

Een halve eeuw mechanisering van de huishouding: voedselbereiding tussen 1920 en 1970

A. H. VAN OTTERLOO

De industriële revolutie in de huishouding verliep wel heel anders dan de feministes van het eerste uur zich hadden voorgesteld. De nieuwe inzichten en technieken werden vooral ingezet ter verhoging van de levensstandaard: méér hulpmiddelen, maar ook méér eisen aan de huishouding. Efficiëntie, hygiëne, huiselijkheid. . . het huisvakvrouwschap werd eensgezind gepropageerd door zowel ideële als commerciële instellingen, tot in de jaren 70 de kritiek losbarstte.

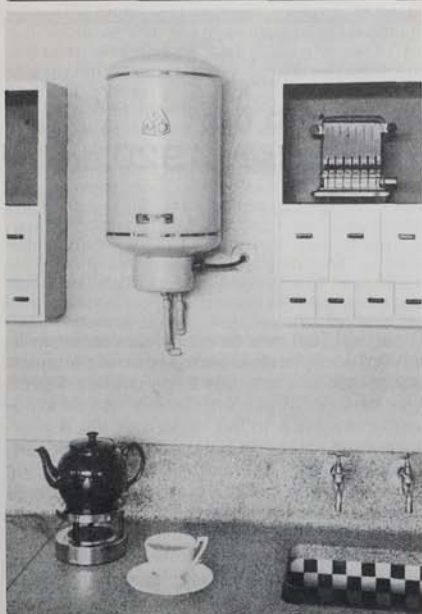
De geschiedenis van huishoudelijke arbeid heeft in het buitenland tot nu toe meer belangstelling van feministische schrijfsters gekend dan in Nederland. *Susan Strasser* (1982), *Ruth Schwarz-Cowan* (1983) en anderen benadrukken het paradoxale verloop van deze ontwikkeling voor vrouwen. De invloed van de industriële revolutie in de vorm van een toenemende beschikbaarheid van apparaten en andere voorzieningen, zoals geco conserveerd en voorbewerkt voedsel, hebben volgens haar wel tot verlichting van de arbeid, maar niet tot tijdsbesparing geleid en zeker niet direct tot een toename van het aantal buitenshuis werkende gehuwde vrouwen. *Liesbeth Bervoets* (1982) stuit bij haar onderzoek naar de beweging voor rationalisering van het huishouden in Nederland gedurende het interbellum eveneens op deze discrepantie. Het proces van verhoging van de eisen gesteld aan het verzorgingsniveau en de groeiende belangen van een expanderende industrie bij de gezinsconsumptie behoren tot de voornaamste verklaringen die voor deze ontwikkeling zijn gegeven. Statusverlies door mechanisering wordt in deze visie niet gecompenseerd door statuswinst buiten de gezinsfeer. Huisvrouwen zouden zich hebben laten manipuleren door misleidende reclame, die de vrouwenbevrijding heeft belemmerd, en dat gebeurt nog steeds in het idee.

Dit artikel gaat over de vraag hoe deze ontwikkeling hier te lande is verlopen en of de zojuist genoemde interpretatie een juist beeld geeft van de opvattingen en idealen van de vrouwen in kwestie. In het onderzoek dat ik hiernaar deed staat één huishoudelijke taak centraal: de voedselbereiding. Afgezien van de verzorging van kinderen ervaren huisvrouwen dit aspect van haar werk als het meest plezierig (*Oakley, 1974*).

Juist in de keuken en het koken is de industrialisering gedurende de afgelopen halve eeuw vergaand voortgeschreden. Hierbij zijn huisvrouwen in toenemende mate afhankelijk geworden van wat de markt haar voor de uitvoering van deze taak biedt. Het ontstaan van gescheiden sferen tussen mannen en vrouwen binnen het gezin, een gevolg van de industrialisering dat vaker is besproken, ging samen met de groei van een ander, meer complex netwerk: die tussen huishoudens en bedrijven. In dit proces speelden voorstanders van modernisering in de huishouding dikwijls een prominente rol. Uit het verzamelde materiaal moge blijken, dat vermelde feministische visie in de onderzochte periode in ieder geval niet de overheersende was. Integendeel. Belangen van huisvrouwen en fabrikanten werden veeleer gezien als in elkaars verlengde liggend.

Propaganda voor de modernisering van de keukenarbeid

De vrouwenbeweging heeft na de verwerving van het kiesrecht aan het begin van het interbellum haar grootste elan verloren. Er zijn nog enkele verenigingen die zich inzetten voor vrouwenarbeid in ruime zin, zoals de Sociaal-Democratische Vrouwen Propaganda Clubs, maar de strijdbaarheid begint te verschuiven naar het terrein van de huishoudelijke arbeid. Hier bruist het in deze periode van de initiatieven en activiteiten. De Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen, opgericht in 1912 als vakvereniging "omdat het huishouden onder-



Electrische huishoudelijke apparaten
(Electro Kookboek, 13e druk).

