
REGIONALE IDENTITEIT UIT DE FRITUUR

FRITUUR SNACKS EN REGIONALE
IDENTITEITEN IN NEDERLAND SINDS HET
EINDE VAN DE NEGENTIENDE EEUW

Bachelorscriptie

Tobias Jan Jasper van Slooten

S4036212

Opleiding Geschiedenis

Faculteit der Letteren

Radboud Universiteit

15 augustus 2016

Begeleider:

Prof. dr. Jan Hein Furnée

Inhoud

Inleiding.....	3
1. Patates Frites, Friet en Patat	6
2. Frituursnacks en smaakvoorkeuren ter identificatie van jezelf en de ander	12
3. De eierbal als immaterieel erfgoed	16
4. Conclusie	20
Bibliografie	Error! Bookmark not defined.

Inleiding

In maart van dit jaar stapte Peter Jan Margry, hoogleraar Etnologie, uit de toetsingscommissie voor Immaterieel erfgoed. Het Brabantse worstenbroodje was voor Margry de druppel. Volgens Margry was 'de toewijzing soms emotioneel, de lijst zelf is commercieel en het huidige systeem werkt geschiedvervalsing in de hand'. Vooral de inhoudelijke redenen voor toekenning waren voor Margry een struikelblok: 'Soms werd iets als erfgoed erkend om emotionele of persoonlijke redenen. Met argumenten in de trant van: de mensen hebben zo hun best gedaan met dat worstenbroodje, ze vinden het allemaal zo mooi en zo prachtig. Vooruit dan maar.'¹ Alles waar men zijn best voor doet is volgens Margry met de huidige gang van zaken potentieel erfgoed. Zo bezitten bijvoorbeeld kermiskoek uit Tiel, Moutwijn stoken in Schiedam en Wecken in Roden al het predicaat immaterieel erfgoed. Ook items uit het snackbar assortiment komen mogelijk op de lijst van immaterieel erfgoed. Er zijn bijvoorbeeld pogingen ondernomen om de Groningse eierbal op de erfgoedlijst te krijgen, omdat deze eierbal volgens pleitbezorger Henk Scholten 'onderdeel is van het Groningse DNA'.²

De Nederlandse eetcultuur in het algemeen en specifiek als een vorm van immaterieel erfgoed zijn onderbelichte thema's in de Nederlandse wetenschappelijke historische literatuur. De voornaamste bijdrage op dit gebied in de Nederlandse historische literatuur is het boek *Eenvoudig maar voedzaam* van Jozien Jobse-van Putten uit 1995. Internationaal gezien is de historische aandacht voor eetcultuur in het algemeen en specifiek als onderdeel van het immateriële erfgoed vele malen groter, getuige het bestaan van het rond dit thema georganiseerde tijdschrift *Food & History* en het in 2012 gepubliceerde handboek *The Oxford Handbook of Food History*.

De specifieke literatuur over de Nederlandse snackcultuur beperkt zich tot de werken van twee auteurs: Anneke Otterloo en Adri Albert de la Bruhèze.³ Otterloo en Bruhèze, respectievelijk sociologe en historicus, proberen de veranderende eetgewoonten van Nederland in de twintigste eeuw te beschrijven. Een eeuw waarin volgens beide auteurs veel verandert; voedsel komt er in overvloed, maaltijden en de momenten waarop ze genuttigd worden verschuiven. Ook de opkomst van nieuwe wijdverspreide fenomenen, zoals buitenshuis eten en fastfood, spelen een rol. Jobse-van Putten beschrijft de veranderende eetgewoonten in haar eerdergenoemde werk ook. Volgens Otterloo en Bruhèze was de opkomst van de snackconsumptie in Nederland onderdeel van de veranderende eetgewoonten. De veranderende eetgewoonten werden gestimuleerd door industrialisatie en verstedelijking die volgens Otterloo en Bruhèze resulteerde in 'een sterke afname

¹ Lisa van der Velden, 'Weg met de lijst Cultureel Erfgoed', *De Volkskrant*, (28 maart 2016) 11.

² RTV Noord. 'Eierbal op lijst Immaterieel erfgoed' (versie 23 december 2015)

<<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157636/Eierbal-op-lijst-Immaterieel-Erfgoed>> [geraadpleegd op 21-03-2016].

³ Voor het volledige overzicht van de werken van Otterloo en Bruhèze over snacks en veranderende eetculturen zie de onder hun naam opgenomen werken in de literatuurlijst.

van sociale en regionale verschillen in eetgewoonten'.⁴ De geschiedenis van snacks in Nederland plaats Otterloo en Bruhèze dus in een moderniseringsvertoog waarin industrialisering en uniformering de kernbegrippen zijn. Het vertoog dat door Otterloo en Bruhèze over snacks wordt neergezet is echter maar een deel van het verhaal van de Nederlandse snackcultuur. Zoals het bezwaar van Margry uit de inleiding doet vermoeden, ervaren mensen gevoelens van eigenheid en diversiteit bij voedsel, zoals bij het worstenbroodje het geval is. Volgens Otterloo en Bruhèze zijn snacks telkens meer op elkaar gaan lijken, maar toch worden snacks als het worstenbroodje en de eierbal gebruikt als uitingen van regionale trots en eigenheid.

In deze scriptie wordt de manier waarop snacks worden ingezet in het vertoog over regionale identiteit sinds het einde van de negentiende eeuw onderzocht. Op deze manier wordt met dit onderzoek een bijdrage geleverd aan het onderzoek van Otterloo en Bruhèze. Otterloo en Bruhèze hebben alleen oog voor het materiele aspect van snacks terwijl in deze scriptie de ervaring van een regionale identiteit gebaseerd op snacks centraal staat. Dat er meer van dezelfde snacks zijn gekomen en deze meer op elkaar lijken betekent namelijk niet dat er geen regionale verschillen meer bestaan. Er bestaat blijkbaar een verschil tussen het gevoel van mensen over de consumptie van bepaalde snacks en de bijbehorende cultuur en het beeld van industrialisering en uniformering dat Otterloo en Bruhèze schetsen.

Dat eten zich bij uitstek leent als een grensbepaler van regionale identiteit beschrijft de Belgische historicus Peter Scholliers in de bundel *Food, Drink and Identity; Cooking, Eating and Drinking in Europe since the Middle Ages*. In het inleidende artikel van de genoemde bundel beschrijft Scholliers de sinds de jaren '60/'70 toegenomen interesse in de wetenschap voor de rol van voedsel in classificatie, betekenisgeving en constructie van een identiteit. In de jaren '80 ondergingen de voedselstudies een snelle ontwikkeling onder invloed van de 'cultural turn'. Niet alleen nieuwe thema's aangaande voedsel zoals smaak, haute cuisine en sociale verschillen werden verkend, ook de notie van identiteit kwam in de belangstelling te staan en werd gekoppeld aan voedsel.⁵ De innige relatie tussen voedsel en identiteit is volgens Scholliers krachtig verwoord door Claude Fischler in het artikel 'Food, Self and Identity'. Volgens Fischler is voedsel een centraal element voor ons gevoel van identiteit. De manier waarop en datgene wat een groep mensen eet helpt met het aanduiden van diversiteit, hiërarchie en organisatie en laat tevens de eenheid en het verschil met andere groepen zien. Maar ook op individueel niveau is voedsel een centraal element. Een individuele identiteit kan

⁴ Anneke van Otterloo en Adri Albert de la Bruhèze, 'Nieuwe etenswaren, nieuwe eetplakken en veranderende eetgewoonten: snacks en fastfood in Nederland in de twintigste eeuw', in: Marc Jacobs en Peter Scholliers (red.), *Buitenshuis eten in de Lage Landen sinds 1800* (Brussel 2002) 87-115, alhier 108-110.

