

13 september 1921

Eerste Amerikaanse fastfoodrestaurant geopend

De onstuitbare hamburger

McDonald's en Burger King, deze namen schieten ons meteen te binnen bij de term 'fastfood'. Gevraagd naar de begintijd, zal menigene denken aan glanzende Amerikaanse sleeën met veel chroom en karakteristieke fifties-vleugels die door een space age drive-in glijden. De American Dream van de jaren 1950 in optima forma.

Toch liggen de wortels van de Amerikaanse fastfoodindustrie ongeveer 35 jaar eerder, toen knetterende zwarte T-Fordjes nog het straatbeeld bepaalden. Van een firma McDonald's had nog nooit iemand gehoord. Het eerste hamburgerrestaurant had hagelwitte muren en middeleeuws aandoende torentjes en kantelen: het op 13 september 1921 geopende oerfiliaal van fastfoodketen White Castle. Plaats van handeling: Wichita, Kansas.

Buy 'em by the Sack

Achter de eerste White Castle zat een bijzondere filosofie. Hamburgers hadden aan het begin van de 20ste eeuw een uiterst twijfelachtig imago. De meeste Amerikanen waren ervan overtuigd dat alleen de allerbelabberdste kwaliteit rundvlees ervoor werd vermalen en het hielp niet mee dat ze vanaf walmende grillplaten werden verkocht door groezelige straatverkopers in vette kraampjes.

Met het 'White Castle System of Eating Houses' gooiden oprichters Billy Ingram en Walt Anderson het roer radicaal om. Ieder 'Castle', zoals zij hun restaurants noemden, had exact dezelfde strakke inrichting: een grill, een toonbank, vijf barkrukken en twee mannelijke koks in smetteloos witte kleding. Het moderne interieur was opgetrokken uit chroom en hagelwitte tegeltjes. Een schoonmaker, eveneens in smetteloos wit, hield alles permanent proper. Ook het uiterlijk was overal exact hetzelfde. Het contrasterende

De hamburger bleef in de Verenigde Staten geliefd als snelle hap buiten, bijvoorbeeld op 'state fairs', meerdaagse festivals op het platteland waar competities werden georganiseerd – de mooiste koe, de beste bieten – en waar landbouwproducten en nieuwe machines tentoongesteld werden. Op de foto's: kok bereidt hamburgers op de state fair in Donaldsonville (Louisiana), en een toeschouwer bij een wedstrijd mais-pellen in Marshall County (Iowa), 1939 (Library of Congress).

middeleeuwse kasteelthema was een bewuste keuze: het moest enerzijds onvergankelijkheid uitstralen en anderzijds reinheid – vandaar de witte verf. Hygiëne stond centraal. Ingram verklaarde trots: 'De dagen van de vieze, vette hamburger zijn geteld!'

Een andere troefkaart die Ingram en Anderson uitspeelden, was snelheid. 'In plaats van naar een restaurant te moeten en een half uur te wachten op de middaglunch, kan men een nabijgelegen White Castle binnenstappen en een hete, sappige hamburger eten die direct van de grill komt,' aldus Ingram. Klanten werden aangemoedigd om hamburgers mee te nemen, ook door het geringe aantal zitplaatsen. 'Buy 'em by the Sack' was de slogan die prominent op de gevel van iedere White Castle stond geschilderd, naast de bescheiden prijs van 5 cent per hamburger. Het eten kon zo snel en goedkoop worden aangeboden, omdat het allemaal in grote hoeveelheden in standaardverpakkingen uit de fabriek werd aangeleverd. Bovendien hanteerden Ingram en Anderson



een gestroomlijnd menu: naast hamburgers was er alleen koffie, Coca-Cola en appeltaart te koop. De standaardisatie van White Castle zou hét model voor de hele fastfoodindustrie worden.

Hot Hamburger

Het concept was namelijk een doorslaand succes. Mensen stonden in de rij voor de naar huidige maatstaven kleine 'sliders', zoals de hamburgers van White Castle werden genoemd. Het duurde dan ook niet lang of Ingram en Anderson konden nieuwe vestigingen openen, eerst extra filialen in Wichita en daarna in steeds meer steden in het Midden-Westen van de Verenigde Staten. Al gauw werden er zoveel hamburgers verkocht dat het White Castle System kon worden uitgebreid met eigen slachterijen voor het vlees, bakkerijen voor de broodjes en een fabriek voor papieren servetten, schorten en hoedjes. Dit laatste scheelde aanzienlijk in stomerijkosten.