daad een vak is dat beter of minder goed kan worden uitgeoefend" (Jonker, 1987) gaat als brandpunt hiervan fungeren. De vereniging is voortgekomen uit het Nationaal Bureau voor Vrouwenarbeid op initiatief van *Anna Polak* en *Marie Heinen*, die huisvrouwenwerk even serieus nemen als betaalde arbeid. De Vereniging, die haar leden vooral uit de welvarende middenklasse recruteert, wil de belangen van huisvrouwen behartigen door naar wegen te zoeken om haar arbeid te verlichten. Het belangrijkste probleem van deze dames bestaat in "het nader brengen van de oplossing van het dienstbodenvraagstuk". Daarnaast streven de Huisvrouwen naar "hygiënische woningbouw en praktische woninginrichting", "het zo weinig mogelijk opvoeren van het huishoudbudget" en "het zo veel mogelijk gebruik maken van alle deugdelijke hulpmiddelen op huishoudgebied". Deze ideeën over de noodzaak van een betere vervulling van huishoudelijke arbeid zijn niet nieuw. Een andere groep vrouwen draagt al enige decennia met succes overeenkomstige opvattingen uit: de leraressen aan kook- en huishoudscholen.

Beide groepen vrouwen, kookleraresen en de leden van de Vereniging, willen "huisvrouwen meer bewust maken van de mooie taak

die zij hebben te vervullen". Dit zal uiteindelijk resulteren in een hogere waardering van haar arbeid. Daartoe maken zij graag gebruik van de toegenomen kennis op het gebied van voedingsleer en hygiëne en staan ook in andere opzichten positief ten opzichte van moderne methoden en nieuwe vindingen op huishoudelijk gebied. De praktijk van het onderwijs, vooral waar dat gericht is op de armere vrouwen, verhindert de leraressen regelmatig om deze toe te passen. De Vereniging echter, kan onbelemmerd door materiële zorgen haar voorttrekkersrol in de modernisering van het huishouden vervullen. Op dit gebied hebben zich de laatste decennia, meent zij, tal van nieuwe mogelijkheden voorgedaan die arbeid en tijd van huisvrouwen kunnen sparen. Nu goede dienstboden steeds schaarser of onbetaalbaar worden en collectieve oplossingen na de oorlog binnen de Vereniging en daarbuiten nauwelijks meer van de grond komen, is dat hard nodig. Rationalisering en mechanisering worden nieuwe manieren om het huishoudelijk werk toch gedaan te krijgen. Deze arbeid is geen sinecure en dient volgens de Vereniging te voldoen "aan onze eischen van thans".

Tot deze eisen gaan in ieder geval de gemakken behoren van stromend water, verwarming en verlichting. Vooral in de steden zijn dikwijls al voorzieningen in de woning voor de aansluiting op de leidingen voor water en gas. Daarnaast is een nieuwe energiebron in opkomst: electriciteit. Voor verlichtingsdoeleinden gaat de "flesch met licht" juist in deze periode het gas steeds meer vervangen, op straat, maar ook in de nieuwbouwwoningen voor arbeiders. Ook als krachtbron blijkt electriciteit, voorlopig nog op zeer beperkte schaal, in de huishouding te kunnen worden toegepast. Het gebruik van toestellen aangedreven door een electromotor verkeert nog in een beginstadium. In 1920 verschijnen de eerste advertenties voor stofzuigers in het Maandblad. Als warmtebron en voor de spijsbereiding worden nog voornamelijk steenkool, turf en petroleum gebruikt, maar ook dat begint te veranderen. Het gemeentegasbedrijf in Amsterdam maakt krachtig propaganda voor de aanwending van haar produkt voor deze doeleinden en in de gaswinkel in de Leidsestraat behoren gasfornuizen en -koffen tot de meest verkochte artikelen (De Koppeling, sept. 1978). In het Maandblad worden nieuwe vindingen op dit gebied uitvoerig en kritisch besproken: "Steeds meer begint de overtuiging dat gas de aangewezen brandstof voor de keuken is veld te winnen: een gevolg van het feit dat drie voorname factoren: zuinigheid, zindelijkheid en gemak door de toepassing ervan bevorderd worden"

teindelijk
y van haar
bruik van
d van voe-
in andere
moderne
huishou-
onderwijs,
ere vrou-
matig om
chter, kan
gen haar
g van het
d hebben
ij, tal van
die arbeid
paren. Nu
or of onbe-
lossingen
en daar-
komen,
n mecha-
n om het
e krijgen.
nt volgens
e eischen

de gemak-
e, verwar-
teden zijn
ng voor de
ter en gas.
ron in op-
gsdoelein-
st in deze
angen, op
woningen
blijkt elec-
beperkte
en worden
en aange-
eert nog in
shijnen de
ers in het
or de spijs-
lijk steen-
baar ook dat
ntegasbe-
tig propa-
ar produkt
rinkel in de
en -kom-
ikelen (De
Maandblad
gebied uit-
eds meer
ngewezen
e winnen:
voorname
en gemak-
d worden*

(1923). Naast een streven naar voortdurende technische verbeteringen van toestellen, valt ook de aandacht voor de vormgeving op: het Mondriaan-fornuis doet zijn intrede. Al deze gemakken gelden nog vrijwel uitsluitend voor huisvrouwen in de steden; voorlopig zijn leidingen voor het platteland technisch nog niet uitvoerbaar of te duur.