⁵ Peter Scholliers, 'Meals, Food Narratives, and Sentiments of belonging in Past and Present', in: Peter Scholliers (red.), *Food, Drink and Identity cooking, eating and drinking in Europe since the middle ages* (New York, 2001). 3-22, alhier 11.

namelijk gemakkelijk geconstrueerd worden aan de hand van het voedsel dat iemand wel of niet tot zich wenst te nemen.⁶ Mensen die hetzelfde voedsel tot zich nemen zijn bekend, familiair en te vertrouwen terwijl mensen die onbekend en ongewoon voedsel tot zich nemen gevoelens van achterdocht en wantrouwen kunnen oproepen. Dit laat zien dat voedsel van groot belang is voor de constructie van een collectieve of individuele identiteit. Het is zelfs zo belangrijk dat in sommige gevallen groepen migranten aan gebruiken rondom voedsel vasthouden lang nadat taal en andere culturele gebruiken zijn vergeten.⁷

De koppeling tussen snacks en identiteit zal in drie hoofdstukken worden onderzocht. In het eerste hoofdstuk zal één van de populairste snacks van het land centraal staan: friet respectievelijk patat. De geschiedenis ervan zal kort behandeld worden, waarna het verschil tussen het gebruik van de termen 'friet' en 'patat' onder de loep wordt genomen. Bestaat dit enkel als taalkundig verschil of bestaan er andere verschillen en hoe draagt friet of patat bij aan een mogelijke regionale identiteit. In het hoofdstuk zal gebruik gemaakt worden van bronnen uit regionale kranten vanaf het einde van de negentiende eeuw tot 1950 en artikelen uit *De Snackkoerier*, het vakblad voor cafetariahouders, vanaf 1980 tot 1990. In het tweede hoofdstuk komen andere snacks aan het bod, zoals het zuurvlees en het patatje oorlog: twee snacks die kenmerkend zijn voor een regio. Centraal zal staan of en waarom deze snacks volgens inwoners van de desbetreffende regio deel uitmaken van hun regionale identiteit. Daarnaast komen smaakvoorkeuren en eetgewoonten van verschillende regio's aan bod en de manier waarop deze bijdragen aan de perceptie en de identiteit van de regio. De bronnen voor dit hoofdstuk komen net als bij het eerste hoofdstuk uit *De Snackkoerier* en zijn afkomstig uit dezelfde periode. Het laatste hoofdstuk gaat over één specifieke snack: de eierbal. In Groningen is een commissie in het leven geroepen met als doel het gepaneerde ei op de lijst van immaterieel erfgoed te krijgen. De manier waarop dit gebeurt en hoe de geschiedenis voor de constructie van de regionale identiteit wordt ingezet zal geanalyseerd worden. Er wordt in dit hoofdstuk vooral gebruik gemaakt van contemporaine bronnen zoals nieuwsberichten en reportages van de regionale televisiezender *RTV Noord*. Het onderzoek wordt afgesloten met een conclusie.

⁶ Claude Fischler, 'Food, self and identity', *Social Science Information* 27 (1988) 275-292, alhier 275-276.

⁷ Peter Scholliers, 'Meals, Food Narratives, and Sentiments of belonging in Past and Present', in: Peter Scholliers (red.), *Food, Drink and Identity cooking, eating and drinking in Europe since the middle ages* (New York, 2001). 3-22, alhier 8-9.

1. Patates Frites, Friet en Patat



Figuur 1. Kevin van Vliet, 'Potato, Potahto? Het taalkundig onderscheid tussen patat en friet geduid', *HP de Tijd* <<http://www.hpdetijd.nl/2015-08-26/potato-potahto-het-taalkundige-onderscheid-tussen-patat-en-friet-geduid/>> [geraadpleegd op 2-4-2016].

De benamingen friet en patat bestaan in Nederland naast elkaar als aanduiding voor één soort aardappelgerecht. In 2015 publiceerde het Meertens Instituut, onderzoeksinstituut van de Nederlandse taal en cultuur, een kaart waarin het Nederlandstalige gebied wordt verdeeld met de Maas als grens. Ten noorden van de Maas zou men volgens de kaart voornamelijk van patat spreken en daaronder van friet. Het Meertens Instituut verspreidde de kaart via Twitter. Volgens *HP de Tijd*, dat hierover berichtte, 'explodeerde' het sociale media platform na de publicatie.⁸ Blijkbaar is het verschil tussen friet en patat

levendig genoeg om het in een kaart te vertalen die enige ophef kan veroorzaken. In dit hoofdstuk zal de geschiedenis van het aardappelgerecht en de benaming ervan in Nederland onderzocht worden. Het

belang van dit hoofdstuk is de vraag of er door geschiedenis van het aardappel gerecht heen het gerecht zelf of de benaming ervan als onderdeel van een regionale identiteit werden gebruikt.

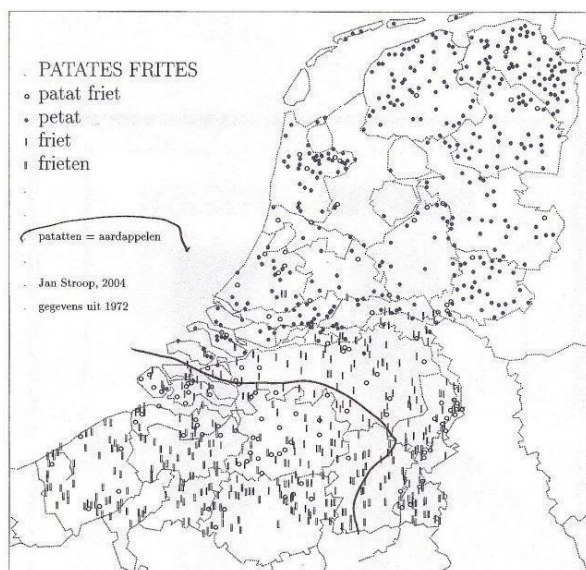
De kaart van Jan Stroop die bij figuur 1 is afgebeeld en op 25 augustus 2015 door het Meertens Instituut werd gepubliceerd, is een variatie op een kaart die Stroop in 1972 maakte als medewerker van hetzelfde instituut. Als medewerker van het Meertens Instituut viel het Stroop naar eigen zeggen op dat voor gefrituurde aardappelstaafjes 'ten noorden van de rivieren een andere benaming voorkwam dan ik van huis uit gewend was'. Stroop besloot daarop om de correspondenten van het instituut de volgende vraag voor te leggen: 'Hoe noemt men in uw dialect de staafjes aardappel die in vet gebakken zijn en ook wel in zakjes verkocht worden?'. Het resultaat was 'een kleine 1000 antwoorden' die zijn herleid tot vier type benamingen en vervolgens zijn afgebeeld in het kaartje bij figuur 2.⁹ Het resultaat geeft een ietwat genuanceerder beeld dan de kaart bij figuur 1, maar het verschil tussen noord en zuid is nog steeds overduidelijk. Dat de gegevens uit 1972 voor de kaart in 2015 misschien niet meer representatief zijn, kon het Meertens instituut

⁸ Kevin van Vliet, 'Potato, Potahto? Het taalkundig onderscheid tussen patat en friet geduid', *HP de Tijd* <<http://www.hpdetijd.nl/2015-08-26/potato-potahto-het-taalkundige-onderscheid-tussen-patat-en-friet-geduid/>> [geraadpleegd op 2-4-2016].

⁹ Jan Stroop, 'Weet wat u eet', in: Veronique de Tier (red.), *Proeven van dialect* (Groesbeek, 2005), 15-35, alhier 18.

kennelijk niet deren. Misschien dat het kaartje ook meer was bedoeld om de discussie over wie welk woord gebruikt en wie niet in kaart te brengen in plaats van het zo correct en genuanceerd mogelijk weergeven van een differentiatie in de Nederlandse taal.

De sleutel tot het ontstaan van het verschil tussen patat en friet is volgens Stroop de andere grens die op beide kaarten is te zien, namelijk de grens die aangeeft tot waar het woord patat gebruikt wordt om een aardappel aan te duiden. Zowel friet als patat zijn volgens Stroop afgeleiden van de oorspronkelijke benaming voor gefrituurde aardappelstaafjes: patates frites. Patates is een afgeleide van het Spaanse woord voor aardappel en frites is afkomstig van het Frans voor frituren. Het woord beschrijft dus precies wat het is: gefrituurde aardappel. De spelling veranderde al snel in patat friet, maar het bleef een benaming met een Franse structuur. En bij een meer economisch taalgebruik blijft in het Frans altijd het belangrijkste linkerdeel van het woord over, patat dus. Dit zou in een gebied waar een patat al een aardappel aanduidt te verwarrend zijn volgens Stroop waardoor voor het rechterdeel van het woord werd gekozen: friet.



Figuur 2. Jan Stroop, 'Weet wat u eet', in: Veronique de Tier (red.), *Proeven van dialect* (Groesbeek, 2005), 15-35, alhier 18.

Volgens de weinige literatuur over friet en snacks in Nederland deed de snack onder de originele Franse naam, patates frites, vanuit het zuiden zijn intrede in Nederland. In de jaren '20 en '30 maakte het zuidelijke deel van Nederland kennis met de patates frites en kenden steden als Eindhoven, Breda, Den Bosch en Tilburg verkooppunten van deze lekkernij.¹⁰ De van oorsprong Belgische frietkramen waaiden in de jaren '20 en '30 over naar het zuiden van Nederland. De reden hiervoor zou kunnen zijn

dat de frieten mee zijn gekomen met de vele Belgische vluchtelingen ten tijde van de Eerste Wereldoorlog, maar dit valt niet met zekerheid te stellen.¹¹ Volgens de in de inleiding vermelde Anneke van Otterloo vond de verspreiding plaats via markten en kermissen vanuit België naar het zuiden van Nederland. Tot de jaren '50 bleven de patates frites volgens Otterloo boven de grote rivieren een onbekend fenomeen. Volgens Otterloo zijn de patates frites dan ook een sprekend

¹⁰ Anneke van Otterloo en Adri Albert de la Bruhèze, 'Snacks, snackcultuur en buitenshuis eten in Nederland, 1920-1980', *IsGeschiedenis* <http://www.isgeschiedenis.nl/archiefstukken/snacks_snackcultuur_en_buitenshuis_eten_in_nederland_1920_1980/> [geraadpleegd op 14-04-2016].

