

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/195363>

Please be advised that this information was generated on 2020-01-01 and may be subject to change.

1932

De oprichting van Conimex

De Nederlander is een culinaire wereldreiziger geworden.

De firma Conimex speelde daarin een voortrekkersrol door de witte huisvrouw te laten zien hoe de rijkdommen uit de Indonesische keuken te gebruiken.

Pasta heeft in ons land de aardappel vervangen, in de kleinste gemeenten is een Thais restaurantje te vinden en de wereldgerechten zijn niet aan te slepen. Aan het begin van de twintigste eeuw was dat wel anders. De gemiddelde Nederlander at zo'n 130 kilo aardappelen per jaar en verwerkte die veelal in kleurloze stampotten. Het cliché wilde dan ook lange tijd dat de Nederlander een conservatieveling in de keuken is. Dat is echter niet meer vol te houden, gezien de huidige populariteit van 'buitenlands' voedsel in de Nederlandse eetcultuur. Hoe was deze indrukwekkende ommezwaai mogelijk?

De eerste Indische maaltijden

Het koloniale tijdperk had aan het begin van de twintigste eeuw natuurlijk wel enig effect gehad op de Nederlandse eetgewoonten. Er drongen na 1900 echter Indische invloeden door die verder reikten dan de aangevoerde kruidnagels en nootmuskaat. Zelfs burgers die nooit in Nederlands-Indië waren geweest kwamen tussen 1900 en 1940 weleens in aanraking met heuse 'oosterse' maaltijden. Zo werden er in deze periode acht Indische kookboeken uitgegeven, vaak expliciet 'bewerkt voor Holland'. Zelfs het sobere tijdschrift voor de huishoudschoon In en om de woning kwam eind negentiende eeuw al met rijsttafelrecepten. In

1919 gaf het bovendien een nasi-gorengrecept waarin met een zekere vanzelfsprekendheid ingrediënten als ketoembar, djinten, laos, sereh en trassi werden genoemd. Blijkbaar waren die kort na de Eerste Wereldoorlog hier al verkrijgbaar.

Sommige gemeenschappen in Nederland aten in deze tijd regelmatig Indische maaltijden. Behoorlijk wat mensen met een verleden als (ex-)militair of als burger in Nederlands-Indië vestigden zich in de grote steden, vooral in Den Haag; in 1930 woonden daar 12.000 mensen die waren geboren in de Nederlands-Indische archipel. Vaak gingen zij na hun (terug)komst onverstoord verder met het koken en eten van Indische gerechten. In sommige steden kon men in het interbellum meerdere toko's en Indische restaurants vinden. Zij waren de wegbereiders van de internationale keuken.

Ook het echtpaar Wim en Elisabeth Millenaar verhuisde in deze periode van Nederlands-Indië naar Nederland. Zij speelden een belangrijke rol in het succes van Conimex. Elisabeth was geboren op Java en ontmoette daar Wim Millenaar. Hij was in Nederlands-Indië in dienst geweest van het Koninklijk Nederlandsch-

Mams, eten we vanavond Bahmi in de stad?

Neen kind, want ik heb ontdekt, dat het thuis lekkerder en veel goedkoper is. Met 2 hele blikken **Conimex Bahmi**, een pak **Conimex Kroepoek Oedang Baroe** en een flesje **Conimex Ketjap Benteng** maak ik voor ons vieren de lekkerste Bahmi-Special voor anderhalve gulden per persoon! En dat alles nog binnen een kwartier!

90 ct 2.10

1.-

Let vooral op dit merk!

CONIMEX
BAARN
Alles voor de rijsttafel
Vraagt steeds CONIMEX producten

Conimex maakt Nederlanders bekend met de oosterse keuken, advertentie uit *Margriet*, 1955.