De opmars van merkartikelen

De komst van de techniek in de huishoudelijke voedselbereiding beperkt zich niet tot de voorzieningen van gas, water, elektriciteit en bijbehorende toestellen. De mechanisering strekt zich ook in toenemende mate uit tot de organische substantie, het voedsel zelf (*Giedion*, 1975). Technische ontwikkelingen in methoden van bewerking en conservering hebben voor fabrikanten nieuwe mogelijkheden geschapen. Daarnaast bieden de veranderende levensomstandigheden van stedelijke gezinnen hen kansen op tot dan toe onbenutte afzetgebieden. Producenten van beschuit, koek, conserven, margarine en vleesextract gaan zich steeds vaker richten op huisvrouwen in plaats van op leger en (handels)vloot. Het assortiment aan verduurzaamde en voorbewerkte levensmiddelen, evenals de reclame voor merkartikelen, breidt zich na 1920 in versneld tempo uit. Adverten-

ties veranderen, van loutere aankondigingen van de verkrijgbaarheid van bepaalde artikelen bij een bepaalde leverancier, in wervende teksten, dikwijls voorzien van afbeeldingen. Hiermee wordt een nieuwe fase ingeluid in het proces van toenemende vervlechting van huishoudens met de markteconomie (*van Lieshout*, 1980).

Fabrikanten van merkartikelen laten, waar mogelijk, hun waren aanbevelen door deskundigen op het gebied van hygiëne en gezondheid. Artsen zijn geliefde vertrouwenslieden, die aarzelande gebruiksters van een nieuw produkt gerust stellen op het punt van de zuiverheid en onschadelijkheid. Daarnaast wordt regelmatig een beroep gedaan op leraressen van het kook- en huishoudonderwijs. Zij kunnen, als bijkomend voordeel, deskundig geschreven recepten leveren, waarin het nieuwe voedingsmiddel op allerlei wijzen verwerkt wordt. Deze vorm van reclame manifesteert zich in talloze folders, brochures, receptenboekjes en aanbevelingen in kookboeken, die in de jaren twintig en dertig verschijnen van de hand van kookleraresen. De seizoenkookboekjes van Calvé, geschreven door Martine Wittop Koning en de folders voor Delfia en Delfrite, bak- en braadvetprodukten van dezelfde firma, behoren tot de mooiste in dit genre. Behalve de hygiënische, want machinale, bereidingswijze is ook



UNOX

vleeschwaren

IN BLIK

vervaardigd van de allerbeste kwaliteit grondstoffen, zijn geruimen tijd houdbaar. Ze kosten weinig of geen brandstof bij de bereiding en besparen moeite, daar ze voor het gebruik gereed zijn. En — wat óók belangrijk is! — er gaat *niets* verloren, want de inhoud van elk blik is voor 100% bruikbaar.

de verpakking van de artikelen een argument, dat gebruikt wordt als waarborg voor zuiverheid. Bij huisvrouwen valt deze aanbeveling in goede aarde; hygiënische gewoonten immers staan in hoog aanzien. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de volgende oproep in het Maandblad (1922): "Huisvrouwen, koopt alleen in die winkels, waar men de onverpakte levensmiddelen beveiligd voor stof en vliegenvuil".

Nog een derde aspect valt op aan de afbeeldingen en teksten van advertenties voor merkartikelen in de jaren twintig en dertig. Zij ademen krachtig de sfeer van het gezin, waarbinnen het product gebruikt dient te worden. Al deze materiële vooruitgang in efficiëntie en bereidingsgemak dient immateriële doeleinden. Een warme, veilige plek in een boze samenleving van naderende crisis en oorlogsdreiging. Daarop zijn de rationalisering van keuken en koken in het interbellum in toenemende mate gericht, ook in andere aspecten van voedselbereiding, zoals zal blijken.

De samenwerking tussen vrouwen en ingenieurs

De sociale ontstaansgeschiedenis van deze samenwerking begint aan het eind van de jaren twintig. Het is de begintijd van de beweging voor rationalisering van de huishouding in Nederland. Tijdens het internationale congres voor het huishoudonderwijs, gehouden in 1927 in Rome, ontmoeten leidsters en volgelingen elkaar. Christine Frederick, Paulette Bernège en Frau Dr. Silberkuhl-Schulte van de Wissenschaftliche Hauswirtschafts-Universität wonen het congres bij. Tot de Nederlandse delegatie behoort, naast de regeringsafgevaardigde Martine Wittop-Koning en andere vooraanstaande huishoudkundigen "een jong onbekend leraresje". Deze Corrie van der Schalk zou een centrale rol gaan spelen in de organisatie, die 5 jaar later met zoveel verve de propaganda voor de elektrische huishouding ter hand neemt: de Nederlandse Vrouwen Electriciteits-Vereeniging. Hoe dat in z'n werk ging vertelt zij me zelf (interview d.d. 17-1-1984):

"Het ging vooral om de juiste houdingen en bewegingen, en om een demonstratie van voorzieningen als het doorgeefluik. Dat was toen heel nieuw". Omdat ze "financieel onafhankelijk" is kan ze zich permitteren diverse cursussen te volgen in het buitenland, ondermeer aan het Institute for Good Housekeeping in Londen en bij Frau Dr. Silberkuhl-Schulte in Berlijn. Deze hoogleraar in de huishoudkunde heeft in Berlijn een laboratorium met proefkeuken, waar zij ondermeer research doet naar verschillen tussen het koken op kolen, gas en electriciteit. Corrie van der

Schalk vervult daar een stageperiode en juist op dat moment, het is inmiddels 1931 geworden, komt er bezoek uit het buitenland: enige heren uit Arnhem die zich omtrent deze laatste kooktechniek willen oriënteren. Het zijn ir. H. Lohr, commissaris, en prof. dr. ir. J. C. van Staveren, directeur van de Vereniging van Directeuren van Electriciteitsbedrijven in Nederland (V.D.E.N.)