¹¹ Ubbel Zuiderveld, 'De geografie van de frituur, Snackbar, cafetaria en alles wat ernaar riekt' (1999).

voorbeeld van de grote regionale verschillen in de productie en consumptie van snacks die tot 1950 bestonden. Zo bestond er bijvoorbeeld in het westen van het land het broodje 'halfom', een broodje met lever- en pekelvles, dat ook pas in de jaren '50 buiten de Randstad voorkwam.¹² De verspreiding van het broodje halfom en vooral patates frites was volgens Otterloo het gevolg van de snelle groei en verspreiding van kleine cafetaria's. Met die kleine cafetaria's worden volgens Otterloo 'snackbars met bijbehorende automatieken' bedoeld. Hier werden de patates frites verkocht maar ook snacks als kroketten, loempia's en frikadellen.

Dat er in de jaren '50 patates frites in cafetaria's door het hele land verkocht werden, zien we ook in de bronnen terug. Bijvoorbeeld in de advertentie van cafetaria 't Eethuysje van Velzen uit Groningen in het *Nieuwsblad van het Noorden* van 23 augustus 1951.¹³ In de advertentie is een groot deel van het menu van de cafetaria opgenomen waar zowel patates frites als het broodje halfom op zijn te vinden. Daarnaast is er een enorm scala aan andere gerechten te zien: van loempia's en Foe Yong Hai tot rolpens met aardappel en groente voor één gulden en tien cent. De gefrituurde aardappelstaafjes hebben dus in 1951 onder de naam patates frites hun weg vanuit het zuiden naar Groningen gevonden. Dat patates frites voor 1950 nog niet gebruikelijk waren op het menu van een cafetaria in het noorden van Nederland blijkt uit de advertentie van het Heck's filiaal in Leiden in het *Leidsch Dagblad* van 27 oktober 1941. Heck's was een keten van cafetaria's die het buiten de deur eten aantrekkelijk en bereikbaar maakte voor een grote groep mensen. Later zouden zij op grote schaal en met succes patates frites gaan verkopen.¹⁴ In 1941 maakte het menu echter enkel vermelding van erwtensoep en stampot.¹⁵

Bij de stelling van Otterloo dat de patates frites pas in de jaren '20 en '30 in het zuiden van Nederland een wijdverspreid fenomeen werden, kunnen vraagtekens gezet worden. Het *Venloosch Weekblad* maakt in 1882 namelijk al melding van een verkooppunt van patates frites. Bij café restaurant Beel is namelijk in 1882 voor 60 cent een biefstuk met patates frites en een glas Müncher te krijgen.¹⁶ Er zijn uit de decennia daarna vele voorbeelden te geven van de verkoop van patates frites vooral in en om Venlo.¹⁷ Ook uit de provincie Brabant zijn vermeldingen te vinden over de verkoop van patates frites. Op 19 februari 1910 maakt de *Provinciale Noordbrabantsche en 's Hertogenbossche Courant* bijvoorbeeld melding van een man die met valse munten zijn patates frites

¹² Anneke van Otterloo en Adri Albert de la Bruhèze, 'Nieuwe etenswaren, nieuwe eetplakken en veranderende eetgewoonten: snacks en fastfood in Nederland in de twintigste eeuw', in: Marc Jacobs en Peter Scholliers (red.), *Buitenshuis eten in de Lage Landen sinds 1800* (Brussel 2002) 87-115, alhier 97.

¹³ 'Advertentie cafetaria 't Eethuysje van Velzen', *Nieuwsblad van het Noorden* (24 augustus 1951).

¹⁴ Jacques Meerman, *Een kleine geschiedenis van de Nederlandse keuken* (Amsterdam 2015) 363.

¹⁵ 'Advertentie cafetaria Heck's', *Leidsch Dagblad* (27 oktober 1941).

¹⁶ 'Advertentie café-Restaurant Beel' *Venloosch Weekblad* (17 juni 1882).

¹⁷ Bijvoorbeeld in *Venloosche Courant* 17 juni 1899, 24 oktober 1908 en 20 september 1913.

betaald zou hebben.¹⁸ En de patates frites worden ook al beschreven als een ‘geliefkoosde lekkernij’ van de Maastrichtenaren.¹⁹ Patates frites waren aan het begin van de twintigste eeuw misschien dus al meer ingeburgerd in het zuiden van Nederland dan door Otterloo wordt beweerd. Ook is het twijfelachtig dat patates frites boven de rivieren helemaal niet verkocht werden aan het begin van de twintigste eeuw. Het *Rotterdamsch Nieuwsblad* maakt bijvoorbeeld op 10 februari 1902 in de rubriek ‘stadsnieuws’ bericht van een 21-jarige Belg die 500 gulden, vier kanarievogels en een zwartgelakt herenrijwiel zou hebben gestolen. Opmerkelijker is echter dat hij dit alles stal van F. Leemas ‘houdster van het huis van patates frites’.²⁰ En hetzelfde nieuwsblad bericht in 1918 in een artikel over woonoverlast over ‘de stank van visch of patates fritesbakkerijen die gehele straten bederven’.²¹ Blijkbaar liep Rotterdam niet zover achter op het zuiden wat betreft de verspreiding van patates frites en bestonden er in het begin van de twintigste eeuw zoals uit de berichten van het *Rotterdamsch Nieuwsblad* is af te leiden in die tijd al enkele verkooppunten van patates frites.

Het meest opmerkelijke bericht is afkomstig uit de rubriek ‘Brieven uit Limburg’ in de *Delftsche Courant* van 4 februari 1901. In de rubriek worden de patates frites beschreven als een “Belgische, Fransche en natuurlijk ook Limburgsche lekkernij die ik de Hollandsche dames niet genoeg kan aanbevelen.” Vervolgens geeft de schrijver ook een recept voor de patates frites zodat de lezers van de *Delftsche Courant* in 1901 in ieder geval over de kennis konden beschikken om ze zelf te maken.²² Opzienbarend is dat de patates frites op dit moment al zo ingeburgerd waren in Limburg dat ze als typerend voor de regio werden beschouwd. De rubriek waaruit bovenstaande quote afkomstig is, heeft ook als doel Limburg en de Limburgers in zijn essentie te vatten waarbij de patates frites blijkbaar als een deel van de aard van Limburg en de Limburger werden opgemerkt door de schrijver. In 1901 behoorde, voor in ieder geval een buitenstaander, friet tot een kenmerkend onderdeel van de identiteit van een Limburger. Friet was voor de journalist van de *Delftsche Courant* een element uit de cultuur van Limburg dat als typerend voor de cultuur gold.

Negentig jaar later zijn ze in het zuiden nog niet van hun friet liefhebbende imago af. Alleen het consumeren van friet is niet meer genoeg ter onderscheiding van de rest van Nederland, daarom is de kwaliteit van de friet centraal komen te staan. In het artikel ‘Het Zuiden is er dol op’ uit *De Snackkoerier* worden cafetariahouders gevraagd of zij hun frieten zelf snijden en voorbakken. Dit zou de ambachtelijke kwaliteit van de frieten ten goede zou komen en volgens de schrijver zijn “vooral Brabanders en Limburgers dol op ambachtelijke kwaliteit”. De geïnterviewde cafetariahouders beamen in het artikel dat de smaak en kwaliteit van zelf voorgebakken friet beter is dan die van

¹⁸ ‘Valsche munter’ *Provinciale Noordbrabantsche en ’s Hertogenbossche Courant* (19 februari 1910).

¹⁹ ‘Binnenland’ *De Tijd: godsdienstig-staatkundig dagblad* (16 juli 1912).

²⁰ ‘Het huis van de gepofte aardappelen’ *Rotterdamsch Nieuwsblad* (10 februari 1904).

²¹ ‘Rotterdam als woonstad’ *Rotterdamsch Nieuwsblad* (23 juli 1918).

²² ‘Brieven uit Limburg’ *Delftsche Courant* (4 februari 1901).

industriële vervaardigde frieten en dat hun klanten dit ook als eis stellen aan friet.²³ Ten opzichte van het bericht uit de *Delfsche Courant* uit 1901 zijn er een aantal dingen veranderd. Zo is het friet eten op zichzelf niet meer voldoende ter ondersteuning van een regionale afkomst. Immers: heel Nederland is in de tweede helft van de twintigste eeuw friet gaan eten. De manier van bereiding is in dit geval de onderscheidende factor geworden, namelijk het zelf snijden en voorbakken van de friet. In het artikel wordt ook gebruik gemaakt van het meer chique woord 'frites' in plaats van het meer banale friet. Misschien dat voor 'frites' is gekozen om de 'ambachtelijke kwaliteit' te benadrukken, wat ook in andere bronnen over ambachtelijk frites in de zuidelijke provincies van Nederland is terug te vinden. In Middelburg willen ze in 1990 bijvoorbeeld niets anders dan 'ambachtelijke' friet: "Veel cafetariahouders in Middelburg bakken hun frites nog op de ouderwetse manier. ... Ze moeten: Middelburgers nemen met minder geen genoegen."²⁴ En in het Brabantse Schijndel komt "de andere kant van 't dorp er speciaal voor."²⁵ In het zuiden staan frites dus nog steeds te boek als kenmerkend voor de regio, met als voorwaarde dat deze ambachtelijk vervaardigd zijn. Omdat heel Nederland op grote schaal friet is gaan eten, is de bereiding van friet cruciaal geworden als typerend voor een regio. Het zelf snijden en bakken is het kenmerkende element van de drie zuidelijke provincies geworden en staat daarmee tegenover de industriële frieten van het noorden.

