken.

Conclusie

Dit stuk heeft gewezen op bepaalde 'mentaliteiten' die invloed hadden op de voedselkeuze tijdens de jaren vijftig en zestig. Deze mentaliteiten moeten binnen de historische context geplaatst worden. Zo was het gemakstaboe dat in de jaren vijftig bestond niet nieuw, maar werd het wel versterkt door naoorlogse ontwikkelingen. Opoffering werd geïdealiseerd; de gemiddelde huisvrouw klaagde niet, en was trots dat zij kon bijdragen aan de heropbouw van haar land. Wat betreft de Nederlandse culinaire xenomanie, kan gezegd worden dat deze zeer plotseling opkomt na de Tweede Wereldoorlog. Factoren in deze razendsnelle ontwikkeling waren van demografische aard (repatrianten, terugkerende militairen) maar zeker ook psychologisch: buitenlands eten werd gezien als een 'ongevaarlijk avontuur', en dat durfden de meesten wel aan. Het vooroorlogse vitaminediscours was in de jaren vijftig en zestig misschien over het hoogtepunt heen, maar de enorme nadruk op gezondheid was zeer levendig. Constant werden huisvrouwen eraan herinnerd hoe belangrijk de juiste voedingsstoffen waren, zij het door pioniers als Martine Wittop-Koning, of door officiële instanties, bijvoorbeeld door middel van de 'schijf van vijf'.

Kant-en-klaar maaltijden ging het deze periode niet goed af. In feite zouden zij haast als een anachronisme gezien kunnen worden. Technisch en economisch gezien zijn de jaren vijftig en zestig een enorm progressieve periode, maar de normen en waarden van de Nederlandse maatschappij maakten het moeilijk om deze gerechten in het eetpatroon te voegen. Conimex, Heinz en Koenvisser stopten met de maaltijden in blik, Ras gaf de stamppotten op, Anton Hunink en Olba moesten sluiten, en de diepvriesmaaltijden van Iglo vonden voor 1970 weinig aftrek. Het 'beetje van jezelf, beetje van maggi'-model door middel van het gebruik van halffabricaten was beter toegesneden op het gemakstaboe. Bovendien vergrootte het de avontuurlijkheid van het koken van een buitenlandse maaltijd, wat na de inburgering van nasi en bami goreng wel nodig was. En daarbij kon de huisvrouw de voedingswaarden van de maaltijd die zij haar gezin voorschotelde veel beter in de gaten houden als zij nog allerlei ingrediënten kon toevoegen aan haar maaltijd. Praktische beperkingen (slechte aanvoerlijnen, weinig koopkracht) verdwenen grotendeels gedurende de jaren vijftig. Slechts het ontbreken van een vriezer in huishoudens kan genoemd worden als praktische factor die ook anno 1970 nog van invloed was op de verkoop van kant-en-klaar maaltijden.

Periodisering is altijd tot op zekere hoogte arbitrair. Dit stuk had bijvoorbeeld ook kunnen starten in 1952, wanneer het laatste voedingsmiddel van de bon gaat (koffie). Of misschien had het verder door moeten lopen. Veel van de beschreven 'mentaliteiten' hielden niet plotseling op in 1970. Het gemakstaboe nam geleidelijk af gedurende de jaren zeventig en tachtig, zowel door de tweede feministische golf als door de toenemende arbeidsparticipatie van vrouwen en de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens. De opkomst van de magnetron[1] en de verdere stijging van de welvaart waren andere praktische omstandigheden die het gebruik van kant-en-klaar maaltijden ongetwijfeld beïnvloed hebben. Het gemakstaboe is

[1] In 1990 had 15% van de huishoudens een magnetron, in 2001 was dit al gestegen tot 79%. *Vlees: cijfers en trends: Marktverkenning over het consumptiegedrag in Nederland* (Rijswijk, jaargang 2003).

echter nooit volkomen verdwenen.[2] Nog steeds wordt, bijvoorbeeld door geïnterviewde respondenten, het gebruik van kant-en-klaar maaltijden omringd met woorden als 'zondigen' en 'een dagje lui zijn'.

De culinaire xenomanie is in Nederland alleen nog maar toegenomen. Zo sterk zelfs, dat nasi goreng en buitenshuis eten bij 'de Chinees' ingeburgerd zijn, en niet worden beschouwd als culinair avontuur. Het gaat dan ook niet goed met de Chinees-Indische restaurants.[3] Wellicht komt dit ook door een steeds sterkere behoefte aan authenticiteit van het eten, vooral wanneer men naar een restaurant gaat. De grenzen van het culinaire avontuur zijn sterk verlegd. Waar men een halve eeuw geleden nog voornamelijk tuinbonen en karbonaadjes at, daar gaat men nu eens uit eten bij een Ethiopisch restaurant of probeert men zelfs Balut (een ei met daarin een eendenembryo).[4] Sommige kant-en-klaar maaltijden hebben momenteel een duidelijk 'exotisch' karakter, maar de meest populaire gerechten, zoals lasagne, nasi goreng, pizza en stamppot zijn geen echte culinaire avonturen meer voor de gemiddelde Nederlander. De kant-en-klaar maaltijd is zijn spanningselement op dit vlak grotendeels kwijt.

Hoewel men gemiddeld steeds vetter en zoeter is gaan eten, lijkt ook het belang van voedzaam eten nog altijd toe te nemen. Het discours is sinds de jaren zeventig niet alleen verder verhevigd, het is tevens gepolitiseerd. Actiegroepen betogen tegen bijvoorbeeld genetische manipulatie, dat door sommigen wordt gepresenteerd als een gevaar voor de natuur en voor eigen gezondheid. Net als in het geval van de vitaminen ontstaat een verwarrend discours met veel tegenstrijdige informatie. Zaken als 'versbeleving' en andere beeldvorming zijn nog altijd zeer essentieel bij de voedselkeuze.[5] Voor sommige kant-en-klaar maaltijden heeft dit ongunstige gevolgen, maar bepaalde koelverse stoommaaltijden hebben juist een gunstig imago wat betreft gezondheid. Bij deze maaltijden wordt dan ook geadverteerd met de hoeveelheid groenten en het geringe vitamineverlies.[6]

De kant-en-klaar maaltijd verkocht ook ná de jaren zestig niet zo goed in Nederland als in omringende landen, maar de vraag groeit nog altijd.[7] Wellicht komt dit ook doordat technologische vooruitgang zorgt dat de organoleptische kwaliteiten

---

[2] 'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem' (auteur onbekend), *Voedingsmiddelentechnologie* 23 (1990) 72-73, passim.

[3] 'De 'Chinees' was voortrekker van en wegbereider voor een uitheemse eetcultuur, maar is min of meer slachtoffer van het eigen succes geworden. Nasi, bami en loempia's worden nauwelijks meer als exotische restaurantgerechten beschouwd, maar veeleer als een gewaardeerd onderdeel van de Hollandse maaltijd, dat ook bij slagers, supermarkten en snackbars kan worden verkregen'. H. Gooszen, N. Hemelaar, P. Sibbles & O. Verkoren, 'Migranten en minderheden', in: W. Uitterhoeve (red.), *De Staat van Nederland: Nederland en zijn Bewoners. De Opmerkelijke Feiten en hun Samenhang* (Nijmegen 1990) 53-68, 60.