Deze heren zijn hier te lande al sinds 1927 bezig om, in navolging van Zwitserland en Duitsland, de mogelijkheden te onderzoeken voor invoering van het elektrisch koken. Men verwacht van deze huishoudelijke toepassing een stroomafzet, die minder conjunctuurgevoelig is dan die in de industrie. De electriciteitsvoorziening in Nederland heeft zojuist een periode van "stormachtige ontwikkeling" doorgemaakt en allerlei nieuwe toepassingen worden gezocht en gevonden, ook op het gebied van de huishouding. In 1927 is de N.V. tot Keuring van Electrotechnische Materialen, kortweg K.E.M.A., in het leven geroepen en eveneens gevestigd te Arnhem. Voor kookdoeleinden wordt in de steden het gas steeds vaker toegepast; het is al gezegd, maar op het platteland zijn huisvrouwen nog verstoken van deze faciliteit.

Rond 1930 zijn de technische moeilijkheden zover opgelost dat een aantal electriciteitsbedrijven de concurrentie met het gas intensiveren en krachtig propaganda gaan voeren voor het elektrisch koken. Uitgebreide proefnemingen hebben dan aangetoond, dat "electriciteitslevering voor kookdoeleinden grotere winsten af zou werpen dan de gaslevering vermocht te doen" (Gedenkboek V.D.E.N. 1948). In deze propaganda zou volgens ir. Lohr een vrouw als Corrie van der Schalk precies op haar plaats zijn.

In maart 1932 komt zij in dienst van de V.D.E.N. in Arnhem om proeven te doen in de researchkeuken, ondermeer naar de hoogte van temperaturen, nodig voor de bereiding van gerechten. Daarnaast moet zij in de leskeuken demonstraties en later kookleraresen, huisvrouwen en dienstboden (laten) onderrichten in het gebruik van elektrische fornuizen. "En natuurlijk moest ik tijdens vergaderingen van de heren directeuren - het waren er 32 - zorgen voor de broodjes, de koffie en de melk". Corrie van der Schalk schrijft samen met haar latere opvolgster, Nel van den Broek, het Electro-kookboek, waarvan de eerste uitgave in hetzelfde jaar verschijnt. Haar staf breidt zich tenslotte uit tot 12 personen; dit "Bureau" van de V.D.E.N. heeft ten doel als trait-d'union te fungeren tussen huisvrouwen en electriciteitsbedrijven.

De vervlechtingen tussen ijveraarsters voor

de en juist
31 gewor-
and: enige
eze laatste
t zijn ir. H.
J. C. van
ng van Di-
en in Ne-

nds 1927
erland en
derzoeken
ken. Men
oepassing
nctuurge-
e electrici-
eft zojuist
wikkeling"
passingen
op het ge-
de N.V. tot
aterialen,
roepen en
voor kook-
gas steeds
aar op het
verstoken

eilijkheden
electriciteitsbe-
intensive-
eren voor
roefne-
at "electri-
n grotere
aslevering
k V.D.E.N.
volgens ir.
Schalk pre-

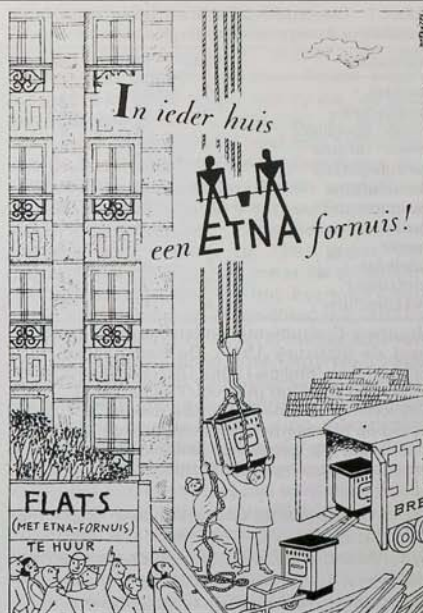
st van de
doen in de
de hoogte
bereiding
in de les-
oklerares-
(laten) on-
electricische
videns ver-
uren - het
oodjes, de
er Schalk
olgst, Nel
ek, waar-
e jaar ver-
otte uit tot
e V.D.E.N.
e fungeren
eitsbedrij-

sters voor

modernisering en fabrikanten van stroom nemen nog hechtere vormen aan. De idealen van de beweging voor rationalisering van het huishouden vertonen een sterke affiniteit met die van de geëlectriceerde keuken (vl. ook *Baudet*, 1986). Een duidelijke manifestatie daarvan is de oprichting van de Nederlandse Vrouwen Electriciteits Vereniging (N.V.E.V.) in 1932, waar ook mevrouw Van der Schalk bij betrokken is. De vereniging "heeft tot doel het bevorderen van de toepassingen van electriciteit in de ruimst mogelijke zin op elk gebied dat voor de vrouw belangrijk kan worden geacht: in de huishouding, bij ziekenverpleging en hygiëne, bij land- en tuinbouw en ieder ander gebied daarvoor in aanmerking komende" (Statuten N.V.E.V., I.A.V.). Het Bulletin, orgaan van de Vereniging, geeft een beeld van de beweegredenen en activiteiten van deze vrouwen. Het verenigingsleven is voornamelijk geconcentreerd in de plaatselijke afdelingen, die lezingen, bakwedstrijden, cursussen en theemiddagen organiseren, alles ten dienste van de verbreiding van de moderne rationele huishouding zonder dienstboden, die - het spreekt vanzelf - per definitie electrisch is.