Het imago van frites ten zuiden van de grote rivieren als een kwalitatief hoogwaardig en ambachtelijk product blijft niet beperkt tot de provincies Limburg, Brabant en Zeeland. De uitstraling van ambachtelijke en kwalitatief hoogwaardige frites uit het zuidelijke deel van Nederland en België wordt door cafetariahouders in de noordelijke provincies ingezet om hun eigen frites aan te prijzen. Dit komt duidelijk naar voren in een artikel uit *De Snackkoerier* in 1988 over een nieuwe rage in Amsterdam: 'de Vlaamse frites'.²⁶ Het artikel gaat over het toenemende aantal verkooppunten van Vlaamse frites in de hoofdstad die niet allemaal frites van hoge kwaliteit verkopen waardoor het goede imago van Vlaamse frites te grabbel wordt gegooid. De naam Vlaamse frites is volgens Jan Borst, eigenaar van het Vlaamse friteshuis in Amsterdam, een lastig te omschrijven begrip: "Wie kan mij de definitie van Vlaamse Frites geven? Daar ben ik zo benieuwd naar! Mijn collega's in Antwerpen kennen haar niet."²⁷ De aanduiding Vlaamse frites verwijst volgens Borst anders dan de aanduiding doet vermoeden niet naar een geografische locatie. Het verwijst meer naar een bepaalde kwaliteit die met de geografische aanduiding van Vlaams wordt geassocieerd. De eigenaar van Vlaams frites huis 'De Belg' Rijk Lam zegt bijvoorbeeld over de naam van zijn zaak: "Nogal wat klanten moeten lachen om die naam. Het verwijst een beetje naar de vooroordelen die veel

²³ 'Het Zuiden is er dol op' *De Snackkoerier* (1 februari 1990).

²⁴ 'Inwoners willen geen andere frites' *De Snackkoerier* (26 september 1987).

²⁵ 'Andere kant van het dorp komt er speciaal voor' *De Snackkoerier* (1 februari 1990).

²⁶ 'Kwaliteit moet beschermd worden' *De Snackkoerier* (9 november 1989).

²⁷ Ibidem.

Nederlanders hebben over Belgen.” En volgens de schrijver van het artikel speelt Lam hiermee “slim in op de ideeën van Nederlanders over Belgen en hun vermeende liefde voor frites.”²⁸ Lam zet het idee van Nederlanders over de identiteit van Belgen dus in ter aanprijzing van zijn eigen frites. Friet of frites komen dus boven de rivieren ook voor, alleen worden deze vaak, zoals het voorbeeld van de Vlaamse frites toont vaak gekoppeld aan België of de zuidelijke provincies. Hiermee wordt namelijk de associatie met kwaliteit en ambacht gewekt. Het onderscheid tussen ambachtelijke frieten uit het zuiden en de rest is dus een erg vaag onderscheid. Vooral omdat het verschil niks heeft te maken met de plek waar het naar verwijst, zoals bij Vlaamse frieten het geval is. De verwijzing speelt dus vooral in op een idee dat leeft bij mensen over de koppeling tussen afkomst en kwaliteit.

De geschiedenis van patates frites zoals Otterloo deze heeft beschreven lijkt dus niet volledig. Er bestonden namelijk rond 1900 al verkooppunten van de lekkernij op meerdere plekken in Nederland. Alhoewel er geen bewijs is dat zich dit tot ver boven de rivieren uitstrekt, lijkt het plausibel dat het noorden tot de jaren vijftig patatvrij bleef, zoals Otterloo beweert. Maar anders dan Otterloo beweert golden patates frites in 1901 al als een typerend gerecht voor in ieder geval Limburg. De lekkernij heette tot zeker 1950 nog wel overal patates frites. Zowel in de eerste vermeldingen in kranten uit Venlo als de advertentie in 1951 uit Groningen is dit zichtbaar. Onder de naam frites blijft de snack populair en een kenmerkend onderdeel van voornamelijk de zuidelijke provincies. Met name de kwaliteit en het ambachtelijke karakter worden later belangrijk en de verwijzing naar bijvoorbeeld Vlaanderen kan dit imago ondersteunen. Maar bovenal is opmerkelijk dat friet al heel lang als een karakteristiek element van een regio wordt gezien. De bewering van Otterloo en Bruhèze over afnemende regionale verschillen klopt dus maar ten deel. Enerzijds worden frieten een steeds meer wijdverspreid fenomeen, vanaf 1950 is immers in heel Nederland friet ingeburgerd. Anderzijds bestaat er nog verschil tussen de verschillende regio's in Nederland aangaande friet. Het verschil tussen de verschillende regio's is taalkundig maar richt zich ook op verschillen in kwaliteitseisen en ideeën van ambacht.

²⁸ Ibidem.

2. Frituursnacks en smaakvoorkeuren ter identificatie van jezelf en de ander

Het eerste hoofdstuk heeft zich specifiek gericht op één onderdeel van cafetaria en snackbars. In het tweede hoofdstuk zal aandacht worden besteed aan zuurvlees en het patatje oorlog, twee onderdelen van het snackbarassortiment die kenmerkend voor een regio waren rond 1990. Het zuurvlees als onderdeel van de Limburgse identiteit enerzijds en het patatje oorlog dat in de jaren negentig in het zuiden niet tot nauwelijks voorkwam maar boven de rivieren wel anderzijds, zullen centraal staan in dit hoofdstuk. Daarbij wordt gezocht naar de reden voor cafetariahouders in Limburg en boven de rivieren om het één wel aan te bieden, maar het ander niet. Naast specialiteiten worden ook smaakvoorkeuren en eetgewoonten aan mensen op basis van hun regionale afkomst toegeschreven. Niet alleen gerechten of onderdelen van het snackbarassortiment kunnen onderdeel uit maken van iemands regionale identiteit: ook de smaaksamenstelling van een gerecht of de manier waarop een gerecht wordt gegeten kan hier een onderdeel van zijn.

Het zuurvlees is wellicht één van de meest bekende regionale specialiteiten uit het assortiment van de cafetaria in Limburg. Het stoofgerecht dat over het algemeen met friet wordt geserveerd is al lang een vaste waarde in Limburg. Vanaf het midden van de jaren vijftig is het zuurvlees in combinatie met friet in advertenties van eetgelegenheden in regionale dagbladen uit Limburg terug te vinden.²⁹ In de decennia daarna zijn vele voorbeelden te vinden van advertenties waarin cafetaria adverteert met zuurvlees.³⁰ Bijna alle advertenties zijn afkomstig uit het *Limburgsch Dagblad* en in andere regionale kranten zijn dan ook geen advertenties van zuurvlees te vinden. Het zuurvlees is in Limburg een typisch onderdeel van het snackassortiment maar in de rest van het land is het blijkbaar ongebruikelijk.

Voor cafetariahouders in Limburg is het zuurvlees ook een essentieel onderdeel van hun eetcultuur en regionale identiteit. In 1989 laat Johan Gerecht, cafetariahouder in Maastricht, dan ook het volgende optekenen: “Je kunt een Maastrichtenaar praktisch alles afpakken. Zijn humeur zal er niet onder lijden. Hij is echter zichzelf niet als je hem berooft van z’n pinteke en z’n patatteke zuurvlees.”³¹ Gerecht geeft in ondubbelzinnige woorden zijn idee over de rol van friet zuurvlees in het eetpatroon van Maastrichtenaars. Wat wel opvalt aan de uitspraak van Gerecht is dat hij spreekt over ‘patatteke zuurvlees’ in plaats van friet zuurvlees wat gezien de inhoud van het vorige hoofdstuk logischer zou zijn geweest. De vraag is of Gerecht hier een uitzondering op de regel laat zien of dat de schrijver van het artikel Gerecht verkeerd heeft geciteerd. De laats veronderstelling wordt gesterkt

²⁹ ‘Advertentie café-restaurant de Post’ *Limburgsch Dagblad* (30 januari 1956).

³⁰ Zie bijvoorbeeld *Limburgsch Dagblad* 8 november 1962, 3 juni 1988 en 10 december 1992.

