



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Kropsla en savooiekool: de supermarkt als verklikker van veranderingen in een maatschappij

Mathijssen, M.

Publication date
2008

Published in
Folia

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Mathijssen, M. (2008). Kropsla en savooiekool: de supermarkt als verklikker van veranderingen in een maatschappij. *Folia*, 62(1), 18-19.
http://www.folia.nl/archief/jaargang_62/Folia01_62.pdf

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

DOOR MARITA MATHIJSEN

Kropsla en savoieekool

De supermarkt als verklikker van veranderingen in de maatschappij

Het zal je maar overkomen. Ik word teruggezet naar het jaar 1968, maar ik behoud mijn kennis van 2008. Ik moet afstand doen van mobiele telefoon, van de cholesterolverlager, van internet, van de hoogrendementsketel, van de hybride Toyota, en ik ben terug in de maatschappij van mijn moeder.

Ik ben twintig en ik ga naar de supermarkt. Supermarkt?

Toen ik in Amsterdam ging studeren, eind jaren zestig, was er maar één supermarkt: Galeries Modernes, in de Reguliersbreestraat. Albert Heijn was nog een buurtwinkel. Een medestudente wees me op Galeries Modernes: als je tot vijf uur college hebt, kun je daar nog gauw alle boodschappen doen. Ze hebben er zelfs vlees, zei ze.

Ik ga boodschappen doen voor het avondeten. Ik heb niet veel in huis, dus op mijn lijstje staan aardappelschijfjes, rucola, olijfolie, toiletpapier, koffiepads, tandpasta whitener, en dat soort zaken. Bij de groenteafdeling, geen zelfbediening, is maar één soort sla te krijgen: kropsla. Niet gewassen, niet voorverpakt; gewoon een reusachtige krop gifgroene sla, waarin ik nog slakken vermoed en zand. Hij is duur, zegt de groenteboer, want de sla is uit de kas. Hij heeft ook zuurkool uit het vat, prei, selderijkool en vele soorten kolen: savoieekool, witte kool, groene kool, spitskool, rode kool, boerenkool. Ik koop een krop sla en een savoieekool, al weet ik niet hoe ik savoieekool moet klaarmaken. Kant-en-klare aardappels zijn er niet, de groenteboer lacht een beetje scheef als ik ernaar vraag. 'Ik kan wel wat grote aardappels voor u uitzoeken als u niet van schillen houdt', zegt hij. Ik koop een kilo bintjes die al een beetje beginnen uit te lopen. Dan loop ik naar de slagerij. Er hangt een doorsneden varken aan de haak. Als ik een ons ham vraag, wordt een ham ter plekke voor me op de snijmachine vastgezet. De slager vraagt hoe dun ik de plakken wil hebben. Met de hand draait hij het snijwiel aan, vangt de schijven met zijn andere hand op en legt ze op een kartonnetje. Vervolgens bestel ik een karbonade. De slager pakt een hakmes en een hele rib van een haak, en slaat er een dikke plak af. Dan zoek ik naar olijfolie, balsamicoazijn en roomboter. Ik vind een vak vol Blue Band, maar slechts enkele pakjes roomboter. Olijfolie is er niet, alleen Calvé-slaolie, en er is maar één soort azijn: blanke keukenazijn. Ik zoek koffiepads, maar die vind ik niet. Toiletpapier: het is per rol te koop of in een verpakking van vier, beide soorten zijn hard en grauw. Tandpasta: ik kan kiezen tussen Prodent en Colgate, zonder whitener, extra fluor en extra mint. Wel staat de poeder voor kunstgebitten duidelijk zichtbaar voor het pakken. Als ik wil afrekenen, trek ik mijn giropas. Nee, die kennen ze niet. Ik moet betalen met guldens, kwartjes en centen.