Ingram schetste in het decembernummer van het bedrijfsblad *Hot Hamburger* de verkopen in 1925: 'Stelt u zich een rij broodjes voor van 265 kilometer lang, 41 vrachtwagenladingen hamburgervlees – ieder 2000 kilo zwaar – twee wagonladingen uien, drie wagonladingen augurken, 6900 emmers van 20 liter koffie en dan heeft u een idee.'

De mannen van White Castle, die met een eigen bedrijfsvliegtuig rondvlogen om het reilen en zeilen binnen hun hamburgerimperium scherp in de gaten te houden, waren ook niet vies van wat gewiekste marketing. Om te bewijzen dat er niets mis was met

hun hamburgers, werd een student van de University of Minnesota gevraagd om – in een verre voorloper van de documentaire *Super Size Me* uit 2004 – dertien weken lang alleen maar sliders en water te consumeren. De conclusie van het onderzoek was (natuurlijk) dat dit prima kon.

National Dish of the USA

De klanten van White Castle waren het hier roerend mee eens. Ingram en Anderson hadden een gouden formule in handen en de tijdgeest mee. In de 19de eeuw was de Amerikaanse eetcultuur nog gebaseerd op de gerechten die immigranten 'van thuis' mee hadden genomen naar de nieuwe wereld. Als gevolg van urbanisatie, modernisatie en industrialisatie werd buiten de deur eten in de VS rond 1900 gemeengoed. Zo lunchten arbeiders in grote steden vaak bij foodtrucks naast fabrieken.

Tegelijkertijd zorgden deze drie processen er samen voor dat de bevolking cultureel, etnisch en politiek homogener werd. Dit uitte zich ook op culinair vlak. Uit alle etnische invloeden ontstond één nationale eetcultuur. Ingram en Anderson hadden domweg het juiste idee op het juiste moment. Dankzij hen begon de hamburger aan een onstuitbare opmars tot National Dish of the USA, een gerecht dat alle bevolkingsgroepen wilden eten.

Saturday Night Fever

Maar waarom denkt iedereen dan bij fastfood aan McDonald's en Burger King als het allemaal met White Castle begon? Dat komt omdat Ingram, die Anderson in 1933 uitkocht, ervoor koos om alle restaurants in eigen beheer te houden, terwijl het slimme van de latere McDonald's-eigenaar Ray Kroc schuilde in het op grote schaal franchisen van zijn formule. Andere restaurantketens volgden dit voorbeeld. Ze konden zo sneller uitbreiden en zijn ze overal ter wereld terug te vinden, terwijl White Castle een Amerikaanse keten bleef. Ingram kon dan in 1961 wel als eerste trots melden 1 miljard hamburgers te hebben verkocht, het ongeveer twintig jaar jongere McDonald's presteerde hetzelfde in 1963 en streefde White Castle al snel in verkoopaantallen ver voorbij. In de VS heeft White Castle – nog steeds in handen van de familie Ingram – inmiddels een cultstatus bereikt. Diverse artiesten refereren er aan in muzieknummers en in de film *Saturday Night Fever* uit 1977 brengt een jonge John Travolta na een nacht op de dansvloer een middernachtelijk bezoek aan een White Castle. Amerikaanse fastfoodrestaurants draaien immers 24/7 en dat al vanaf het prille begin in 1921.

Begin 20ste eeuw ontstond in met name Joods Amsterdam ook een nieuwe snelle snack-cultuur: gespecialiseerde broodjeswinkels gingen broodjes met bijvoorbeeld pekelvlees of kroketten verkopen. In 1934 legde huishoudschoollerares Mej. M.J. Krabbe op film uit hoe je zulke 'oer-Hollandse' kroketten maakt.

Scan de QR-code voor kook-tv avant la lettre of ga naar <https://geschiedenismagazine.nl/fastfood-geschiedenis>



Ivo van de Wijdeven is historicus en politiek analist.