³¹ ‘Beroof een Maastrichtenaar nooit van zijn patatje zuurvlees’ *De Snackkoerier* (18 januari 1989).

door het feit dat Gerecht in de rest van het artikel wel van friet spreekt. Maar belangrijker in dit geval is dat voor Gerecht zuurvlees een essentieel onderdeel is van de snackcultuur in Maastricht en kenmerkend voor het zuiden: “Het is ondenkbaar dat een frituur in het zuiden geen zuurvlees op de menukaart heeft staan. Bij de meeste Maastrichtenaars komt er minstens één keer per week friet met zuurvlees op tafel. ... En probeer maar niet om je klanten anders dan zelfgemaakt zuurvlees voor te zetten. Dat kan je je kop kosten.” Uit deze uitspraak is te lezen dat voor Gerecht, net zoals we bij friet ook gezien hebben, het ambachtelijke karakter van het zuurvlees van groot belang is. Het eigenhandig maken van het zuurvlees is namelijk volgens Gerecht een voorwaarde voor de verkoop ervan.

Gerecht was niet de enige cafetariahouder die de prominente plek van zuurvlees in de snackcultuur van Maastricht en Limburg onderschreef. Jean Scheres zegt bijvoorbeeld in hetzelfde nummer van *De Snackkoerier* over zijn best verkopende snacks: “Het draait toch hoofdzakelijk om de friet met zuurvlees”.³² Ook in een artikel over het sausgebruik van cafetariahouders in Nederland wordt zuurvlees beschreven als één van de meest gebruikte friet garneringen in het zuiden van het land. In het artikel is een rondgang langs cafetaria’s in heel Nederland gemaakt waarbij zijdelings wordt opgemerkt dat ze in het noorden van het land nergens zuurvlees zijn tegen gekomen.³³ Het frietje zuurvlees is dus een gerecht dat hoofdzakelijk in Limburg voorkomt en niet tot nauwelijks daarbuiten. Maar belangrijker in dit geval is dat het ook ervaren wordt alsof het zuurvlees iets specifiek van de eigen regio is en daardoor behoort tot de eigen regionale identiteit.

Dat het frietje zuurvlees in het noorden van het land door *De Snackkoerier* niet gevonden is betekent niet dat niemand heeft geprobeerd om het zuurvlees boven de rivieren in de jaren ’90 aan de man te brengen. Er bestaat er een culturele barrière die heeft belet dat het frietje zuurvlees zomaar een succes kon worden. Bij een rondgang langs de cafetaria’s op Ameland door *De Snackkoerier* vertelt de eigenaar van cafetaria De Boeg aan het blad over zijn experiment met de Limburgse specialiteit: “Patat met stoofvlees hebben we een tijdje gevoerd, maar moesten we weer schrappen. Het was paardenvlees en dat vindt men hier inferieur.”³⁴ Ondanks de initiatieven van een cafetariahouder wist zuurvlees of stoofvlees op Ameland geen plek te veroveren in het snackbarassortiment. Volgens de eigenaar van cafetaria De Boeg was het paardenvlees waar zuurvlees van oudsher mee werd gemaakt het struikelblok voor zijn klanten. Hij gaat dus uit van een smaak of voorkeur met betrekking tot eten die bepaald is door de tradities en cultuur van een specifieke plek. Het gebruik van paardenvlees past niet binnen de eetcultuur en traditie van Ameland, waardoor het geen succes werd.

³² ‘Geef de Maastrichtenaar geen ondermaatse portie’ *De Snackkoerier* (18 januari 1989).

³³ ‘Ondernemers grijpen snel naar dezelfde saus’ *De Snackkoerier* (27 september 1989).

³⁴ ‘Ameland gek op kroket en frikandel’ *De Snackkoerier* (26 april 1990).

Boven de rivieren was de kans niet groot dat je zuurvlees bij je friet kon krijgen, maar hier waren weer andere frietspecialiteiten succesvol. Het patatje oorlog, een combinatie van friet, mayonaise, pindasaus en eventueel uitjes, werd in Friture Schaekens in het Limburgse Schinnen nauwelijks besteld volgens de eigenaar. “Soms vragen de jongelui er voor de flauwekul weleens naar als ze in het westen zijn geweest. Ze willen dan controleren of je weet wat het is. Maar het is meer iets voor boven de grote rivieren.”³⁵ De reden om geen patat oorlog te verkopen in Schinnen heeft enkel te maken met een eetcultuur en traditie die vreemd is aan de eigen. Bij Friture Schaekens hebben ze namelijk alle ingrediënten in huis om een frietje oorlog te maken, in hetzelfde artikel vertelt de eigenaar namelijk dat hij zijn satésaus zelf maakt en friet en mayonaise spreken voor zich in het assortiment. Toch weerhoudt iets hem er van het patatje oorlog aan te bieden. In de ogen van de eigenaar van Friture Schaekens is het patatje oorlog mijlenver van hem verwijderd, terwijl hij de ingrediënten voorhanden heeft. Alsof de ‘jongelui’ om een exotisch gerecht vragen dat niks te maken heeft met de manier waarop hij zijn friet en snacks klaar maakt. Net als bij het zuurvlees op Ameland staat het idee over de eigen eetcultuur en traditie hier dus in de weg bij de introductie van een nieuw gerecht in de cafetaria.

Zowel het frietje zuurvlees als het patatje oorlog zijn dus gerechten die cafetariahouders ongeacht hun standplaats zonder al te veel moeite kunnen aanbieden. De ingrediënten zijn niet zeldzaam en vaak aanwezig in een cafetaria. Ook de bereidingswijze, vooral bij het patatje oorlog, vereisen geen hoogstaande culinaire kennis die een belemmering zou kunnen vormen. Juist de tradities en regionale eetculturen staan de verspreiding van het patatje oorlog en frietje zuurvlees in de weg. De notie van een regionale identiteit is bij sommige mensen blijkbaar zo sterk aanwezig, dat het verkopen van zoiets ‘exotisch’ als een frietje met pindasaus en mayonaise ondenkbaar is.

Niet alleen bepaalde gerechten zijn aan regionale grenzen gebonden ook smaakvoorkeuren en eetgewoonten kunnen per regio verschillen. In het artikel ‘Gehaktbal deel van onze cultuur’ benadrukt Wim Boltjes, eigenaar van Boltjes vleessnacks, de prominente plek van de gehaktbal in de Nederlandse eetcultuur en de belangrijke plek die de bal kan innemen in het snackassortiment. Opmerkelijk aan het verhaal van Boltjes is dat ze hun gehaktballen produceren afgestemd op regionale behoeftes. “In het zuiden van het land vindt men een balletje van 90 gram groot genoeg, in het noorden en oosten moet die toch wel 150 gram wegen. Ook de samenstelling verschilt per regio. In het noorden stelt men toevoegingen als kruidnagel op prijs, in het westen moet de smaak neutraal zijn, in het zuiden pittig en in het oosten neigt men meer naar de zoute kant, het liefst met een scheutje ketjap erin.”³⁶ De regioafhankelijke productie van gehaktballen laat zien hoe voorkeuren per regio wezenlijk kunnen verschillen en zelfs in een industrieel vervaardigd product doorwerking

³⁵ ‘Ondernemers grijpen snel naar dezelfde saus’ *De Snackkoerier* (27 september 1989).

³⁶ ‘Gehaktbal deel van onze cultuur’ *De Snackkoerier* (26 april 1990).

kunnen hebben. Ondanks dat de gehaktballen van Boltjes geen ambachtelijke met de handgedraaide gehaktballen zijn, bezitten ze toch een bepaalde regionale eigenheid. Maar volgens Luc Kerkhofs, eigenaar van Friture Lucky Luc, is niet iedereen een fan van een gehaktbal. “De Maastrichtenaar is beslist geen broodje-bal-gehakt-mens” stelt Kerkhofs in *De Snackkoerier* “We hebben daar heel even mee geëxperimenteerd. Maar dat loopt hier voor geen meter.”³⁷ Per regio is de gehaktbal dus op smaak verschillend, of ontbreekt het zelfs volledig, omdat het idee bestaat dat de gehaktbal op die manier wel binnen de eetcultuur en traditie van een regio past.