Een supermarkt is de maatschappij in het klein. Wat er aan veranderingen, tendensen en ontwikkelingen zijn, is daar omgevormd in concrete voorwerpen, in opstellingen, in verborgen boodschappen. Of het nu gaat om grote veranderingen, zoals ontwikkelingen in de sociologische verhoudingen, of kleine, zoals de uitvinding van de wegwerpgasaanstecker, het is voor een socioloog de beste plek om de maatschappij te overdenken. Want het gaat om meer dan de grofheid van toiletpapier of het aanbod van olijfolie. Juist het aanbod van diversiteiten, van internationale producten en van luxe, maken het verschil uit tussen 1968 en 2008. De soorten maandverband zeggen iets over de beleving van het vrouwzijn, de beschikbaarheid van condooms

iets over de acceptatie van seksualiteit. Zoals Norbert Elias aan de hand van het gebruik van een zakdoek of een vork de beschavingsmonitor op een maatschappij kon leggen, zo kan de supermarkt dienen als een graadmeter van de normen en waarden van een maatschappij, en dus ook van de veranderingen daarin.

Ik zal een aantal opmerkelijke verschillen laten zien door met een karretje door de supermarkt van nu te lopen en die te vergelijken met Galeries Modernes van 1968. Het begint er al mee dat er toen geen karretjes waren, alleen ijzeren mandjes. De hoeveelheid die men kocht, was bescheiden en paste in een mandje. Het was niet bon ton om te laten zien dat je ongeremd kon kopen wat je wilde. De kwaliteit van de producten was belangrijker dan de kwantiteit. Dat manifesteerde zich in bewust koopgedrag. Ook had men meer tijd. Slager, groenteboer, bakker en melkboer werden dagelijks bezocht.

Laten we de supermarkt eens relateren aan de vrouwenemancipatie. Wat is er in de positie van de vrouw veranderd? Een van de allergrootste doorbraken van de emancipatie was de pil, die Organon vanaf 1962 op de markt bracht. De geboorteregulering maakte meer dan welk geschrift ook de onafhankelijkheid van de vrouw mogelijk. Suffragettes als Emmeline Pankhurst, feministes als Mary Wollstonecraft, Wilhelmina Drucker en Aletta Jacobs hebben niet zo veel invloed gehad als Organon met zijn Lyndiol, een eerste versie van de pil met een overdosis hormonen die elke A-cup veranderde in een dubbele C. Pas toen de pil was ingevoerd, kon de vrouw werkelijk onafhankelijk van de man worden, kon ze gaan werken en studeren. Het succes van Dolle Mina, van Anja Meulenbelt en Joke Smit is direct te relateren aan Lyndiol. De oprichting van crèches, kinderdagverblijven, overblijfmoeders op school en naschoolse opvang liep parallel aan de invoering van de pil in de maatschappij. Baas in eigen buik: het werd gerelateerd aan het recht op abortus, maar eigenlijk was die voor domme meiden, die nog niet geëmancipeerd genoeg waren voor de pil. De vrouw in de marge van de maatschappij, slechts op de wereld om kinderen te baren en op te voeden, en dienstbaar te zijn aan de man, werd een karikatuur, al duurde het vele jaren voor zij verweerde en hier en daar bestaat zij nog.

Hoe zien we de emancipatie terug in de supermarkt?

De verruiming van de openingstijden is erop terug te voeren. Weliswaar werd pas in 1995 een wet aangenomen die de avondopenstelling mogelijk maakte, maar die heeft wel degelijk met de emancipatie te maken. Ik herinner me zelf nog maar al te goed het gejaagd om vóór zes uur de boodschappen in huis te hebben. Nu kan de

Het toegenomen kennisniveau van de maatschappij weerspiegelt zich op de etiketten. De consument wil weten en krijgt te weten wat hij koopt

vrouw rustig doorwerken tot ze klaar is en daarna de boodschappen gaan doen. Dit is niet het enige wat laat zien dat de werkende vrouw de maatstaf is geworden in de supermarkt. De supermarkt speelt ook in op de behoefte van vrouwen om korter in de keuken te staan. Dat blijkt uit de tientallen kant-en-klare producten. Wie zelf nog zijn sla wast, is hopeloos ouderwets. Het kruiden van vlees is al gedaan en veel groenten zijn voorgesneden. Mijn moeder had nog twee uur nodig om een warme maaltijd te bereiden; nu is dat geslonken tot twintig minuten.