Indisch Leger en had zich vervolgens opgewerkt binnen de Koninklijke Paketaanvaart-Maatschappij. Toen het gezin in 1932 naar Baarn emigreerde, zette Millenaar een handeltje op in Indische maaltijden. De naam van dit bedrijfje was Slammat ('geluk'). Wim Millenaar zette zijn Indische contacten in voor het importeren van goederen, terwijl zijn vrouw Elisabeth op basis van haar familierecepten meehielp met het bereiden van de maaltijden.

In het jaar 1932 ontstond in Baarn tevens het bedrijf Conimex. De Conserven Import Export-maatschappij, opgericht door notariszoon Tonnie Schouten en zijn vriend Fons Sterneberg, haalde mediterrane producten als ansjovis en olijfolie naar Nederland. Maar de twee oprichters wilden zich toespitsen op Indische waar, en zochten al snel het echtpaar Millenaar op. Het viertal besloot samen te werken.

Het bedrijfje transformeerde radicaal door zich volledig toe te leggen op het fabriceren van Indische producten; de groei was mogelijk door de Indische connecties en recepten van Wim en Elisabeth Millenaar. Sambals en kroepoek, en al snel ook nasi en bami in blik, werden in de achtertuin van Schoutens vader geproduceerd. Wim Millenaar kreeg de dagelijkse leiding over het bedrijf en bleef tot zijn dood vertegenwoordiger van Conimex.

Voor en tijdens de Tweede Wereldoorlog bleef Conimex een bescheiden onderneming. In de jaren dertig organiseerde de firma cursussen en drukte het foldertjes om de consument te bereiken. Vanaf 1940 werd de import vanuit Nederlands-Indië ernstig gehinderd. Firma's als Conimex verlegden de productie: om het personeel te behouden maakte men in Baarn juspoeder en bouillonblokjes, en werd er boter ingeblikt voor de Duitse bezetter.

Na de Tweede Wereldoorlog

In de decennia na de oorlog veranderde Nederland razendsnel en Indisch eten werd steeds populairder. Technologische innovaties maakten transporttijden korter en internationale communicatie eenvoudiger. Ook voedseltechnologische vooruitgang speelde een rol: inblikken werd steeds efficiënter en goedkoper en vriesdrogen en invriezen kwamen daar als relatief nieuwe technieken bij. Producten konden steeds makkelijker lange afstanden afleggen. De zogenaamde consumptiemaatschappij hield in dat er in supermarkten een keur aan buitenlandse producten verscheen, vaak expliciet gepresenteerd als Amerikaans, Zweeds of Indonesisch.

Reizen werd steeds goedkoper en sneller. Europeanen konden vaker een reisje maken – hoewel Indonesië, dat na een heftige oorlog in 1949 onafhankelijk werd, voor velen nog wel ver was. Meer impact had de migratie vanuit Indonesië naar Nederland. Er kwamen eind jaren veertig veel militairen, en later Indische mensen (terug) uit Indonesië. Deze groep van enkele honderdduizenden men-

sen was veelal gewend Indisch te eten en bracht zijn voedselgewoonten mee naar Nederland.

Een andere oorzaak voor de stijgende populariteit van Indisch eten in Nederland was de sterk toegenomen welvaart. Nederlanders gingen vaker buitenshuis eten. Vooral Chinese immigranten startten in deze jaren massaal restaurants, waar een combinatie van Chinese, Indische en Nederlandse cuisine werd opgediend. Later, in de jaren zestig, waren babyboomers tevens bepalend: in grote steden koos een avontuurlijke groep studenten voor het (Chinees-)Indische restaurant. Daar kregen zij immers grote porties voor weinig geld – en het was weer eens wat anders dan aardappelen. Omdat eenpersoonshuishoudens steeds vaker voorkwamen, en vrouwen zich meer op de arbeidsmarkt begaven, nam de behoefte aan gemakvoeding in de jaren zestig verder snel toe.