De doeleinden van huisvrouwen en stroomproducenten zijn in de ogen van de N.V.E.V. volledig met elkaar in overeenstemming. In deze harmonische vervlechting van belangen bevindt mevrouw Van der Schalk zich op een knooppunt van verbindingen. Zij wordt, naast medewerkster van de V.D.E.N., ook directrice van het Bureau van de N.V.E.V., waar de ledenadministratie en andere zaken van belang voor de vereniging worden bijgehouden en georganiseerd. Het voorzitterschap van de vereniging werd jarenlang bekleed door mevrouw Wolthers-Arnolli (later heet ze Otte-Arnolli), afkomstig uit de Sociaal-Democratische Vrouwen Propaganda Clubs. Fabrikanten hebben in haar visie een dankbare sociale taak te vervullen: het "steeds geperfectioneerder en goedkoper maken (van de stofzuiger in dit geval, A.v.O.), opdat de grote massa van huisvrouwen, voor wie de verlichting van arbeid juist zo'n grote betekenis heeft, van dit mechanische hulpmiddel gebruik zou kunnen maken". Voor het scheppen van de mogelijkheid tot electrisch koken op het platteland, geldt hetzelfde. Huisvrouwen immers "konden eindelijk worden bevrijd van de last van een kolenfornuis en petroleum en voelden dus zeer veel voor de zindelijke, hygiënische en eenvoudige kookwijze" (Gedenboek V.D.E.N., 1948).

Wat opvalt aan haar gebundelde radiopraatjes is het toenemende, ja alles beheersende kader van het gezinsleven, waarbinnen de moderne en efficiënte manier van huishou-



den wordt geplaatst. Niet meer de verlichting van de arbeid, zoals indertijd bedoeld door Anna Polak, is allereerst het doel, maar de sfeer in huis en het "zieleleven" van huisgenoten (*Otte-Arnolli*, 1950).

Dit is het kader van vanzelfsprekendheid, waarbinnen de samenwerking tussen vrouwen en mannen, in dit geval idealistische pioniersters van een gestroomlijnd huishouden en producenten van electriciteit, gezien moeten worden. De verhoging van eisen gesteld aan de materiële verzorging, is onlosmakelijk verbonden met die aan de immateriële verzorging. Hoe groot de invloed van de ideologie bij de verbreiding van het gebruik van electrische huishoudelijke apparaten is geweest, valt niet met zekerheid te zeggen. De verlaging van de stroomprijs en de invoering van vastrechtarriven aan het eind van de jaren twintig en de groei van de welvaart na 1945 hebben zeker ook een belangrijke rol gespeeld.

Maar aan het begin van de jaren 70 wordt er nauwelijks nog propaganda gemaakt om het verbruik te stimuleren. Integendeel: oliecrisis, Club van Rome, twijfels aan de groei brengen geen optimisme over arbeidsbesparing met behulp van steeds moderner apparatuur, maar pessimisme over de verspillende overbodigheid van veel van de moderne electrische gemakken in de huishouding. De Nederlandse Vrouwen Electriciteits-Vereniging overleeft deze crisis niet. Het 40-jarig jubi-

Tabel 1. Toename in gebruik van (electrische) huishoudelijke (kook)toestellen (in %).

toestellen	1947	1964	1984
gasstel	54	51	21
gasfornuis	10	41	78
elektr. kookplaat		4	3
elektr. fornuis	7	5	14
petroleumstel	39	—	—
stookfornuis	20	4	—
broodrooster	5	22	70
grill	—	1	34
mixer	1	32	73
koelkast	2	40	86
stofzuiger	53	96	97
wasmachine	14	75	95

Bronnen: Consumentenonderzoek (Ned. Stichting voor de Statistiek 1947); De Nederlandse Huisvrouw (Nipo/Philips 1966); De Nederlandse Huisvrouw 20 jaar later (Aselect/Philips 1985).

Toelichting: Genoemde onderzoeken zijn gebaseerd op representatieve steekproeven van gezinnen zodat de gegevens, ondanks verschillen in vraagstelling, vergelijkbaar zijn.

leum wordt tevens de laatste belangrijke manifestatie. De V.D.E.N. trekt zijn steun in, waardoor de N.V.E.V. niet langer als onafhankelijke vrouwenorganisatie kan blijven bestaan en in 1973 wordt zij opgeheven.

Intussen is het gebruik van electriciteit in de huishouding bekend, bemind en onmisbaar geworden. De groei hiervan wordt in tabel 1 in beeld gebracht: de droom van de rationele keuken is gerealiseerd. Hierin past tegelijkertijd een verdergaande rationalisering en "mechanisering" van het voedsel zelf.