[4] Eén respondent had het uitgeprobeerd: 'Het smaakte eigenlijk net als een ei, maar alleen door die botjes erin kraakte het een beetje. Dus ik keek er maar niet naar, en dan dacht ik: "Ach ja, het kraakt een beetje".' Balut is populair op de Fileppijnen, maar ook in bijvoorbeeld Vietnam, Cambodja en Thailand. A. Davidson, *The Oxford Companion to Food* (Oxford 1999) 53, 'Balut'.

[5] In de zomer van 2011 werden Nederlandse komkommertelers hier nogmaals op gewezen. Hoewel zij konden bewijzen dat hun product rigoureus gecheckt was op de EHEC-bacterie, werd het lange tijd niet gekocht door ongunstige beeldvorming en wantrouwen tegenover moderne industriële productiemethoden. De telers leden grote verliezen.

[6] De maaltijden voldoen overigens niet aan de richtlijnen van het Voedingscentrum, wat eens te meer aantoont hoe essentieel beeldvorming kan zijn. A. Barbier-Schenk, 'Hoe Gezond is Kant-en-klaar?', *Voedingsmiddelentechnologie* 40 (2007) nr. 9, 20-21, 20.

[7] J. Jobse-van Putten, *Eenvoudig maar Voedzaam: Cultuurgeschiedenis van de Dagelijkse Maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1996) 431.

van de producten veel beter controleerbaar zijn.[8] Ook is het mogelijk dat tegenwoordig nieuwe 'mentaliteiten' een rol spelen. Wellicht worden de maaltijden nu ook gezien als hip, omdat zij (ook in advertenties) vaak worden geassocieerd met een succesvol en druk leven.

De beperkingen van deze studie zijn meervoudig. Natuurlijk is het ontbreken van harde verkoopcijfers een gemis. Verder is het onderwerp opzettelijk klein gehouden. Bij een langduriger onderzoek en een uitgebreidere rapportage hiervan zou het mogelijk zijn geweest om de mentaliteiten deels los te koppelen van het culinaire aspect, en dieper in te gaan op hun genealogie van de denkbeelden door te kijken naar de historische context van de twintigste eeuw. Zaken waar slechts kort op in wordt gegaan zouden kunnen worden uitgewerkt. Hoe is het vitaminediscours gerelateerd aan de angst voor modernisering? Wat is de rol van het verlies van koloniën geweest op consumptiepatronen in Nederland? Bovendien kan het huidige onderzoek veel winnen bij een internationalisering van het onderwerp. Er zijn genoeg aanwijzingen dat er, hoewel elke cultuur zijn eigen 'mentaliteiten' heeft, een aantal overeenkomsten te vinden zijn tussen Nederland en andere Westerse landen wat betreft de omschreven denkbeelden.[9]

Zo blijkt dat het niet ingewikkeld is om potentiële vervolgonderzoeken te bedenken. De Nederlandse voedselhistoriografie is er zeker niet *slecht* aan toe, maar wel is het zo dat vaak veel aandacht uitgaat naar (sociaal-)economische factoren en

---

[8] De magnetron en de uitvinding van de stoommaaltijd zijn twee voorbeelden. Nog altijd vinden verfijningen en nieuwe uitvindingen plaats, zoals de stoommaaltijd met compartimenten. Hierdoor kunnen verschillende ingrediënten op verschillende temperaturen worden verhit. Door de verschillende compartimenten kan het vlees worden begast voor een langere houdbaarheid, en kan men het gedeelte voor de groenten microporiën geven, zodat deze kunnen 'ademen'. V. Hentzepeter, 'Stoom Afblazen in de Magnetron', *Voedingsmiddelentechnologie* 40 (2007) nr. 9, 10-12, 11-12.

[9] In deze voetnoot enkele aanwijzingen voor internationaal vergelijkbare situaties. Het gaat hier om gegevens die bij toeval zijn gevonden: er is niet opzettelijk gezocht naar buitenlandse voorbeelden.

De trots onder huisvrouwen wat betreft het takenpakket was vermoedelijk veel algemener dan slechts in Nederland. In hoofdstuk 2 is al gerefereerd aan de keukenprinsessen in België, maar ook in bijvoorbeeld Canada waren huisvrouwen schuchter als het ging om het accepteren van (technologische) hulp in het huishouden, vanwege 'a tradition of thrift, prudence, and conservation'. R. Oldenziel & A.A. de la Bruhèze, 'Theorizing the Mediation Junction for Technology and Consumption', in: A.A. de la Bruhèze & R. Oldenziel (red.), *Manufacturing Technology, Manufacturing Consumers: The Making of Dutch Consumer Society* (Amsterdam 2009) 9 – 39, 15.

De acceptatie van 'exotisch' voedsel was in West-Europa vermoedelijk enigszins vergelijkbaar, hoewel de herkomst van immigranten deels bepaalde voor *welke* keukens werd gekozen. Zie bijvoorbeeld: F. Régnier, 'Spicing Up the Imagination: Culinary Exoticism in France and Germany, 1930 – 1990', *Food & Foodways* 11 (2003) 189-214. En verder: M. Wildt, 'Promise of More. The Rhetoric of (Food) Consumption in a Society Searching for Itself: West Germany in the 1950s', in: P. Scholliers (red.), *Food, Drink and Identity: Cooking, Eating and Drinking in Europe since the Middle Ages* (Oxford 2001) 63-80. Aan de overzijde van de Atlantische Oceaan was de situatie anders. Zo werd Italiaans voedsel veel eerder geaccepteerd, maar ook de houding naar 'vreemd' voedsel was vermoedelijk anders, omdat migratie min of meer onderdeel is van de nationale identiteit van de Verenigde Staten en Canada. Zie bijvoorbeeld: D.R. Gabaccia, *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans* (Cambridge, MA 1998). Toch zijn buitenlandse invloeden ook in de Amerikaanse keuken veel sterker gaan gelden ná de Tweede Wereldoorlog. K.F. Kiple, *A Moveable Feast: Ten Millennia of Food Globalization* (Cambridge 2007) 267.

Het vitaminediscours was zeer internationaal, evenals de publiciteit rond de vele ontdekkingen die in de loop van de twintigste eeuw op het gebied van de voedingsleer werden gedaan. Dat in andere landen de waardering voor voedselproducten ook deels afhankelijk was van de gezondheidsbeeldvorming is dan ook zeer waarschijnlijk. In de V.S. werd koosjer eten bijvoorbeeld een rage na de Tweede Wereldoorlog vanwege het gezonde imago. Kiple, *A Moveable Feast,* 270. Bovendien werden ook in het buitenland vele onderzoeken gedaan naar de voedingswaarden van geconserveerd voedsel. Zie bijvoorbeeld: S. Hamilton, 'The Economies and Conveniences of Modern-Day Living: Frozen Foods and Mass Marketing, 1945-1965', *The Business History Review* 77 (2003) 33-60, 46.

technologische ontwikkelingen. De aandacht voor voedselgeschiedenis, die ook in Nederland is toegenomen in de laatste twintig jaar, is absoluut een gevolg van de *cultural turn*. Maar in het zoeken naar verklaringen voor consumptieprocessen wordt in veel Nederlandse studies nog altijd te weinig rekening gehouden met de 'ongrijpbare' culturele kant. Het gaat hier om studies naar heersende denkbeelden, normen en religieuze overtuigingen, maar ook het beeld dat mensen van zichzelf of de 'ander' hebben en de denkbeeldige culinaire grenzen van een natie. Dergelijke onderzoeken hebben vanzelfsprekend ook gebreken. Maar voor meer begrip ten aanzien van het verloop van de twintigste-eeuwse voedselgeschiedenis is het zoeken naar zulke culturele factoren onontbeerlijk.