Nederland was in de jaren vijftig en zestig klaar voor Conimex. Het bedrijf bleek ideaal gepositioneerd om van bovengenoemde trends te profiteren. Ook vóór de Tweede Wereldoorlog werden al potentiële klanten gezocht in groepen zonder verleden in Nederlands-Indië. Het bedrijf uit Baarn bood hulp bij het koken van Indische gerechten en paste bovendien de smaak van de producten aan: het moest niet té pittig zijn. Ook andere bedrijven zoals Go-Tan (1954) en Inproba (1956) zagen het gat in de markt, maar Conimex had een aanzienlijke organisatorische en financiële voorsprong.

Dé marketingstrategie van Conimex was de focus op de witte Nederlandse middenklasse. Er waren in de eerste decennia nog velen te overtuigen: ‘zij, die tot nu toe uitsluitend de rijst hebben gegeten met boter en suiker’, aldus een informatieboekje uit 1949. Opnieuw werden demonstraties georganiseerd en werd het merk uitgebreid gepromoot in de grootste kranten en tijdschriften van Nederland. De advertenties richtten zich op burgerlijke scenario’s: wat als u onverwacht bezoek heeft, of u nog iets nodig heeft voor de picknick? Conimex hield de voorzichtige Nederlandse consument voor: ‘verandering van spijs doet eten’. Terwijl de Nederlandse overheid Indische repatrianten in pensions aardappelen opdrong – veel gezonder dan rijst, zo was de gedachte – werden autochtone aardappeleters juist klaargestoomd voor de Indische keuken.

Het populariseren van de Indische keuken

Hét medium voor het uitzetten van nieuwe kooktrends, de bemiddelaar tussen ‘Oost’ en ‘West’, was het damestijdschrift. *Margriet* en *Libelle* werden in de naoorlogse decennia massaal gelezen. Deze bladen vormden een uitstekend podium voor het populariseren van Indische gerechten en producten, zowel voor redactie als voor adverteerders. Hardnekkige vooroordelen onder witte Nederlanders over Aziatische eetgewoonten werden de wereld uit geholpen: ‘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.’ Voor de zekerheid had *Libelle* het nagevraagd bij een Chinese kok. Het onbekende werd wel als vreemd omschreven, maar lezers hoefden niet bang te zijn. Het moest spannend blijven, maar ook weer niet té: de Indische keuken bood een ‘ongevaarlijk avontuur’, zoals een redactrice het typeerde.

Omdat sommige Nederlanders wel erg gehecht waren aan aardappels, vlees en groente moest de Indische keuken herkenbaarder worden gemaakt. Chinees-Indische restaurants boden nasi en bami aan die minder ‘vreemd’ was door de toegevoegde doperwtjes en plakjes ham, en ook bamibal en nasischijf waren het product van deze culinaire ontmoeting. Conimex verleide de Nederlandse huisvrouw tot hybride innovaties: waarom geen nasikruiden door de stampot, of ketjap door de jus? Het was niets minder dan *fusion cooking*. Een kookboek uit 1959 met daarin recepten voor zowel de Indische als de Hollandse rijsttafel gaf op typische wijze een aantal surrogaten op, die ‘ons prettig bekend in de oren klinken’. Het is wel de vraag hoe smakelijk het uiteindelijke gerecht werd als men alle aanpassingen doorvoerde: zo mocht kokosmelk ook koemelk zijn, konden Spaanse pepers worden benaderd met tomatenpuree, en liet gember zich vervangen door mosterd. Ook andere kookboeken en tijdschriften hanteerden een losse aanpak, en bedachten bijvoorbeeld ‘Italiaanse nasi goreng’ en babi pangang met cognac. Deze ontspannen houding zorgde dat de Nederlandse definitie van ‘Indisch eten’ zo ver opgerekt werd dat bijna iedereen het lustte en iedereen het kon klaarmaken.