Riek Lotgering-Hillebrand, protagonistin van de levensmiddelenrevolutie

Riek Lotgering-Hillebrand, een bekend schrijfster en redactrice van kook- en huishoudboeken, sprak eens met een van de directeurs van Unilever over haar plan om een voorlichtingsinstituut voor huisvrouwen op te richten. Unilever zag er wel wat in en haalde dit plan en mevrouw Lotgering in 1938 in eigen huis. „Na lange en slepende onderhandelingen" wordt bepaald, dat zij in dienst komt van Unilever voor hetzelfde salaris als zij verdient als adjunct-directrice van de Nieuwe Amsterdamse Huishoudschool, waar ze tot dan toe werkzaam is; één werkdag zal bestemd blijven voor haar AVRO-kookpraatjes. Motieven voor haar overstap naar Unilever zijn niet moeilijk te raden. Na een decennia lange carrière bij het huishoudonderwijs zoekt ze een positie, waarin ze huisvrouwen op andere wijze kan voorlichten over moderne manieren om tijd en energie te sparen bij de voedselbereiding. Het Unilever Voorlichtings-

Instituut (U.V.I.) biedt die mogelijkheid. Het streven van mevrouw Lotgering naar modernisering van huishoudens en dat van Unilever naar uitbreiding van de markt vallen op deze wijze samen.

Haar oprechte wens om huisvrouwen objectief voor te lichten kan in de praktijk toch weinig anders betekenen dan het maken van reclame voor Unilever-producten. Zij bedenkt recepten en schrijft brochures, voorzien van haar handtekening. Het uitbreken van de oorlog vertraagt of verhindert plannen van fabriekanten. Het grote Unileverkookboek, praktisch gereed tot en met de blauwe banden, is nooit verschenen. De ontwikkeling naar een industriële maaltijd zet zich echter voort. De voedseldroppings aan het eind van de oorlog, wit brood met margarine, komen de producenten van dit product te stade door een verhoging van de vraag. In 1946 is Riek Lotgering te vinden in de nieuwe "Blue Band keuken", die ten dienste van de verkoop staat; het U.V.I. is inmiddels opgeheven. In deze periode worden, daarnaast, de mogelijkheden van een nieuwe methode van conserveren verkend: het diepvriezen. De oorlog heeft hier belangrijke impulsen gegeven. Mevrouw Lotgering is direct bij deze ontwikkelingen betrokken en verleent haar diensten ook aan andere bedrijven.

Enige jaren later experimenteert zij aan het hoofd van de Unilever "proefkeuken", met soep in poedervorm en andere voorbereekte levensmiddelen. Zij test ze op smaak, kleur, geur, consistentie en prijs en waakt er daarbij voor dat de bereiding niet "op koksmanier", maar op de wijze van huisvrouwen plaatsvindt. Veel van het testwerk doet zij thuis in eigen keuken, evenals Christine Frederick. Zij heeft van de fabrikanten een grote bewegingsvrijheid bedongen, die het regelmatig contact met huisvrouwen mogelijk maakt, want "aanzien doet gedenken".

Nieuwe materialen, plastic voorop, scheppen nieuwe mogelijkheden; de investeringen van het concern in de levensmiddelenbedrijven stijgt tussen 1954 en 1964 van 410 miljoen tot 1580 miljoen gulden. In 1957 gaat Unilever zich definitief op de ontwikkeling van diepvriesartikelen richten; het merk Iglo ontstaat. De "levensmiddelenrevolutie" is begonnen. De historicus van Unilever karakteriseert deze als "de opkomende bereidheid van de huisvrouw om te betalen voor het extra gemak, dat toebereide en geconserveerde levensmiddelen haar bieden" (Wilson, 1968).

Mevrouw Lotgering behoudt haar functie van "voedingsadviseuse" bij Unilever tot 1963, ver na haar pensioengerechtigde leeftijd; "ze ging gewoon niet weg". Unilever heeft intussen andere manieren bedacht om "de inbreng

van
dukt
bruil
de v
De e
cons
196
dert
Sup
diep
wint
de v
teen
verb
artik
een
kapi
197
tijdv
Maz
oms
sch
in di
van
voor
liser
resu
indu
koke
mee
naa
intu
len
aan
vers
sen

Cor

De i
hier
wikl
voer
en c
wel
tot
rein
den
niek
peri
diar
dier
ren
vroe
voor
eis
wer
en i
met
rate
zorg

lijkheid. Het ging naar moder- uit van Unilever vallen op deze

ouwen objec- tijkij toch wei- maken van re- n. Zij bedenkt voorzien van en van de oor- nen van fabri- kboek, prak- wu banden, is ling naar een nter voort. De van de oorlog, en de produ- en de verho- riek Lotgering and keuken", aat; het U.V.I. periode wor- den van een ren verkend: hier belang- vng Lotgering betrokken en ndere bedrij-

rt zij aan het keuken", met doorbewerkte maak, kleur, akt er daarbij koksmanier", wven plaats- et zij thuis in Frederick. Zij grote bewe- t regelmatig elijk maakt,

p, scheppen eringen van enbedrijven 410 miljoen gaat Unile- vng van diep- glo ontstaat. begonnen. rakteriseert eheid van de et extra ge- eerveerde le- on, 1968). functie van' r tot 1963, leeftijd; "ze heeft intus- "de inbreng

van de huisvrouw" in de ontwikkeling van produkten te garanderen en maakt daarnaast gebruik van meer indirecte methoden om achter de voorkeuren van huisvrouwen te komen. De echte doorbraak in de consumptie van geconserveerde levensmiddelen komt pas na 1960 (*Baudet*, 1986). Met de produktie veranderd ook de distributie van voedsel ingrijpend. Supermarkten met grote uitstalkasten voor diepgevroren artikelen verdringen de kleine winkelier. Albert Heijn introduceert in 1962, de welvaart stijgt nog steeds, een spaarsysteem, dat klanten recht geeft op duurzame verbruiksgoederen. Het eerste succesvolle artikel van de "Premie van de Maand Club" is een koelkast met diepvriesvak. De periode van kapitaalcrachtige "early adopters" (*Kleijngold*, 1974) is ook in Nederland veranderd in een tijdvak van massaconsumptie.