Appendix I: de kant-en-klaar maaltijden[1]

Heinz

Blik

Spaghetti met tomatensaus
Macaroni met tomatensaus

Koenvisser

Blik

Nasi goreng
Bami goreng
Spaghetti in tomaten- en kaassaus
Macaroni in tomaten- en kaassaus
Macaroni met hamworst en kaas
Rijst met kip in kerriesaus
Rijst met goulash

Olba

Blik

Aardappelen, doperwten, ham
Aardappelen, sperziebonen, vlees
Nasi goreng met vlees

Conimex

Blik

Nasi goreng
Bami goreng
Nasi radjah

Pot

Nasi goreng
Bami goreng

Diepvries

Nasi goreng
Bami goreng

[1] Hoewel deze lijst niet compleet is, kan wel gezegd worden dat ik waarschijnlijk de meeste kant-en-klaar maaltijden uit de periode 1950-1970 heb gevonden. Dit omdat kant-en-klaar maaltijden (zeker in deze tijd) nieuwe producten waren die het vertrouwen van de consument moesten winnen, en dit slechts konden doen door te adverteren. Bovendien was er, voor de STER-reclame, geen betere manier om de huisvrouw te bereiken dan via *Margriet* of *Libelle.* Daar komt bij dat dit soort bewerkelijke producten grote investeringen vereisden van de producent, waardoor enkel grotere bedrijven (die het zich ook kunnen veroorloven om te adverteren) zich op deze markt waagden. Zie ook: C. Salzman, 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27, 4.

Vita/Iglo

Diepvries

- Nasi goreng
- Bami goreng
- Stamppot
- Aardappelen, gehakt, spinazie
- Aardappelen, varkenslever, andijvie
- Aardappelen, rundvlees met jus, sperziebonen
- Aardappelen, varkensfricandeau met jus, witlof
- Aardappelpuree, kabeljauwfilet, worteltjes
- Rijst, kippenragout, doperwten
- Rijst, varkensoester met paprikasaus, doperwten
- Spaghetti a là Bolognese

Norica (Royco)

Gedroogd

- Nasi goreng speciaal
- Spaanse rijst
- Kerrierijst
- Rijst met goulash
- Macaroni Bolognese

Ras

Gevriesdroogd

- Boerenkool
- Hutspot
- Spinaziestamppot
- Appelenstamppot

Appendix II: de advertenties

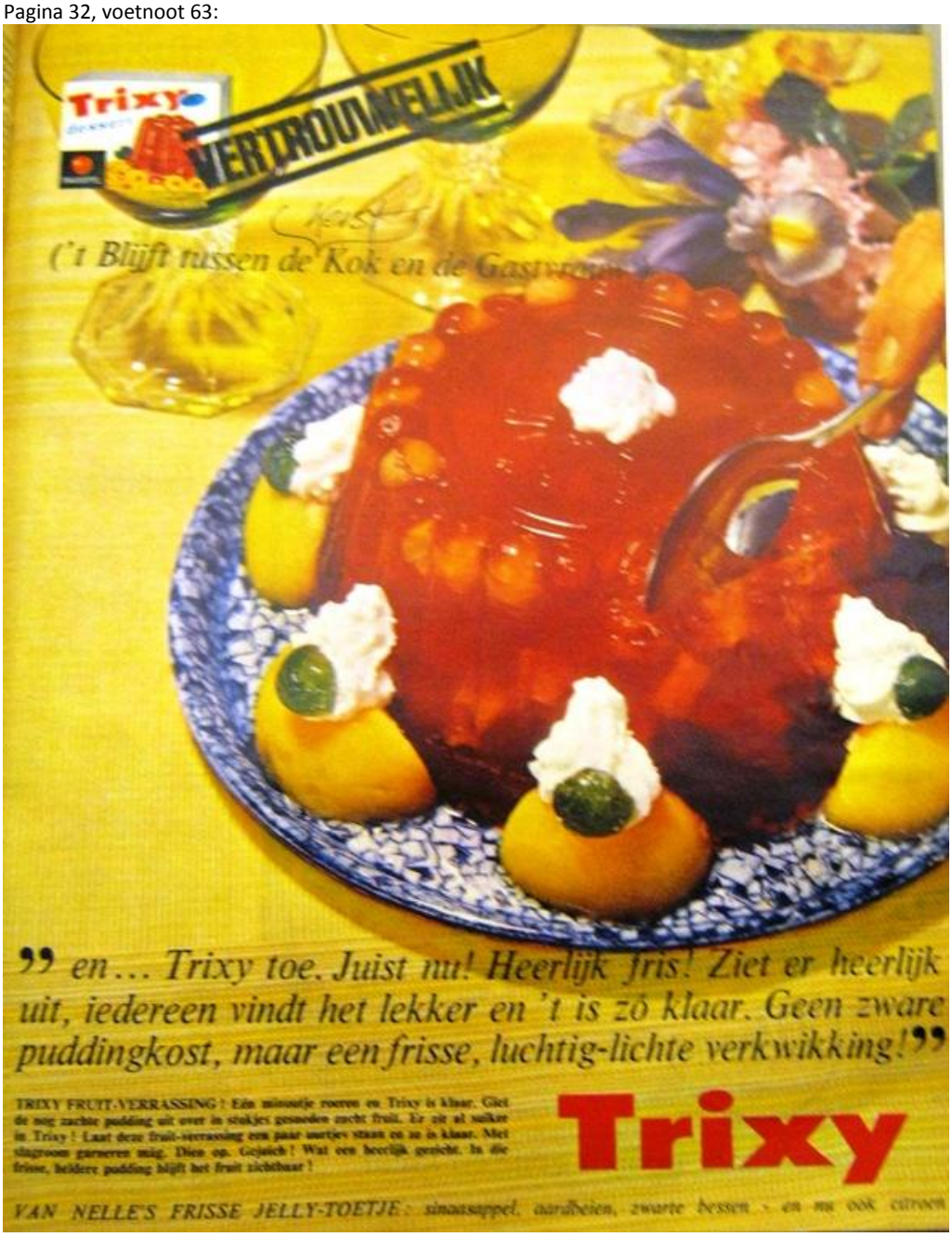
Hoofdstuk 2: De Nederlandse huisvrouw en het gemakstaboe

Pagina 27, voetnoot 38:

Pagina 30, voetnoot 53:

Pagina 31, voetnoot 55:

Pagina 32, voetnoot 63:



Pagina 33, voetnoot 66:

Pagina 33, voetnoot 66:

Pagina 33, voetnoot 67:

Pagina 33, voetnoot 68:

Pagina 34, voetnoot 70:

Hoofdstuk 3: Culinaire xenomanie

Pagina 35, voetnoot 2:

Pagina 45, voetnoot 47:

Pagina 45, voetnoot 49:

Pagina 47, voetnoot 58:

Pagina 48, voetnoot 59:

Pagina 48, voetnoot 60:

Pagina 48, voetnoot 61:

Pagina 49, voetnoot 65:

Hoofdstuk 4: Het vitaminediscours en gezondheidsimago's

Pagina 52, voetnoot 8:

Pagina 53, voetnoot 12:

Pagina 53, voetnoot 13:

Pagina 54, voetnoot 16:

Pagina 54, voetnoot 17:

Pagina 59, voetnoot 33:

BLIJ MET BLIK

Als het zalmslaatje klaar is, en de borrelhapjes staan te pronken, en de mannen hun sigaartje roken, en kleine Thea op een koekje knabbelt . . . ja dan, bij al die gezelligheid en dat gemak, besef je pas dat blik 't leven lichter maakt. Iedere dag opnieuw.

biertje uit blik

koekje uit blik

Chefkok H. F. Walter, de man die er voor zorgt dat de hongerige magen van de Ajax-spelers in het buitenland niet uit het veld geslagen raken door verkeerde voeding

Is hij blij met blik?