De werkende vrouw heeft ook minder tijd voor andere huishoudelijke klussen. Dolle Mina heeft de uitvinding van gemakproducten voor het schoonmaken bevorderd. Wie had er in 1968 ooit van glassex gehoord of van speciale sticks voor het verwij-

deren van kauwgom en stickers; wie had er een afwasmachine met drie-in-één was-tabletten?

Is de seksuele revolutie ook zichtbaar in de supermarkt? Wis en waarachtig. De generatie van 1968 maakte seks bespreekbaar, pleitte voor vrije abortus en haalde seks uit de taboesfeer. Het is zichtbaar aan wat er vrij aanschafbaar is bij Albert Heijn. Als je vroeger wegwerpverband haalde, fluisterde je je boodschap aan de drogist, die het vervolgens verpakte in bruin papier. Zie nu eens hoe vrolijk de tampons en de pakken Libresse en Always erbij liggen! Geen meisje dat een pakje tampons besmuikt wegstopt onder andere boodschappen. Hetzelfde geldt voor condooms; ze liggen duidelijk zichtbaar bij de kassa of de klantenservice.

Een volgende grote verandering is de multiculturele samenleving. Ook die is doorgedrongen in de supermarkt. De Indische artikelen van Conimex werden een tiental jaren geleden uitgebreid met producten uit vele landen. De komst van Turken en Marokkanen luidde de internationalisering van gerechten in. Niet alleen couscous, feta en dikke yoghurt kwamen erbij, ook olijfolie, aubergines, ingelegde grote kappertjes, gevulde olijven, curry, inktvis, kokosmelk. In de supermarkt staan Mohammed en Boeddha vreedzaam naast elkaar. Wellicht een geruststellende gedachte: als de integratie in de winkel zo gemakkelijk gaat, zal het in de maatschappij ook wel meevallen – op den duur.

Als ik terugga naar 1968 is de buitenlander afwezig. De eerste Turken moeten nog komen, de Surinaamse uittocht heeft nog niet plaatsgevonden. Er zijn in Limburg bij de mijnen en in IJmuiden bij de hoogovens wel gastarbeiders uit Spanje en Italië, maar hun aantal is te gering om invloed uit te oefenen: ze staan buiten de maatschappij. Ze nemen hun eigen voedsel mee of zetten kleine winkeltjes op. De Molukkers die in de vroege jaren vijftig naar Nederland kwamen, werden bewust buiten de samenleving gehouden en in voormalige oorlogsgebouwen ondergebracht. Indische mensen hadden wel eerder enige kleur in de samenleving gebracht; in steden als Den Haag met de vele oud-Indiëgangsters waren er speciale winkels voor Indisch eten. Toen de Surinamers rond 1975 naar Nederland kwamen, gebeurde hetzelfde als met de gastarbeiders en de Molukkers, zij het dat zij veel sneller integreerden in de maatschappij. Maar toch bleven ook Surinamers eigen winkels houden waar je kousenband kon kopen. Van een substantiële groep buitenlanders met invloed was rond 1968 geen sprake.