Aan het einde van de jaren zestig had de Nederlandse keuken voor velen afgedaan, omdat zij het moeilijk vonden er iets interessants mee op tafel te zetten. In een enquête (1968) gaven veel vrouwen aan dat ze het leuk vonden om te experimenteren in de keuken. Bovendien was het merendeel van hen geïnteresseerd in nieuwe producten en gebruikte maar liefst 69 procent weleens sambal bij het koken. Conimex voelde in deze periode de tijdgeest feilloos aan: Indisch koken bleek geen kortstondige hype. Producten hoefden daarom niet meer te worden geïntegreerd in de Nederlandse keuken – nasikruiden in de stampot waren verleden tijd. Sterker nog, het bedrijf uit Baarn maakte in 1970 de Nederlandse keuken zelfs voorzichtig belachelijk: ‘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.’ De firma werd in 1972 overgenomen door multinational Reckitt & Colman en uiteindelijk in 2000 geïncorporeerd door Unilever, terwijl intussen het assortiment flink uitbreidde. Conimex leverde daardoor steeds minder enkel voor de Indische keuken en steeds meer voor een minder nauw gedefinieerde ‘oosterse’ cuisine.

De popularisering van Indisch eten, en de cruciale rol van de Baarnse fabrikant Conimex daarin, hebben de gastronomische grenzen van ons land in rela-

tief korte tijd enorm opgerekt. Het is overigens de vraag of het succes van het merk exemplarisch is voor een breder gedragen interesse in Indonesië. De kennismaking met deze (eet)cultuur was in de decennia na de oprichting van Conimex betrekkelijk oppervlakkig. Voor velen vormde het een uitstapje – meer niet. Kookboeken stelden de Nederlandse huisvrouw gerust. Geen zorgen, zo suste een auteur, ‘kennis van de Indische keuken is voorlopig niet nodig’. Een andere schrijver stelde het nog iets explicieter: ‘Honderd recepten uit het Verre Oosten hebben natuurlijk iets met de menselijke geschiedenis te maken. Hier fungeren ze alleen maar als exotische afwisseling.’ Zelfs binnen Conimex bleef Indonesië vaak op afstand. Zo stelde mede-oprichter Fons Sterneberg bij zijn pensioen in 1972 opgewekt dat hij misschien voor het eerst van zijn leven naar de archipel zou gaan: ‘Kijken hoe het daar smaakt.’

Kennis van buitenlandse (eet)culturen staat tegenwoordig gelijk aan cultureel kapitaal. Maar in de decennia na de oprichting van Conimex leek verregaande interesse in Nederlands-Indië, en later Indonesië, onder de meeste Nederlandse consumenten afwezig. De vermeende authenticiteit van ‘oosterse’ gerechten – tegenwoordig een obsessie voor culinaire kosmopolieten – was oninteressant. Liever namen bedrijven en consumenten de vrijheid om creatief met de basiselementen van de Indische keuken om te gaan.

Zo drong de buitenwereld na de oprichting van Conimex in toenemende mate de Nederlandse eetcultuur binnen, maar werden wel voorwaarden gesteld: nieuwe belevenissen gráág, maar het moest wel een ongevaarlijk avontuur blijven.

Jon Verriet

Verder lezen

- A. Cottaar, ‘Een oosterse stad in het westen. Etnisch-culinaire pioniers in Den Haag’, *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis* 26:4 (2000) 261-280.
- L.M. Heldke, *Exotic Appetites: Ruminations of a Food Adventurer* (New York 2003).
- A.H. van Otterloo, ‘Chinese and Indonesian restaurants and the taste for exotic foods in the Netherlands: A global-local trend’, in: K.J. Cwiertka en B. Walraven (red.), *Asian Food: The Global and the Local* (Honolulu 2001) 153-166.
- M. Schrover e.a., ‘Lekker. Waarom knoflook niet meer vies is’, in: I. Hoving, H. Dibbits en M. Schrover (red.), *Cultuur en migratie in Nederland. Veranderingen van het alledaagse 1950-2000* (Den Haag 2005) 77-112.
- J. Verriet, “‘Een Ongevaarlijk Avontuur”. Beeldvorming omtrent buitenlandse eetculturen in Nederland, 1950-1970’, *Volkskunde* 116:2 (2015) 177-192.

Zie ook

1830, 1962/11, 1988