'Blij?' glimlacht hij. 'Zonder groentenconserven, boter en koffie in blik zou ik niet kunnen werken. Weet u, alle nodige voedingszouten en vitaminen blijven bewaard. 'k Ben dolblij met blik.'

zalm uit blik

een massa gemak

en gezelligheid

en een hele hoop plezier

blij met blik

Pagina 59, voetnoot 34:

ADVERTENTIE

BLIJ MET BLIK

Als 's-ochtend de boterhammen in een wip klaar zijn, en 's-avonds het etentje tongen en komplimentjes losmaakt, en je vindt dat je wel een lekker pilsje verdiend hebt... ja dan, bij al die gezelligheid en dat gemak, besef je pas dat blik het leven lichter maakt. Iedere dag opnieuw.

boter uit blik

pasteivulling uit blik

Fanny Blankers-Koen, 4 x Olympisch goud, leidster nationale damesatletiekploeg.

Is zij blij met blik?

'Nou, en of', zegt Fanny, 'Ik weet hoe belangrijk goede voeding is, daarom eten we thuis zo dikwijls groentenconserven.' Dat is lekker en gezond. En vol met vitaminen (wist u dat niet?)

smakelijk eten

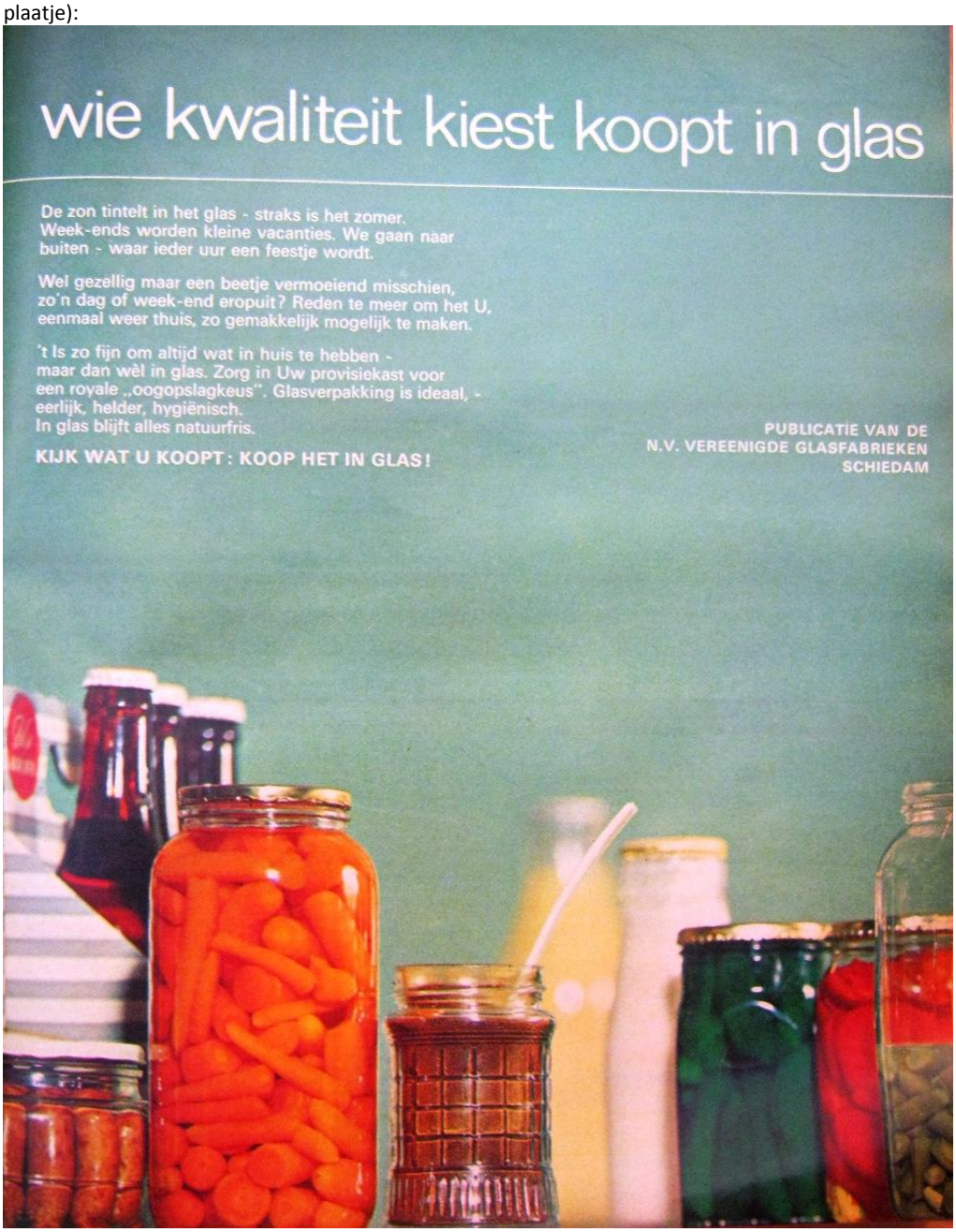
smakelijk drinken

blij met blik

en teveel lekkers om op te noemen

Pagina 60, voetnoot 37:

Pagina 61, voetnoot 39 (niet de exacte advertentie; een print hiervan is onmogelijk vanwege de kwaliteit van het plaatje):



Pagina 62, voetnoot 42:

Appendix III: Statistieken respondenten

Nr.	Geboortedatum	Sekse	Woonplaats	Klasse	Vrouw kookt	Tijdstip	Wat werd er gegeten?	Pasta?	Rijst?	Kooktijd in minuten	Plezier?	Weekmenu?	Uit eten?	Vakantie?	Productherkenning	Gekocht?	Typisch Nederlands	Ind = Nld?	Ita = Nld?	Nu k-e-k?	Is het ver
1	16-2-1948	m	Den Haag, Delft, Zoetermeer	1	j	1	Puur Hollandse maaltijd'	j	n	75	t	t	n	n	j	t	AGV	j	j	n	n
2	6-5-1949	v	Voorburg	1	j	1	AGV	j	j	100	j	t	n	n	n	n	AGV	j	j	j	0
3	14-2-1950	m	Amersfoort	1	j	1	Hollandse kost: andijvie, postelein, vlees, vis.	n	n	90 (9 kinderen!)	n	t	n	n	t	n	AGV	j	j	j	n
4	5-9-1950	v	Huijbergen, Berg-op-Zoom	2	j	1 & 2	AGV (altijd 3 gangen; later ook wel rijst)	j	j	30	n	j	j	n	j	n	AGV (en macaroni)	n	j	n	n
5	12-5-1945	m	Amsterdam	2	j	1	AGV, vis. (Vast patroon)	n	j	veel tijd	j	t	t	n	j	j	AGV. Vaste combinaties	j	j	n	0
6	18-12-1948	v	Sleeuwijk, Tiel	1	j	1	AGV	j	j	0	t	j	n	n	n	n	AGV	j	j	t	j
7	8-8-1950	v	Amsterdam	2	j	1	AGV	j	n	gemiddeld	j	j	j	j	j	n	AGV	j	0	j	j
8	30-5-1938	v	Den Haag	2	j	1	AGV	j	j	weet ik niet	j	0	j	n	j	j	AGV (en soepen)	j	j	j	j
9	23-3-1950	m	Koewacht, Oudenbosch	1	j	2	AGV	n	j	0	n	0	n	n	j	j	AGV	j	j	j	j
10	8-7-1952	v	Hillegom	2	j	2	AGV	n	n	120	n	j	n	n	t	n	AGV	j	0	j	n
11	8-10-1939	v	Scheveningen, Barendrecht, etc.	3	j	1	Weinig vlees (2x p/w). Soms nasi.	j	j	75	j	n	t	j	t	n	AGV	0	0	n	n
12	3-8-1927	v	Den Haag	3	j	1	AGV (hollandse pot)	j	j	zo kort mogelijk	n	j	j	j	n	n	Stamppot	j	j	n	t
13	10-10-1946	v	Rotterdam, Oudenkerk a/d IJssel	1	j	1	Nederlands, wel gevarieerd	j	n	gemiddeld	t	t	n	n	j	j	stamppot	j	j	j	j
14	8-8-1932	m	Leiden, NY, Vlaardingen, België, Filipijnen, Doorn	3	j (man helpt)	1	Heel veel met gehakt. Verder héél divers.	j	j	gemiddeld	t	0	j	j	j	t	0	j	j	t	0
15	26-1-1935	v	NY, Vlaardingen, Belgie, Filipijnen, Doorn	3	j (man helpt)	1	Heel veel met gehakt. Verder héél divers.	j	j	gemiddeld	t	0	j	j	j	t	0	j	j	t	0
16	24-7-1938	v	Wateringen, Den Haag	1	j	1	Heel verschillend: macaroni, nasi, stamppot.	j	j	rel eventjes mee bezig	j	0	n	n	j	j	AGV	j	n	n	t
17	10-3-1945	m	Wateringen	1	j	1	Heel ouderwets: Hollandse pot (ook Indisch)	j	j	heel erg lang	j	0	n	n	j	j	AGV	j	n	t	j
18	5-11-1938	m	Den Haag	1	j (man helpt)	1	AGV (het standaard eten in Nederland)	j	n	0	j	j	n	n	j	t	AGV	n	j	j	0
19	15-5-1948	v	Den Haag	2	j	1	AGV (geen pasta's en toestanden; sober)	j	j	30	n	0	j	j	j	t	Bestaat nu niet meer	j	j	n	j
20	1-12-1926	v	Amsterdam, Hilversum	2	j	1	Veel Indisch	j	j	0	j	0	j	0	t	n	Boerenkool met worst	n	n	n	j
21	15-1-1934	v	Amsterdam, Purmerend	3	j	1	AGV	n	n	gemiddeld	0	0	j	j	j	n	AGV (andijvie gekookt)	j	t	n	j
22	18-3-1933	v	Heerhugowaard, Oterleek	1	j	1	AGV (uit eigen tuin)	j	j	0	j	0	0	0	n	n	0	0	0	0	0
23	25-7-1942	v	Voorthuizen, Den Haag, Katwijk, Amsterdam	1	j (oma!)	1	AGV (en zelfgemaakte vla)	n	n	gemiddeld	j	j	n	n	j	j	AGV (en erwtensoep)	j	j	n	j
24	31-1-1938	v	Breda, Schiedam, Breda, Schiedam, Giessenburg	1	j (man helpt)	2	AGV	j	n	zo kort mogelijk	n	0	j	n	j	j	Indisch (!)	j	0	n	0
25	19-3-1927	v	Den Haag	3	j	1	AGV of vis en toetje	j	j	hele dag (op zondag)	j	0	j	j	j	j	Stamppot	n	0	j	j
26	20-3-1913	v	Nijmegen	3	j	2	AGV en toetje	j	0	0	0	0	j	j	j	n	Zuurkool	t	0	j	t
27	20-2-1926	v	Den Haag	3	j	1	AGV en fruit	j	j	0	j	0	j	j	j	n	Stamppot	t	0	j	t
28	23-2-1921	m	Zoetermeer	3	n	1	Vaak brood of soep. AGV in restaurants.	j	j	heel kort	n	0	j	j	j	n	0	j	0	j	t
29	21-7-1917	v	Een dorp in Groningen	3	j	2	AGV	j	0	0	n	0	j	j	j	n	0	t	0	j	t
30	25-2-1926	m	Rijswijk	2	j	1	AGV,vis	j	j	niet te lang	j	0	t	n	j	n	Er is winter en zomerkost	n	n	t	j
31	6-1-1930	v	Rijswijk	2	j	1	AGV,vis	j	j	niet te lang	j	0	t	n	j	n	AGV	n	n	t	j

Uitleg tabel:

(Voor veel antwoorden geldt: j = ja, n= nee, t = twijfel, of 'enigszins', 0 = geen (duidelijk) antwoord)
1. Nr. Nummer van respondent
2. Geboortedatum.
3. Sekse. (v = vrouw, m = man)
4. Woonplaats. (tijdens 1950-1970)
5. Klasse. Een zeer globale schatting op basis van allerlei vragen. Denk bijvoorbeeld aan: ging u op vakanties (naar het buitenland), Ging u uit eten, wanneer kreeg u thuis een koelkast, wat at u zoal, etc. Wanneer iemand in de jaren vijftig elke zondag biefstuk at, elk jaar naar Italië op vakantie ging, en thuis al een vriezer had is het niet zo moeilijk om een inschatting te maken van de koopkracht van het gezin.
6. Vrouw kookt. Kookte de vrouw de warme maaltijd?
7. Tijdstip. Dagdeel waarop de warme maaltijd werd genuttigd (1=avond, 2=middag)
8. Wat werd er gegeten? In de kolom een samenvatting van het antwoord dat werd gegeven. In veel gevallen dus aardappels, groente en vlees (AVG).
9. Pasta? Werden er *hartige* pastagerechten gekookt?
10. Rijst? Werden er *hartige* rijstgerechten gekookt (dus geen afhaal!)
11. Kooktijd in minuten. (Een schatting van de kooktijd voor de warme maaltijd per dag in minuten)
12. Plezier? Had u/uw moeder plezier in het koken?
13. Weekmenu? Twee weekmenu's uit de Margriet (uit 1950 en 1970) zijn getoond, en gevraagd werd of deze leken op wat thuis werd gegeten. Meer een controlevraag.
14. Uit eten? Ging u in deze tijd wel eens uit eten?
15. Vakantie? Ging u in deze periode op vakantie naar het buitenland?
16. Productherkenning. Herkent u één van de producten in deze advertenties? Getoond zijn advertenties voor Conimex nasi goreng in blik, Koenvisser nasi goreng in blik, Olba aardappelen, doperwten en ham en Ras stampotten.
17. Gekocht? Zijn er in het tijdvak 1950-1970 wel eens kant-en-klaar maaltijden gekocht?
18. Typisch Nederlands Wat vindt u een typisch Nederlandse maaltijd? In de kolom is een samenvatting van het antwoord gegeven.
19. Ind = Nld? Vindt u dat bepaalde Indonesische gerechten ook onderdeel zijn geworden van de Nederlandse keuken?
20. Ita = Nld? Vindt u dat bepaalde Italiaanse gerechten ook onderdeel zijn geworden van de Nederlandse keuken?
21. Nu k-e-k? Eet u nu wel eens kant-en-klaar maaltijden?
22. Is het veranderd? Zijn deze maaltijden veranderd sinds de jaren 1950-1970?