Ook in Staphorst hebben de mensen een bepaalde voorkeur voor sommige snacks die geboren is uit afkomst volgens Gert Hilhorst, eigenaar van snackbar Hillie. De schnitzel doet het in snackbar Hillie namelijk uitzonderlijk goed, wat volgens Hilhorst heeft te maken met de grootte van de schnitzel. “We hanteren enorme lappen, Staphorsters houden over het algemeen van een flink stuk vlees. Flink porties. Maar er wordt hier dan ook nog hard gewerkt, veel in de buitenlucht.”³⁸ De voorkeur van Staphorsters voor grote lappen schnitzels komt volgens Hilhorst dus voort uit de arbeidsethos van de Staphorsters. Opvallend is dat Hilhorst de voorkeur voor grote hoeveelheden toeschrijft aan iets wat specifiek voor Staphorst geldt. Het opvallende hieraan is dat aan veel verschillende specifieke groepen grote honger als kenmerkend voor de groep wordt toegeschreven. Zo noemt Jean Scheres uit Maastricht, in een artikel dat al eerder is aangehaald in dit hoofdstuk, als voorwaarde voor een cafetaria in Maastricht een grote portie. “Kom bij een Maastrichtenaar niet aan met een ondermaatse portie. Gegarandeerd dat hij het op een gillen zet.”³⁹ Maar ook Duitse klanten worden door cafetariahouders getypeerd als grote eters bij uitstek. Zo zijn volgens Ben Wigger van snackbar Wiggers in Sneek Duitsers door hun grote honger de beste klanten: “Dat zijn de beste klanten, die nemen meestal dubbele porties.”⁴⁰ Ook J. Boomsma van snackbar Boomsma in Lemmer typeert de Duitse toeristen als grote eters: “De oosterburen zijn goede klanten want ook in een Hollandse snackbar weten ze van wanten. Boomsma ziet regelmatig vijf frikadellen speciaal achter elkaar in dezelfde keel glijden.”⁴¹ Grote trek wordt dus aan vele groepen van verschillende afkomst toegeschreven, maar wel als uniek kenmerk van die bepaalde groep. In dit geval dient dus niet wat er gegeten wordt ter identificatie van een ander, maar de manier waarop er gegeten wordt, namelijk in grote hoeveelheden.

Snacks worden dus niet alleen op inhoud gebruikt als grensbepaler van regionale identiteiten, ook de smaak en de manier waarop ze geconsumeerd worden is hiervoor belangrijk. Opvallend hieraan is dat de gewoonte van veel eten als typerend kenmerk aan veel groepen wordt

³⁷ ‘De Maastrichtenaar is geen broodje-bal-mens’ *De Snackkoerier* (18 april 1989).

³⁸ ‘Ze houden ook van een schnitzel’ *De Snackkoerier* (26 april 1990).

³⁹ ‘Geef de Maastrichtenaar geen ondermaatse portie’ *De Snackkoerier* (18 januari 1989).

⁴⁰ ‘De beste klanten zijn nog altijd de Duitsers’ *De Snackkoerier* (9 augustus 1989).

⁴¹ ‘Duitse toeristen leren snacks eten in Lemmer’ *De Snackkoerier* (7 juni 1989).

toegeschreven. Blijkbaar wil iedereen veel snacks eten, maar toch wordt dit gezien als uniek voor verschillende groepen. Het idee dat iets uniek is gaat dus voor de realiteit waarin het misschien helemaal niet zo uniek is.

3. De eierbal als immaterieel erfgoed

De eierbal, een hardgekookt ei omwikkeld met een laag ragout en gerold door de paneer, voor hij gefrituurd wordt, is in het noorden van Nederland een geliefde specialiteit in de cafetaria's. Vooral in de stad en provincie Groningen is de snack populair, zo zeer zelfs dat deze wordt geclaimd als een

belangrijk onderdeel van de cultuur van Groningen. In dit hoofdstuk zullen de uitingen over de eierbal als onderdeel van de Groningse cultuur geanalyseerd worden. In Groningen is een commissie in het leven geroepen die bezig is om de eierbal op de immateriële erfgoedlijst te krijgen. De beweegredenen van de eierbalcommissie illustreren de koppeling tussen snacks en regionale identiteit op een duidelijke manier, maar laten ook de valkuilen ervan zien. De uitspraken van de eierbalcommissie en RTV Noord verslaggever Jeroen Berkenbosch worden in dit hoofdstuk in een breder daglicht geplaatst. Bovenal wordt het gebruik van geschiedenis in relatie tot immaterieel erfgoed door de commissie geanalyseerd.

De commissie die in het leven is geroepen om de eierbal op de nationale immateriële erfgoedlijst te krijgen bestaat uit vijf Groningers: een tweetal publicisten, een liefhebber, een cafetariahouder en een jurist. Op initiatief van de regionale omroep RTV Noord is de commissie met de procedure van start gegaan om het gefrituurde ei op de immateriële erfgoedlijst te krijgen. Het initiatief ontstond nadat een verslaggever van RTV Noord, Jeroen Berkenbosch, een serie reportages maakte over de eierbal en de geschiedenis ervan. Berkenbosch is de archieven ingedoken om naar eigen zeggen “het spoor van de eierbal te achterhalen”.⁴² Voor de reportages heeft Berkenbosch heeft met behulp van het Groningse archief krantenbanken en ook de *Snackkoerier* als bronnen gebruikt. In een uitzending van RTV Noord op 21 december 2015 vertelt Berkenbosch in de studio tijdens een interview ter introductie van de reportages dat er een aantal redenen waren voor Berkenbosch om de reportages te maken.⁴³ Ten eerste was er ‘een relletje’ met het friet-ei, een snack die in Limburg en met name in Venlo populariteit geniet en vele overeenkomsten met de eierbal heeft. In Limburg beweerde men volgens Berkenbosch dat het friet-ei een Limburgse uitvinding was en de eierbal op deze is gebaseerd. Terwijl Berkenbosch van mening is dat de eierbal er eerder was en hij wil dit aantonen om zodoende de strijd voor eens en altijd te beslechten. De tweede en voornaamste reden van Berkenbosch is te ‘bewijzen’ dat de eierbal echt Gronings is. Op de vraag van de interviewer wat Berkenbosch met het onderzoek uiteindelijk wilde bereiken luidde het antwoord: “Dat we daar een stempel op kunnen drukken: dit is echt Gronings.”⁴⁴ Het onderzoek van Berkenbosch voor het maken van de reportages was de aanzet tot de vorming van de commissie voor de eierbal als immaterieel erfgoed en heeft de kern van de argumentatie van de commissie gevormd.

In het Groninger archief heeft Berkenbosch een aantal bronnen gevonden die volgens hem ‘het spoor’ van de eierbal blootleggen. Bijvoorbeeld een foto uit 1962 van cafetaria Succes in

⁴² RTV Noord, ‘Eierbal duikt op in Groninger archieven’ <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157584/Eierbal-duikt-op-in-Groninger-archieven>> (versie 21 december 2015) [geraadpleegd op 26-6-2016].

⁴³ Ibidem

⁴⁴ Ibidem.

Groningen waarop de menukaart met de eierbal te zien is. Het oudste spoor van de eierbal dat Berkenbosch heeft gevonden is een advertentie uit het *Nieuwsblad van het Noorden* van automatiek Sloots uit 1951.⁴⁵ Er zijn zelfs nog meer bronnen uit dezelfde tijd waarin vermelding wordt gemaakt van de eierbal maar die door Berkenbosch niet genoemd worden. Bijvoorbeeld de in het eerste hoofdstuk aangehaalde advertentie van cafetaria t' Eethuysje van Velzen.⁴⁶ Maar de oorsprong van de eierbal is door Berkenbosch in deze bronnen niet gevonden. Een mogelijkheid voor de oorsprong van de eierbal vindt Berkenbosch in *de Snackkoerier* waarin een foto is geplaatst van wat mogelijk de oudste snackbar in Groningen zou zijn.⁴⁷ Op de foto is een 'fish en chips' kraam te zien, opgericht door Engelse militairen die in Groningen verbleven ten tijde van de Eerste Wereldoorlog. De theorie is dat dat de eierbal hier is ontstaan als een variantie op de in Engeland populaire Scottish egg. In het vervolg van de reportage reist Berkenbosch dan ook af naar Londen om de mogelijke voorvader van de eierbal te onderzoeken. Een Scottish egg is een zachtgekookt ei omringd met gehakt en heeft dus veel weg van de eierbal. Er wordt Berkenbosch in Londen verteld dat het mogelijkwijs is geïnspireerd op een gerecht uit Middeleeuws India.⁴⁸ Een lange lijn van op elkaar geïnspireerde gerechten wordt dus gesuggereerd maar Berkenbosch besluit de reportage met de conclusie dat de eierbal door zijn hard gekookte ei in het midden uniek is en echt Gronings.⁴⁹ Ondanks de suggestie dat de eierbal onderdeel is van een doorlopende ontwikkeling die met verschillende gerechten en snacks verbonden is blijft Berkenbosch op zoek gaan naar het unieke moment waarop de eierbal tot stand kwam.

Aan de zoektocht in de archieven van Berkenbosch voegt de commissie een belangrijk argument toe. Dat de eierbal op de immaterieel erfgoedlijst moet komen, komt volgens de commissie voort uit het feit dat de eierbal buiten Groningen eigenlijk niet te krijgen is, maar in Groningen juist veel te krijgen is en wordt gegeten.⁵⁰ Voor Berkenbosch is voor het label 'echt Gronings' het ontstaan van de eierbal van groot belang en de commissie voegt hier de praktijk van het hier en nu aan toe. Dat de eierbal 'echt Gronings' is komt omdat de eierbal in Groningen veel wordt gegeten en daarbuiten niet. Kanttekening die hierbij geplaatst kan worden is dat er dus vergelijkbare snacks zoals het friet-ei bestaan. De naam van de snack is dan anders, maar de inhoud nauwelijks. De vraag die dan rijst is of dit een wezenlijk verschil is of niet.

⁴⁵ 'Advertentie automatiek Sloots' *Nieuwsblad van het Noorden* (23 januari 1951).