De jaren zeventig werden het ik-tijdperk genoemd. Waren de late jaren zestig nog fel op de buitenwereld gericht, dat veranderde na enige jaren. Ik herinner me hoe ongehoorlijk oordelend wij waren als studenten. Je was rechts dus fout, je las De Telegraaf en was verdacht, je reed in een andere auto dan een deux chevaux en je was kapitalist, je droeg een pak en je werd uitgesloten. Genuanceerde posities werden niet op prijs gesteld. We waren verbeterde moralisten. Dat veranderde na een jaar of tien. Vrijheid blijheid werd het parool, en dat was dan wel een erfenis van de jaren zestig, maar het daarbij horende idealisme en de strijdvareidigheid verdwenen. Het werkwoord 'cocoonen' werd uitgevonden. Deze egocentrische instelling is nog ruimschoots voorhanden in de huidige maatschappij. Steeds meer dertigers kiezen voor 'lekker single'. In het weekend gezellig optrekken met vrienden, met grote gezelschappen feest vieren, eventueel een *one night stand*, en door de week op jezelf zijn, zonder verantwoordelijkheden behalve heel overzichtelijke op je werk. Je consumeert en je cocooont. De supermarkt speelt op dit leefpatroon in. Bij Albert Heijn kun je steeds meer kleine hoeveelheden kopen. Eenpersoonsporties groente of sla, een klein zakje aardappelen, een biefstuk, een stukje zalm, een bakje kant-en-klaar fruit, een klein dessert, vijftig gram vleesbeleg. Het is niet alleen voor studenten dat de porties verkleind zijn, ook yups die wel kwaliteit maar geen kwantiteit zoeken, worden ermee geholpen. Daarnaast zijn er voor de weekendfeesten de huistapbiervaten uitgevonden, de trays met blikken bier, de tweeliterflessen cola, de grote flessen met mixdrank.

Illustratie: Joke de Wolf



In de jaren negentig kwam de milieubeweging sterk op gang. Die was er ook al in de jaren van Dolle Mina en de paarse overall en de geitenwollen sok. Wie herinnert zich niet de baarddragende artistieke kleding uit de jaren zestig, rijdend in een lelijke eend, met een zelfgedraaide hasjsigaret tussen zijn lippen, kauwend op macrobiotische boekweit, tofu en rijstkoeken, gerstekoffie en zeewierstroop drinkend en brandnetelsoep slurpend, afkerig van deodorant en shampoo, en dus stinkend en met dof plukkerig haar op zijn vroeg kalende kop? Meestal was dat een leraar. Wat is er van hem geworden? Hij is nu de milieubewuste jonge ouder, die boerderijtjes voor de kinderen koopt, en ecogroente en biologisch brood. Was je vroeger lid van een sekste en aangewezen op speciale macrobiotische winkels als je milieubewust was, nu is dat gewoon geworden.

Het toegenomen kennisniveau van de maatschappij weerspiegelt zich op de etiketten. De consument wil weten en krijgt te weten wat hij koopt. De voedselindustrie staat onder voortdurende controle en is verplicht om de samenstelling van producten openbaar te maken. De consument kan allergievrije artikelen kopen, hij kan kleurstoffen vermijden, calorieën bijhouden. Hij is geen onmondige meer, die wordt bediend door een specialist. Het is ondenkbaar dat de gemiddelde huisvrouw van 1968 met haar lagere-schoolopleiding gevolgd door twee jaar huishoudschool de etiketten überhaupt kon ontcijferen, laat staan de betekenis ervan kon decoderen. Eén grote verandering ben ik op mijn tocht door de supermarkt niet tegengekomen: dat is de teloorgang van God. Er waren geen kerkboeken of devotiekaarsen in Galerries Modernes te koop, en die zijn er evenmin in de mega-Albert Heijn met ondergrondse parkeergarage. God was niet in de supermarkt, en is er niet. Maar nu ik daarover doordenk, klopt dat niet. Wat wordt er namelijk met in onbruik geraakte kerken gedaan? Juist, ze worden omgebouwd tot supermarkten. En wat doet de huidige goegemeente op de dag des Heeren, de dag dat zij vroeger naar de kerk ging? Inderdaad, ze bezoekt de supermarkt. Want die is net als toentertijd de kerk de héle dag open.