Geraadpleegde bronnen

Archieven
Historisch Archief Unilever

Periodieken
Libelle (jaargangen 1950, 1955, 1960, 1965, 1970)
Margriet (jaargangen 1950, 1955, 1960, 1965, 1970)
Vlees: Cijfers en Trends: Marktverkenning over het Consumptiegedrag in Nederland (Rijswijk jaargangen 1999, 2002, 2003)

Literatuur
111 Jaar Statistiek in Tijdreeksen, 1899-2010, Centraal Bureau voor de Statistiek (Den Haag/Heerlen 2010).

'Afhaalmaaltijden Welkome Onderbreking Kookroutine' (auteur onbekend), *Food Magazine* 44 (1988) nr. 14, 34-36.

Bakker, A. A., *Dertig Jaar Later: De Nederlandse Consument in 1947 en 1977: Een Vergelijking van de Situatie in 1977 met die in 1947 aan de Hand van Consumentenonderzoeken Uitgevoerd door de N.V. van de Nederlandse Stichting voor Statistiek* (Den Haag 1978).

Barbier-Schenk, A., 'Kant-en-klaar Wordt Volwassen Productgroep', *Voedingsmiddelentechnologie* 36 (2003) nr. 3, 28.

Berg, J. Van den, *'Ajoh Dan, Neem... Néém...': De Geschiedenis van de Rijsttafel* (Den Haag 2002).

Binneveld, C., *"Dit is Mevrouw Nooitgedacht, Zij Doet de Vaat": Het Maatschappelijk Beeld van de Nederlandse Vrouw in Advertenties in Nederlandse Vrouwenbladen in de Periode 1960-1980 en in 1995* (Rotterdam 1997, ongepubliceerde doctoraalscriptie).

Blom, E. & Romeijn, T., 'De Kracht van Traditie: Hoe Chinezen Succesvol Opereren in het Restaurantwezen', *Sociologische Gids* 28 (1981) 228-238.

Brinkgreve, C.D.A. & Korzec, M., *"Margriet Weet Raad": Gevoel, Gedrag, Moraal in Nederland 1938 – 1978* (Utrecht 1978).

Bronner, F., *Gezinspraak: Over Beslissen in het Gezin en de Invloed van Reclame Daarop* (Amsterdam 2003).

Brückel-Beiten, M., *De Hollandse Rijsttafel voor de Hollandse Huisvrouw en de Indische Rijsttafel* (Deventer 1959).

Bruhèze, A.A. de la & Oldenziel, R. (red.), *Manufacturing Technology, Manufacturing Consumers: The Making of Dutch Consumer Society* (Amsterdam 2009).

Burema, J., Schaik, T. Van & Woonink, B., 'Een Enquête naar de Samenstelling van de Middagmaaltijd ten Plattelande in Nederland', *Voeding* 11 (1950) 285-297.

Catenius-van der Meyden, J.M.J., *Nieuw Volledig Oost-Indisch Kookboek: Recepten voor de Volledige Indische Rijsttafel, Zuren, Gebakken, Vla's, Confituren, IJssoorten: Met een Kort Aanhangsel voor Holland* (Semarang 1902).

Certeau, M. de, *The Practice of Everyday Life* (Berkeley 1988).

Certeau, M. de, Giard, L., & Mayol, P., *The Practice of Everyday Life. Vol 2: Living and Cooking* (Minneapolis 1998).

Civitello, L., *Cuisine and Culture: A History of Food and People* (Hoboken, NJ 2004).

Cottaar, A., 'Een Oosterse Stad in het Westen. Etnisch-Culinaire Pioniers in Den Haag', *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis* 4 (2000) 261-280.

Cottaar, A. & Willems, W., *Indische Nederlanders: Een Onderzoek naar Beeldvorming* (Den Haag 1984).

Cwiertka, K. J., *The Making of Modern Culinary Tradition in Japan* (Leiden 1999).

Dam, Y. van & Hoog, C. de (red.), *Eten in de Jaren Negentig: Reflecties op Gemaksvoeding* (Wageningen 1994).

Davidson, A., *The Oxford Companion to Food* (Oxford 1999).

De Distributie van Levensmiddelen en de Huisvrouw, Nederlandse Stichting voor Statistiek (Den Haag 1957).

De Jonge Mevrouwen: Een Onderzoek naar de Generatieverschillen tussen Jonge en Oudere Huisvrouwen, Nederlands Centrum voor Marketing Analyses (Amsterdam 1968).

De Nederlandse Huisvrouw: Op Weg naar het Jaar 2000, Aselect (Amsterdam 1985).

De Onbekende Lezeres: Een Psychologische Benadering van de Damesbladlezeres, Nederlandse Stichting voor Statistiek (Haarlem 1966).

De Voeding van Kampeerders, Voorlichtingsbureau voor de Voeding in Samenwerking met de Commissie Gezinsvoorlichting en de Stichting Huishoudelijke Voorlichting ten Plattelande (Den Haag ca. 1963).

'Diepvriesmaaltijden' (auteur onbekend), *Bouw* 36 (1962) 1267.

'Distrifood Brengt Imago Gemaksvoeding in Beeld' (auteur onbekend), *Distrifood* 6 (1990) nr. 33, 4.

Douglas, M., 'Deciphering a Meal', in: M. Douglas (red.), *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology* (Londen 1999) 231-251.

'Eight Contributions to Social Food Studies in the Low Countries' (redactioneel stuk), *Appetite* 45 (2005) 1-3.

Esveldt, S. van, *De Volmaakte Hollandsche Keukenmeid: Onderwyzende Hoe Men…* etc. (Amsterdam 1746).

Frewer, L. & Trijp, H. van (red.), *Understanding Consumers of Food Products* (Cambridge 2007).

Furst, T., Connors, M., Bisogni, C.A., Sobal, J. & Falk, L.W., 'Food Choice: A Conceptual Model of the Process', *Appetite* 26 (1996) 247-296.

Gabaccia, D.R., *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans* (Cambridge, MA 1998).

Gardner, C. & Sheppard, J., *Consuming Passion: the Rise of Retail Culture* (Londen 1989).

Geissler, C. & Oddy, D.J. (red.), *Food, Diet and Economic Change Past and Present* (Leicester 1993).

'Gemaksvoeding Haalbare Kaart voor Kleinere Supermarkten' (auteur onbekend), *Distrifood* 6 (1990) nr. 39, 5.

'Gemaksvoeding Kampt met Imagoprobleem' (auteur onbekend), *Voedingsmiddelentechnologie* 23 (1990) nr. 22, 72-73.