⁴⁶ 'Advertentie cafetaria t' Eethuysje van Velzen', *Nieuwsblad van het Noorden* (24 augustus 1951).

⁴⁷ RTV Noord, 'Eierbal duikt op in Groninger archieven' <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157584/Eierbal-duikt-op-in-Groninger-archieven>> (versie 21 december 2015) [geraadpleegd op 26-6-2016].

⁴⁸ RTV Noord, 'Claimt Engeland de uitvinding van de eierbal?' <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157634/Claimt-Engeland-de-uitvinding-van-de-eierbal>> (versie 22 december 2015) [geraadpleegd op 26-6-2016].

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ RTV Noord, 'Plaatsing eierbal op immateriële erfgoedlijst is stap dichterbij' <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/162660/Plaatsing-eierbal-op-immateriele-erfgoedlijst-is-stap-dichterbij>> (versie 6 mei 2016) [geraadpleegd op 26-6-2016].

Als paal boven water staat dat zowel Berkenbosch als de leden van de eierbalcommissie de eierbal ervaren als een onderdeel van hun Groningse identiteit. Maar om dit te legitimeren maakt Berkenbosch dus gebruik van de geschiedenis. Om in de geschiedenis het bewijs te vinden om iets als 'echt Gronings' te bestempelen gaat Berkenbosch op zoek naar een oer-eierbal waar uit alle andere eierballen zijn geboren. Een onmogelijke opgave aangezien het ontstaan van iets zelden een uniek moment is. Veeleer is dit een samenloop van omstandigheden over een bepaalde tijdsspanne. De commissie zelf voegt hier het overzichtelijke argument aan toe dat de eierbal veel en vooral in Groningen wordt gegeten en dus Gronings is en onderdeel van de Groningse identiteit.

4. Conclusie

De geschiedenis van frituur snacks in Nederland in relatie tot regionale identiteit is een tot nu toe niet behandeld onderwerp in de Nederlandse historische literatuur. Zelfs de Nederlandse eetcultuur is weinig onder de aandacht gekomen in de geschiedschrijving. Een gemis wanneer het gaat om een volledig begrip van (regionale) identiteit. Zoals de in de inleiding aangehaald historicus Scholliers duidelijk maakt, is zoiets alledaags als ons eten van groot belang bij de constructie van een identiteit. In deze scriptie is dan ook een poging gedaan om aan te tonen hoe de wereld van cafetaria en snacks ook kan dienen als een voedingsbodem voor een regionale identiteit. Door dit aan de hand van de geraadpleegde bronnen te tonen is daarnaast ook duidelijk geworden dat de weinige historische literatuur in Nederland over snacks te eenzijdig is. Door de eenzijdige kijk van Otterloo en Bruhèze trekken zij de overhaaste conclusie dat in de wereld van snacks regionale verschillen zijn afgenomen.

Uit het eerste hoofdstuk over friet en patat kunnen een aantal conclusies getrokken worden. Ten eerste is de geschiedenis van friet en de verspreiding ervan over Nederland zoals deze door Anneke Otterloo is beschreven niet volledig. Friet was vooral in de provincie Limburg al veel eerder gemeengoed dan door Otterloo beschreven wordt. Dat dit het geval was, is onder andere te concluderen uit het artikel in de *Delftsche Courant* van 4 februari 1901. In dit artikel wordt friet namelijk omschreven als typerend voor Limburg en de Limburgers. Blijkbaar was friet aan het begin van de twintigste eeuw in Limburg al zo goed ingeburgerd dat het als kenmerkend voor de gehele regio gold. Wat direct ook de tweede conclusie van het eerste hoofdstuk illustreert: friet gold al vroeg als een bouwsteen voor een regionale identiteit en is dit ook gebleven. Dat friet als een typisch onderdeel van een regio werd beschouwd, wordt geruggensteund door het gebruik van verschillende benamingen. Friet en patat verwijzen in principe naar hetzelfde aardappelgerecht maar worden als aanduiding voor verschillende dingen ervaren. Het imago van het woord friet roept meer de associatie op met ambachtelijke frieten uit de zuidelijke provincies en België, terwijl patat meer het imago heeft van de industrieel vervaardigde frieten uit het noorden. In het artikel 'Kwaliteit moet beschermd worden' uit *De Snackkoerier* wordt het gebruik van deze associatie door Vlaamse friteshuizen besproken. Door het gebruik van de woorden Vlaams en frites wordt de suggestie van kwaliteit en ambacht gewekt. Het imago van het zuiden wat betreft friet is dus zo sterk dat deze als kwaliteitsgarantie kan dienen.

Uit het tweede hoofdstuk kan geconcludeerd worden dat er naast friet en patat meer frituur snacks bestaan op basis waarvan een regionale identiteit geconstrueerd kan worden. Het frietje zuurvlees en patatje oorlog zijn hier duidelijke voorbeelden van. Daarnaast geven niet enkel gerechten aanleiding tot onderscheid tussen regio's ook smaakvoorkeuren en eetgewoonten kunnen onderscheidend zijn of zo ervaren worden, zoals de per regio verschillende samenstelling van de

gehaktballen van Boltjes vleessnacks duidelijk maakt.

De belangrijkste conclusie uit het tweede hoofdstuk is dat de barrière om een gerecht dat vreemd voor de regio is niet aan te bieden in een cafetaria in de meeste gevallen enkel een culturele barrière is. De weigering van Friture Schaekens om patatje oorlog te verkopen is hier een sprekend voorbeeld van. In de friture zijn alle ingrediënten aanwezig voor het maken van een patatje oorlog. Ook de kennis om het gerecht te kunnen maken is aanwezig en er wordt zelfs door jonge klanten soms om gevraagd. Toch wordt het patatje oorlog door Friture Schaekens niet aangeboden en gemaakt, omdat dit meer iets zou zijn voor boven de rivieren. De enige, maar blijkbaar wel de grootste, belemmering om een patatje oorlog aan te bieden is dus van culturele aard. Daarnaast laat het voorbeeld ook zien dat regionale verschillen nog daadwerkelijk bestaan. Het verschil in producten is misschien kleiner geworden. Zo heeft bijna elke snackbar pindasaus in huis, maar de emotionele ervaring per regio verschilt nog wel degelijk. Voor de eigenaar van friture Schaekens is het noorden waar ze pindasaus met mayonaise over hun friet doen gevoelsmatig mijlenver van hem verwijderd. Otterloo en Bruhèze hebben alleen oog voor het materiële aspect. Cafetaria's krijgen door de tijd heen inderdaad telkens meer dezelfde producten in huis, maar dit betekent nog niet dat zij zich met elkaar identificeren. Verschillende regio's kennen nog verschillende gebruiken en een eigen vocabulaire omtrent friet, snacks en cafetaria.

Het laatste hoofdstuk heeft de poging van een groepje Groningers om de eierbal op de lijst van immaterieel erfgoed te krijgen geanalyseerd. Dit groepje ziet en ervaart de eierbal als een belangrijk onderdeel van de Groningse cultuur en als onderdeel van de eigen identiteit. Interessant is om te zien dat de geschiedenis groots wordt ingezet ter legitimering van dit gevoel. De ontstaansgeschiedenis van de eierbal is blijkbaar van belang om het ook echt te kunnen claimen als daadwerkelijk 'eigen'. In de poging om via de ontstaansgeschiedenis de eierbal te claimen als onderdeel van de eigen regionale identiteit ontstaan er een aantal knelpunten. Zo is een ontstaansgeschiedenis vaak een proces en nooit een uniek moment. Dit is bijvoorbeeld terug te zien in de geschiedenis van friet, zoals behandeld in het eerste hoofdstuk. Het is onmogelijk om met zekerheid te zeggen dat op een bepaald moment op een bepaalde plek voor het eerst friet in Nederland te verkrijgen was. Daarnaast zijn er altijd grensgevallen aan te wijzen. Zo zou friet eerst alleen in het zuiden van Nederland te verkrijgen zijn maar toch zijn er de voorbeelden uit Rotterdam waar al vroeg friet te verkrijgen was. Er bestaan kortom altijd grensgevallen. Het is altijd problematisch om iets via de geschiedenis iets te legitimeren als specifiek eigen voor een regio. De eierbal kan via de geschiedenis dus nooit als uitsluitend Gronings bestempeld worden. Er zijn in het geval van de eierbal te veel verbanden met andere gerechten in Nederland maar ook daarbuiten. Een volledige geschiedenis van de eierbal begint niet in een cafetaria in Groningen maar misschien wel in Middeleeuws India. Maar door de eigen emotie over de eierbal als onderdeel van de regionale

identiteit wringt met name RTV-Noordverslaggever Jeroen Berkenbosch zich in allerlei bochten om in het verleden bewijzen te vinden dat de eierbal uniek Gronings is.