Maar aan het begin van de jaren 70 kwam de omslag. Met de kritiek op de welvaartsmaatschappij raken fabrikanten en hun produkten in diskrediet en zij niet alleen. Ook het tijdperk van de hegemonie der huishoudkundigen is voorgoed voorbij. De beweging voor rationalisering van het huishouden, die uiteindelijk resulteerde in een massale consumptie van industrieel bereide produkten voor keuken en koken, moest plaatsmaken voor de tweede, meer radicale, feministische golf. Het streven naar een moderner en welvarender leven had intussen vroeger bestaande scherpe verschillen in welstand doen vervagen. Nu kon de aandacht opnieuw gericht worden op andere verschillen in machtsverhoudingen: die tussen mannen en vrouwen.

Conclusie

De industriële revolutie in de huishouding is hier besproken door een aspect van deze ontwikkeling, de mechanisering van voedselbereiding, te belichten. De wijziging en overname van traditioneel exclusief vrouwelijke taken door bedrijven heeft niet geleid tot de opvatting, dat vrouwen haar werkterrein nu in de eerste plaats buitenshuis dienden te zoeken. De mogelijkheden van de techniek zijn, integendeel, in de beschreven periode gebruikt voor doelstellingen, die daar diametraal tegenover staan. Huisvrouwen dienden hun taken steeds perfecter uit te voeren en wel zonder dienstboden, zo zij zich die vroeger hadden kunnen veroorloven. Ook voor minder welgestelde vrouwen ging deze eis van een rationelere organisatie van haar werk binnenshuis gelden. Met het aanleren en in de praktijk brengen van efficiënte werkmethode en het benutten van nieuwe apparaten en produkten voor een "moderne" verzorging van man en kinderen, waren veel van

haar "lege" uren ruimschoots gevuld.

Deze ontwikkeling is wel een geheel andere dan de feministen van de "eerste golf" zich hadden voorgesteld. Johanne Naber waarschuwt al in 1926 tegen wat zij als "de fout der moderne vrouw" beschouwt. Zij constateert in al deze huiselijkheid een uitholling van de feministische doelstellingen van gelijkberechtiging: "den volslagen ommekeer van de maatschappelijke verhoudingen tusschen man en vrouw. . .". "Het huwelijk is het hoogste niet", meent zij, "het leven, het groote, rijke leven heeft meer te schenken dan een echtgenoot en het bezit van een eigen kind" (*Haagsch Maandblad* 5,2, 1926). Maar de tijdgeest is anders. Het opbouwen van een modern gezin door een vakkundige huisvrouw staat zo vanzelfsprekend centraal, dat andere geluiden niet worden gehoord. IJ-veraarsers voor modernisering waren niet onkritisch en hadden aanmerkingen op doelmatigheid van gebruiksvorwerpen en smakelijkheid en gezondheid van voedingsmiddelen, maar over de wenselijkheid van de produktie en voortdurende perfectionering ervan was onder haar geen discussie: die kwam pas een halve eeuw later. Fabrikanten maakten daar in hun streven naar een massamarkt van huisvrouwen gebruik van. Zij weken bovendien met hun nieuwe reclamemethoden, gericht op het moderne huishouden en gezin, niet af van andere instanties van deskundigen en overheid, die eenzelfde soort propaganda maakten. Voorlichting over betere kooktechnieken door dames van de Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen en huishoudschool verschilde niet veel van reclame voor bouillonblokken. Beide vormen van propaganda, ideële dan wel commerciële, waren nog niet scherp gescheiden. Beide groeperingen vonden elkaar in de campagnes voor modernisering. Zo raakten processen van industrialisering, rationalisering en psychologisering verweven, veronderstelden elkaar en groeiden tezamen naar hogere niveaus van welvaart en verzorging. De ontwikkeling naar een industriële huishouding en een mechanische voedselbereiding kon juist in het tijdvak tussen 1920 en 1970 zo snel en volledig haar beslag krijgen door een specifieke constellatie van economische, sociale en culturele factoren. In de hoogtijdagen van het gezin en het huisvrouwenschap, zoals ik deze halve eeuw zou willen noemen, raakten huisvrouwen en fabrikanten steeds meer op elkaar aangewezen. In de jaren 70 lijkt het moderniseringsproces voorlopig ten einde en begint een nieuw tijdvak. Alle welvaart, comfort en gemak worden ter discussie gesteld, ook en misschien wel juist in de huishouding. Vrouwen gaan haar gemo-