Germov, J. & Williams, L. (red.), *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite* (Oxford 2000).

Gerritsen, H., 'Eten uit Overtuiging, een Biografische Schets van Martine Wittop Koning', *Tijdschrift voor Huishoudkunde* 10 (1989) 105-110.

Gerritsen, H. & Otterloo, A.H. van, 'Ouderen over Eten en Gezondheid', *Medische Antropologie* 4 (1992) 70-81.

Goody, J., *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology* (Cambridge 1982).

Gooszen, H., Hemelaar, N., Sibbles, P. & Verkoren, O., 'Migranten en Minderheden', in: W. Uitterhoeve (red.), *De Staat van Nederland: Nederland en zijnBbewoners. De Opmerkelijke Feiten en hun Samenhang* (Nijmegen 1990) 53-68.

Grigg, D., 'Income, Industrialization and Food Consumption', *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 85 (1994) 3-14.

Hamilton, S., 'The Economies and Conveniences of Modern-Day Living: Frozen Foods and Mass Marketing, 1945-1965', *The Business History Review* 77 (2003) 33-60.

Hartog, A.P. den (red.), *Food Technology, Science and Marketing: European Diet in the Twentieth Century* (1995 Edinburgh).

Hartog, A.P. den, 'Technologisch Vernuft en Eten Buitenshuis als Massaverschijnsel in de Negentiende en Twintigste Eeuw', in: M. Jacobs, & P. Scholliers (red.), *Buitenshuis Eten in de Lage Landen sinds 1800* (Brussels 2002) 29 - 56.

Heldke, L., *Exotic Appetites: Ruminations of a Food Adventurer* (New York 2003).

Hellendoorn, E.W., 'Een nieuw droog vlugkokend gebakken rijstprodukt', *Conserva* 16 (1967) 1-2.

Hentzepeter, V., 'Stoom Afblazen in de Magnetron', *Voedingsmiddelentechnologie* 40 (2007) nr. 9, 10-12.

Hilferink, J.D., *Bedrijvigheid in Olst: Opkomst en Ondergang van een Plattelandsnijverheid* (Olst 2003).

Hirose, A. & Pih, K. K., '"No Asians Working Here": Racialized Otherness and Authenticity in Gastronomical Orientalism', *Ethnic and Racial Studies* 34 (2011) 1-20.

Hobsbawm, E. J., 'Introduction: Inventing Traditions', in: E.J. Hobsbawm & T. Ranger (red.), *The Invention of Tradition* (Cambridge 1992) 1-14.

Hoff, J.J., *Mededeelingen Betreffende het Vergelijkend Onderzoek omtrent den Invloed van het Huishoudelijk Koken en van het Conserveeren in Blik, Volgens de Methode der Firma Tieleman en Dros op het Vitamine-gehalte van Groente* (Leiden 1931).

hooks, b., 'Eating the other: Desire and resistance', in: R. Scapp and B. Seitz (red.) *Eating Culture* (Albany 1998) 181-200.

Hoyinck, M.F.C., 'Koelvers Kant-en-Klaar Rijp voor A-merken', *Voedingsmiddelentechnologie* 40 (2007) nr. 9, 16-18.

Jager, J.L. de, *Arm en Rijk Kunnen bij Mij Inkopen Doen: De Geschiedenis van Albert Heijn en Koninklijke Ahold* (Baarn 1995).

Jaine, T., *Eten en Cultuur: Erasmusprijs 2003* (Amsterdam 2004).

Jansen, B.C.P., 'Het Conserveren van Voedingsmiddelen in het Licht van de Moderne Voedingsleer', *Conserva* 1 (1952) 83-84.

Januarius, J., 'Picturing the Everyday Life of Limburg Miners: Photographs as a Historical Source', *International Review of Social History* 53 (2008) 293 – 312.

Jobse-van Putten, J., *Eenvoudig maar Voedzaam: Cultuurgeschiedenis van de Dagelijkse Maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1996).

Jobse-van Putten, J., 'Onderscheid moet er Zijn. Culturele Heterogeniteit in de Nederlandse Voeding', *Volkskundig Bulletin* 21 (1995) 59-88.

Jones, G., *Renewing Unilever: Transformation and Tradition* (Oxford 2005).

'Jong en Oud Koopt Kant-en-Klare Maaltijden' (auteur onbekend), *Food Magazine* 44 (1988) nr. 12, 16 – 18.

Kant en Klaar! Industrieel Bereide Voorverpakte Maaltijden, Nederlandse Vereniging voor Voedingsleer en Levensmiddelentechnologie (Delft 2002).

Kiple, K.F., *A Moveable Feast: Ten Millennia of Food Globalization* (Cambridge 2007).

Kim, M. & Chung, A.Y., 'Consuming Orientalism: Images of Asian/American Women in Multicultural Advertising', *Qualitative Sociology* 28 (2005) 67 – 91.

Kistemaker, R. & Lakerveld, C. van (red.), *Brood, Aardappels en Patat: Eeuwen Eten in Amsterdam* (Amsterdam 1983).

Kloek, E.M., *Vrouw des Huizes: Een Cultuurgeschiedenis van de Hollandse Huisvrouw* (Amsterdam 2009).

Knecht, de-van Eekelen, A. & Otterloo, A. H. Van, 'Diffusion of Glass Preserved Food in the Dutch Food Pattern 1945-1995', in: M. Schärer, & A. Fenton (red)., *Food and Material Culture* (East Linton 1998) 229-247.

Knecht-van Eekelen, A. & Stasse-Wolthuis, M. (red.), *Voeding in onze Samenleving in Cultuurhistorisch Perspectief* (Alphen aan de Rijn 1987).

Knijn, G.C.M. & Verheijen, C.M.L.H., *Moederschap in een Vrouwenblad: Van Opoffering naar Zelf-ontplooiing* (Nijmegen 1982).

Kuijlen, A.A.A., *Psychologisch Marktonderzoek: Psychologie van de Marketing of Marketing van de Psychologie?* (Tilburg 1995).

Lévi-Strauss, C., 'The Culinary Triangle', in: C. Counihan & P. van Esterik (red.), *Food and Culture: A Reader* (New York 1997) 28-35.

Lien, M.E., *Marketing and Modernity: An Ethnography of Marketing Practice* (Oxford 1997).

Lieshout, J. van, *Het Kan Wel op al is het Lekker. Het Dagelijks Leven van Kleine man tot Jan Modaal Zichtbaar Gemaakt in 50 jaar Reclame* (1980 Bussum).

Lu, S. & Fine, G.A., 'The Presentation of Ethnic Authenticity: Chinese Food as a Social Accomplishment', *The Sociological Quarterly* 36 (1995) 535-553.

MacBeth, H. (red.), *Food Preferences and Taste: Continuity and Change* (Oxford 1997).

Marcé, T.B.J., *Het Verbruik van Aardappelen, Brood, Rijst, Peulvruchten en Eetdeegwaren Volgens een Voedingsonderzoek in Nederland bij 2000 Huishoudingen in 1967 t/m 1970* (Wageningen 1975).

Margriet Lezerskringonderzoek Dl. 1 Algemene Analyse van de Lezerskring, & Dl. 4 Voedings- en Genotmiddelen; Herenconfectie, Attwood Statistics. Afd. Nederland (Amsterdam 1962).