Met de inzichten over de werking van snacks als onderdeel van een regionale identiteit en de poging om de eierbal op de lijst van immaterieel erfgoed te krijgen is het goed om terug te gaan naar het bericht uit *de Volkskrant* waar deze scriptie mee begon. Het bericht ging over hoogleraar Peter Jan Margry die uit de toetsingscommissie voor de immateriële erfgoed lijst stapte. De reden voor Margry was dat de lijst geschiedvervalsing in de hand werkt en te emotioneel is. Dat de drang om iets als eigen te bestempelen kan resulteren in een niet correct gebruik van de geschiedenis, is bij de eierbal ook terug te zien. Interessant is het punt van Margry dat de lijst te emotioneel zou zijn. Als gevolg van dit onderzoek kan ik concluderen dat immaterieel erfgoed en de constructie van een identiteit op basis hiervan altijd emotioneel is en niet zonder emotie kan. De enige manier om iets eigen te maken is door dit zo te ervaren. Waarom mensen het woord patat of friet gebruiken, of waarom cafetariahouders wel of geen zuurvlees verkopen zijn grotendeels overwegingen die gemaakt wordt op basis van emotie. Voor het verkopen van een patatje oorlog bestaan in Nederland geen kennis of materiële barrières enkel emotionele en culturele barrières.

Het gebrek aan materiële en kennis barrières heeft het onderwerp van frituur snacks in relatie tot regionale identiteit uitermate interessant gemaakt. De afwezigheid van materiële en kennis barrières heeft ervoor gezorgd dat het emotionele aspect van een regionale identiteit duidelijk zichtbaar werd. Verder onderzoek voor een volledig begrip van een gevoel van identiteit op basis van snacks zal ook nodig zijn, deze scriptie is slecht een aanzet hiertoe. Een aantal dingen zijn in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten die in vervolgonderzoek meegenomen kunnen worden. Op het gebied van taal is nog veel meer te onderzoeken. Er bestaan veel meer snacks die per regio verschillende benamingen hebben, maar vaak inhoudelijk op hetzelfde neerkomen. In dit onderzoek is het begrip identiteit vaak aan de oppervlakte gebleven. In het onderzoek komen verschillende percepties van verschillende mensen over hun identiteit verpakt in uitspraken over snacks aan bod. Omwille van gebrek aan ruimte en tijd heb ik links laten liggen wat de perceptie van de verschillende mensen over het begrip identiteit inhoudt. Voor dit onderzoek volstond dat de uitspraken ergens aan een gevoel van identiteit of eigenheid raakte. In verder onderzoek zal de meeste winst te behalen zijn met het uitdiepen van wat identiteit voor verschillende mensen en groepen inhoudt en hoe dit zich tot elkaar verhoudt. Ondanks dat het onderzoeksonderwerp frituur snacks op het eerste gezicht misschien wat knullig overkomt, is tijdens het onderzoek dat ten grondslag lag aan deze scriptie gebleken, dat het onderwerp zeer geschikt is om te dienen als uitgangspunt voor een onderzoek naar een zo gecompliceerd onderwerp als identiteit.

Bibliografie

Gedrukte bronnen

- 'Advertentie café-Restaurant Beel' *Venloosch Weekblad* (17 juni 1882).
- 'Advertentie café-restaurant de Post' *Limburgsch Dagblad* (30 januari 1956).
- 'Advertentie cafetaria Heck's', *Leidsch Dagblad* (27 oktober 1941).
- 'Advertentie cafetaria t' Eethuysje van Velzen', *Nieuwsblad van het Noorden* (24 augustus 1951).
- 'Ameland gek op kroket en frikandel' *De Snackkoerier* (26 april 1990).
- 'Andere kant van het dorp komt er speciaal voor' *De Snackkoerier* (1 februari 1990).
- 'Beroof een Maastrichtenaar nooit van zijn patatje zuurvlees' *De Snackkoerier* (18 januari 1989).
- 'Binnenland' *De Tijd: godsdienstig-staatkundig dagblad* (16 juli 1912).
- 'Brieven uit Limburg' *Delftsche Courant* (4 februari 1901).
- 'De beste klanten zijn nog altijd de Duitsers' *De Snackkoerier* (9 augustus 1989).
- 'De Maastrichtenaar is geen broodje-bal-mens' *De Snackkoerier* (18 april 1989).
- 'Duitse toeristen leren snacks eten in Lemmer' *De Snackkoerier* (7 juni 1989).
- 'Geef de Maastrichtenaar geen ondermaatse portie' *De Snackkoerier* (18 januari 1989).
- 'Gehaktbal deel van onze cultuur' *De Snackkoerier* (26 april 1990).
- 'Het huis van de gepofte aardappelen' *Rotterdamsch Nieuwsblad* (10 februari 1904).
- 'Het Zuiden is er dol op' *De Snackkoerier* (1 februari 1990).
- 'Inwoners willen geen andere frites' *De Snackkoerier* (26 september 1987).
- 'Kwaliteit moet beschermd worden' *De Snackkoerier* (9 november 1989).
- 'Ondernemers grijpen snel naar dezelfde saus' *De Snackkoerier* (27 september 1989).
- 'Valsche munter' *Provinciale Noordbrabantsche en 's Hertogenbossche Courant* (19 februari 1910).
- 'Ze houden ook van een schnitzel' *De Snackkoerier* (26 april 1990).

Websites

- van Vliet, Kevin, 'Potato, Potahto? Het taalkundig onderscheid tussen patat en friet geduid', *HP de Tijd* <<http://www.hpdetijd.nl/2015-08-26/potato-potahto-het-taalkundige-onderscheid-tussen-patat-en-friet-geduid>> [geraadpleegd op 2-4-2016].
- RTV Noord, 'Claimt Engeland de uitvinding van de eierbal?' <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157634/Claimt-Engeland-de-uitvinding-van-de-eierbal>> (versie 22 december 2015) [geraadpleegd op 26-6-2016].
- RTV Noord, 'Eierbal duikt op in Groninger archieven' <<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157584/Eierbal-duikt-op-in-Groninger-archieven>> (versie 21 december 2015) [geraadpleegd op 26-6-2016].

RTV Noord. 'Eierbal op lijst Immaterieel erfgoed' (versie 23 december 2015)

<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/157636/Eierbal-op-lijst-Immaterieel-Erfgoed> [geraadpleegd op 21-3-2016].

RTV Noord, 'Plaatsing eierbal op immateriële erfgoedlijst is stap dichterbij'

<http://www.rtvnoord.nl/nieuws/162660/Plaatsing-eierbal-op-immateriele-erfgoedlijst-is-stap-dichterbij> (versie 6 mei 2016) [geraadpleegd op 26-6-2016].

Literatuur

de la Bruhèze, Adri A., 'Snacks', in: Johan Schot, Harry Lintsen, Arie Rip (Red.), *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw – Deel III*, Zutphen: Walburg Pers, 2000, 353-369.

Fischler, Claude, 'Food, Self and Identity', *Social Science Information* 27 (1988) 275-292.

Jan Stroop, 'Weet wat u eet', in: Veronique de Tier (red.), *Proeven van dialect* (Groesbeek, 2005), 15-35.

Jobse-van Putten, Jozien, *Eenvoudig maar voedzaam: cultuurgeschiedenis van de dagelijkse maaltijd in Nederland* (Nijmegen 1995).

Meerman, Jacques, *Een kleine geschiedenis van de Nederlandse keuken* (Amsterdam 2015) 363.

van Otterloo, Anneke, *Eten en eetlust in Nederland (1840-1990): een historisch-sociologische studie* (Amsterdam 1990).

van Otterloo, Anneke, en Adri A. de la Bruhèze, 'Nieuwe etenswaren, nieuwe eetplakken en veranderende eetgewoonten: snacks en fastfood in Nederland in de twintigste eeuw', in: Marc Jacobs en Peter Scholliers (red.), *Buitenshuis eten in de Lage Landen sinds 1800* (Brussel 2002) 87-115.

van Otterloo, Anneke, en Adri A. de la Bruhèze, 'Snacks, snackcultuur en buitenshuis eten in Nederland, 1920-1980', *IsGeschiedenis*

http://www.isgeschiedenis.nl/archiefstukken/snacks_snackcultuur_en_buitenshuis_eten_in_nederland_1920_1980/ [geraadpleegd op 14-04-2016].

Scholliers, Peter, en Anneke Hayzen, 'Upgrading the Local: Belgian Cuisine in Global Waves', *Gastronomica* 10:2 (2010) 49-54.

Scholliers, Peter, 'Meals, Food Narratives, and Sentiments of belonging in Past and Present', in: Peter Scholliers (red.), *Food, Drink and Identity cooking, eating and drinking in Europe since the middle ages* (New York, 2001). 3-22.

Scholliers, Peter, *Food, Drink and Identity: Cooking, eating and Drinking in Europe since the Middle Ages* (Oxford & New York: Berg, 2001).

van der Velden, Lisa, 'Weg met de lijst Cultureel Erfgoed', *De Volkskrant*, (28 maart 2016).

Zuiderveld, Ubbel, 'De geografie van de frituur, Snackbar, cafetaria en alles wat ernaar riekt' (1999).