derniseerde gezinnen als een gevangenis ervaren. Zij keren zich af van wat fabrikanten aan Monatoetjes en keukensnufjes aanbieden. De industriële revolutie in de huishouding heeft vrouwen immers niet bevrijd en de taakverdeling tussen mannen en vrouwen binnens- en buitenshuis niet gewijzigd? In dat kader moet de feministische kritiek worden begrepen die *Strasser* en anderen leveren op de rol van fabrikanten en huishoudkundigen: zij zouden huisvrouwen hebben gereduceerd tot slaafse consumenten. In dit artikel heb ik geprobeerd te laten zien hoe de pioniersters van het rationaliseringsstreven er, althans in Nederland, zelf over dachten. Hieruit blijkt dat de maatstaven van de tweede feministische golf niet straffeloos kunnen worden toegepast op de hoogtijdagen van het huisvrouw-schap. In de betrekkingen die huishoudens en bedrijven, vraag en aanbod, met elkaar gingen vormen, was het aandeel van (deskundige) vrouwen substantiël dan wel is be-weerd.

Dit onderzoek naar een aspect van industrialisering is gebaseerd op primaire bronnen, zoals advertenties en reclamefolders, archieven en vraaggesprekken. Daarnaast is gebruik gemaakt van gedenkboeken en andere secundaire literatuur.

Summary

In this article processes of mechanisation within Dutch households in the period 1920-1970 are discussed. Research material is presented regarding one important aspect of women's householdtasks: the preparing of meals. The data are obtained from advertisements in women's magazines, propaganda leaflets, (business)articles and taperecorded interviews. During the period 1920-1970 housewives became more dependant on market supplies for practising their cooking jobs. It is shown that in this process women engaged in the movement for rationalisation of the household played a pioneering role. The development towards industrialisation within the kitchen is set into the framework of feminist discussions about the detrimental effects for the status of women.

Literatuur

- Baudet, H.*, 1986. Een vertrouwd wereld. 100 jaar innovatie in Nederland. Amsterdam, Bert Bakker.
- Bervoets, L.*, 1982. Telt zij wel of telt zij niet. Een onderzoek naar de beweging van de rationalisatie van huishoudelijke arbeid in de jaren twintig. Amsterdam, Publ. Sociologisch Instituut U.v.A..
- V.D.E.N.*, 1948. Gedenkboek Vereeniging van Directeuren van Electriciteitsbedrijven. Arnhem.
- Giedion, S.*, 1975. Mechanization takes command. A contribution to anonymous history. New York, Norton and Co.

- Jonker, I.*, 1987. Huisvrouwenvakwerk. 75 Jaar Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen. Baarn, Bosch en Keuning.
- Klyngold, H. P.*, 1974. Adoption of new food products. An investigation into the Existence and the Character of Food Innovators. Tilburg, University Press.
- Lieshout, J. van.* 1980. Het kan wel op al is het lekker. Het dagelijkse leven van kleine man tot Jan Modaal zichtbaar gemaakt in 50 jaar reclame. Bussum Unieboek.
- Oakley, A.*, 1974. The sociology of housework. London, Robertson.
- Otte-Arnolli, A. J.*, 1950. Gesprekken met huisvrouwen. Utrecht, Erven Bijleveld.
- Schwartz-Cowan, R.*, 1983. More work for Mother. The ironics of household technology from the Open Hearth to the Microwave. New York, Basic Books.
- Strasser, S.*, 1982. Never Done. A history of American Housework. New York, Pantheon Books.
- Wilson, Ch.*, 1968. Unilever in de tweede industriële revolutie. 's-Gravenhage (Ned. bew. H. Baudet).

Auteur

Drs. A. H. (Anneke) van Otterloo, part-time verbonden aan de Universiteit van Amsterdam, Vakgroep Sociologie en Geschiedenis, Oude Hoogstr. 24, 1012 CE Amsterdam. Zij werkt aan een proefschrift over eetgewoonten in Nederland sinds de industriële revolutie.

In memoriam

Op 24 juni j.l. overleed ir. C. M. (Jeanne) van 't Klooster-van Wingerden op de leeftijd van 49 jaar. Ongeveer 10 jaar geleden kreeg zij de opdracht de Verzorgingstechnologie inhoud en vorm te geven binnen de Huishoudwetenschappen aan de Landbouwniversiteit. Met haar enthousiasme en strijdvastheid wist ze hierbij collega's en studenten te motiveren en te inspireren. Aan de Huishoudwetenschappen laat zij niet alleen haar eigen publicaties na, ze was ook nauw betrokken bij de initiatieven voor de bundels: "Huishoudkunde in Nederland" (1978), "Daar zorgen we voor" (1984) en "Woonecologie, tussen consumptie en existentie" (1989).

Haar grote gevoel voor humor heeft haar zelfs in de laatste fase van de ongelijke strijd om haar eigen bestaan niet in de steek gelaten. Iets van de leegte die zij achterlaat op de Dreyenborch werd door een collega treffend getypeerd: "Jeanne, je kunt ons nu niet meer met een geestige opmerking helpen je eigen heengaan te relativiseren".

TV

Is

A. M.

Op 2
Diec
vakg
bou
kom
Spre
dive
(o.a
men
en v
gedi
doel
blen
deur
voor
vent

Dr.
Lanc
kort
houc
kere
indu
onts
dens
rege
gevo
gepa
tie in
rafel
ving
dern
arme
terne
overl
Het i
uitge
onde
word
bij la
mag
het h
verbe
en e
lone

Profe
econ

Tijds