McIntosh, W.A. & Zey, M., 'Women as Gatekeepers of food Consumption. A Sociological Critique', *Food & Foodways* 3 (1989) 317-332.

Meer, M.A. van der, Lassche, J.B. & Pascha, C.N., *Diepvriesmaaltijden: Voedingswaarde en Organoleptische Kwaliteiten van Diepvriesmaaltijden en de Invloed van Enige Verwarmingsmethoden op deze Eigenschappen* (Wageningen 1968).

Miellet, R.J., *Honderd Jaar Grootwinkelbedrijf in Nederland* (Zwolle 1993).

Molen-Willebrands, M.E. van der, *De Verstandige Kok: De Rijke Keuken van de Gouden Eeuw* (Bussum 2006).

Montijn, I., *Aan Tafel! Vijftig Jaar Eten in Nederland* (Utrecht 1991).

Murcott, A., 'Talking of Good Food: An Emperical Study of Women's Conceptualizations', *Food & Foodways* 5 (1993) 305 – 318.

Murcott, A. (red.), *The Sociology of Food and Eating: Essays on the Sociological Significance of Food* (Aldershot 1983).

Nestle, M., et al., 'Behavioral and Social Influences on Food Choice', *Nutrition Reviews* 56 (1998) 50-64.

Nestle, M. & Ludwig, D.S., 'Front-of-Package Food Labels: Public Health or Propaganda?' *Journal of the American Medical Association* 303 (2010) 771-772.

Oldenziel, R. & Zachmann, K. (red.), *Cold War Kitchen: Americanization, Technology, And European Users* (Cambridge, MA 2009).

Otterloo, A. H. Van, *Eten en Eetlust in Nederland (1840-1990): Een Historisch-Sociologische Studie* (Amsterdam 1990).

Otterloo, A.H. van & Salzman, C., 'The Taste of the Netherlands and the Boundaries of the Nation State', *Mededelingsblad en Verzamelde Opstellen – Periodiek voor Voedingsgeschiedenis, Streekgastronomie en Toerisme* 13 (1995) 7-15.

Oum, Y.R., 'Authenticity and Representation: Cuisines and Identities in Korean-American Diaspora', *Postcolonial Studies* 8 (2005) 109-125.

Palmer, C., 'From Theory to Practice: Experiencing the Nation in Everyday Life', *Journal of Material Culture* 3 (1998) 175-199.

Pieke, F.N., 'De Chinese Gemeenschap in Verstarring', *Sociologische Gids* 5 (1984) 427-441.

Pikaar, R., *"Dàt is Gezonde Voeding. Iedere Dag uit Ieder Vak.": De Invloed van de Voedingsvoorlichting op de Reklame in Margriet in de Periode 1950-1975* (Rotterdam 1995, ongepubliceerde doctoraalscriptie).

Poster, M., 'The Question of Agency: Michel de Certeau and the History of Consumerism', *Diacritics* 22 (1992) 94-107.

Pott-Buter, H.A. & Tijdens, K.G. (red.), *Vrouwen: Leven en Werk in de Twintigste Eeuw* (Amsterdam 1998).

Reen, T. Van & Klooster, R. Ten, '25 Jaar Verpakken. Evolutie van een Onmisbaar Marketingtool', *Tijdschrift voor Marketing* 26 (1992) 58-64.

Régnier, F., 'Spicing Up the Imagination: Culinary Exoticism in France and Germany, 1930 – 1990', *Food & Foodways* 11 (2003) 189-214.

Righart, J.A., 'Op Zoek naar het Epicentrum van de Jaren Zestig', *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift* 20 (1994) 3-22.

Said, E., *Orientalism* (Oxford 1978; herdruk 2003).

Salzman, C., 'Margriet's Advies aan de Nederlandse Huisvrouw. Continuïteit en Verandering in de Culinaire Geschiedenis van Nederland 1945-1975', *Volkskundig Bulletin* 11 (1985) 1-27.

Sarasúa, C., Scholliers, P. & Van Molle, L. (red.), *Land, Shops and Kitchens: Technology and the Food Chain in Twentieth–century Europe* (Turnhout 2005).

Scholliers, P., 'From the "Crisis of Flanders" to Belgium's "Social Question": Nutritional Landmarks of Transition in Industrializing Europe (1840 – 1890)', *Food & Foodways* 2 (1992) 151-175.

Scholliers, P. (red.), *Food, Drink and Identity: Cooking, Eating and Drinking in Europe Since the Middle Ages* (Oxford 2001).

Schoor, H., *Er staat niet wat er Staat: Over Voedsel, Verpakking, Reclame* (Amsterdam 1984).

Schot, J.W. et al (red.), *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Volume III: Landbouw, Voeding* (Zutphen 1998-2003).

Schrover, M., 'Wie Zijn Wij? Vrouwen, Eten en Etniciteit', *Voeden en Opvoeden, Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 19 (1999) 115-144.

Schrover, M., Mestdag, I., Otterloo, A. H. Van & Zeegers, C., 'Lekker', in: I. Hoving, H. Dibbits & M. Schrover (red.), *Veranderingen van het alledaagse 1950-2000* (Den Haag 2005) 77-112.

Segers, Y., Bieleman, J. & Buyst, E. (red.), *Exploring the Food Chain: Food Production and Food Processing in Western Europe, 1850-1980* (Turnhout 2009).

Sens, A.P.G., *Van Zeep tot Soap: Continuïteit en Verandering in Geïllustreerde Vrouwentijdschriften* (Amsterdam 2004).

Seth, A. & Randall, G., *The Grocers: The Rise and Rise of the Supermarket Chains* (Londen 1999).

Sluijter, B., *Kijken is grijpen: Zelfbedieningswinkels, Technische Dynamiek en Boodschappen Doen in Nederland na 1945* (Eindhoven 2007, ongepubliceerd proefschrift).

Sobal, J., Kettel Khan, L. & Bisogni, C., 'A Conceptual Model of the Food and Nutrition System', *Social Science and Medicine* 47 (1998) 853-863.

Stockman, L., 'Conimex en het Succes van een Kwart Eeuw Consistent Merkenbeleid', *Nieuwstribune: Vakblad voor Kommerciële Kommunikatie* 10 (1993) 36-41.

Strauss, S., 'The Linguistic Aestheticization of Food: A Cross-cultural Look at Food Commercials in Japan, Korea, and the United States', *Journal of Pragmatics* 37 (2005) 1427-1455.

Thompson, P., *The Voice of the Past: Oral History* (Oxford 1978; herdruk 2000).

Verduin, L., *Voor uw Gemak?: Een Onderzoek naar het Gebruik van Gemaksvoeding* (Wageningen 1990, ongepubliceerde doctoraalscriptie).

Vlodrop, J. van, 'De Kumpulan. Rijst, Weemoed en Zoeken naar Identiteit', *Mensen* (1985) 62-67.

Vuyk, B., 'De Invloed van ons Koloniaal Verleden op ons Hedendaagse Eetpatroon', *Nederlands Tijdschrift voor Diëtisten* 36 (1981) 178-181.

Wannée, C.J., *Kookboek van de Amsterdamse Huishoudschool* (Amsterdam 1910).

Wat Eet Nederland: Resultaten van de Voedselconsumptiepeiling 1987-1988, Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur (Rijswijk 1988).

Wilson, T.M. (red.), *Food, Drink and Identity in Europe: European Studies 22* (Amsterdam/New York 2006).