

Eenieder die zowel oude als nieuwe Nederlandse suikerzakjes in zijn of haar verzameling heeft, zal het zijn opgevallen hoeveel verschil is tussen toen en nu. Geen klepzakjes met etsen van individuele uitspanningen meer, maar suikersticks of “stickbags” van grote koffiebedrijven, met abstracte ontwerpen en het woord “suiker” in een hoop talen. Vergelijk bijvoorbeeld het zakje van een ramenzetter in Apeldoorn (uit 1959, met klassieke Van Oordt-achterkant) met het zakje van Deli2Go, waarop een stuk of tien vertalingen worden gegeven.



Op een dag terwijl ik mijn tanden stond te poetsen kwam ik tot het inzicht dat er over dat verschil best een serieus onderzoek te schrijven zou zijn. Suikerzakjes weerspiegelen de maatschappij die hen voortbrengt; als de zakjes vroeger allemaal ééntalig waren, en er nu een hele hoop talen op staan, moet dat toch ergens iets mee te maken hebben. Zaak is eerst om aan te tonen dat er in de afgelopen eeuw daadwerkelijk iets is veranderd op de suikerzakjes, en wat dan zoal.

Uit die badkameroverpeinzing is vervolgens een masterscriptie over suikerzakjes ontstaan. Hoe meer data, hoe beter de casus, dus ik heb het onderzoek niet slechts op mijn eigen verzameling gebaseerd, maar ook intensief gebruik gemaakt van onder andere de catalogi op Suikerzak.nl. Bij wijze van bedankje voor de noeste archiveringsarbeid, en om andere verzamelaars te laten meegenieten en wellicht meedenken, wil ik hier schrijven over de vergelijkende onderzoekjes in de scriptie.

De eerste vergelijking die ik hier wil bespreken betreft oude en nieuwe suikerzakjes uit Den Haag. Hoezeer ze ook is veranderd in de afgelopen eeuw, heeft de stad toch al een tijd een relatief stabiele positie binnen het land als Hofstad, waar zich ook alle buitenlandse ambassades bevinden. Er is dus redelijk wat buitenlandse invloed. Bovendien is de stad groot genoeg dat zich er zat café's en eettentjes bevinden – er is in al die jaren een behoorlijke schat aan suikerzakjes uitgedeeld.

Teneinde suikerzakjes uit twee verschillende periodes met elkaar te vergelijken, moeten er eerst selecties van zakjes worden gemaakt waarvan met enige zekerheid gezegd kan worden uit welke periode die komen. In veel verzamelingen ontbreken echter de data waarop de specifieke zakjes zijn verzameld; ze zelf uitzoeken kan in bepaalde gevallen wel (bijv. op basis van het [uittreksel op deze website](#)), maar is toch vrij arbeidsintensief, zeker als je een selectie van duizenden zakjes hebt. In dit onderzoekje naar Haagse zakjes heb ik dus enerzijds Haagse zakjes uit mijn eigen verzameling genomen – 55 in totaal – en anderzijds zakjes op deze website, bijeengebracht d.m.v. de zoekfunctie van de catalogus – een stuk of 4000. Ik ben zelf in 2006 met verzamelen begonnen, dus mijn zakjes komen allemaal uit het afgelopen decennium; de zakjes in de Suikerzak.nl-catalogus schijnen voornamelijk uit de “gouden eeuw” van het suikerzakjesverzamelen te komen, van de jaren 50 tot de jaren 70. Deze analysemethode is niet erg precies, maar geeft wel snel veel interessante resultaten die je vervolgens met andere methoden in meer detail kan uitzoeken of bewijzen.

Zo kan je bijvoorbeeld de verschillende namen van Den Haag opzoeken. Mijn Suikerzak-catalogus-zoekopdracht gaf voor **'s-Gravenhage 1920** resultaten, en voor **Den Haag 1638** resultaten. Op de zakjes uit mijn eigen verzameling wordt echter uitsluitend “Den Haag” gebruikt. Het gebruik van de officiële naam is dus substantieel afgenomen. Daarbij moet wel aangetekend worden dat de

Suikerzak-catalogus zakjes waarop “Den Haag” staat soms onder de plaatsnaam “’s-Gravenhage” categoriseert; het gebruik van de officiële naam was destijds dus ook al minder dan de cijfers suggereren. Overigens gaf de zoekterm **The Hague** 19 resultaten, en **La Haye** 17. De zakjes waarop deze namen werden gebruikt lijken vooral van op buitenlandse elite gerichte etablissementen te zijn, bijvoorbeeld Hotel “Ambassador” en *Private club* “’t Jagertje”. In mijn eigen verzameling komen geen buitenlandse namen voor Den Haag voor, maar het is maar een kleine selectie en ik ben niet bij *Private clubs* naarbinnen geweest, dus misschien vandaar.

De toename in het gebruik van vreemde talen is overduidelijk. Op de grote hoofdmoot van de Haagse zakjes op Suikerzak.nl wordt enkel Nederlands gebruikt. Op de 71 zakjes uit Leidschendam op Suikerzak.nl staat bijvoorbeeld geen woord Engels, Frans of Duits (op hier en daar een leenwoord à la “importrice” na). Maar van de zakjes in mijn eigen verzameling zijn slechts 25 van de 55 ééntalig. Op 22 van mijn zakjes wordt er Engels gebruikt; op 9 zakjes zelfs als de eerste taal, vóór Nederlands.

Anders dan ik gedacht had is echter niet alleen het gebruik van Engels sterk toegenomen, maar het gebruik van vreemde talen als geheel. Frans komt 14 keer voor, Duits 11 keer, Italiaans 7 keer en verder Spaans, Zweeds, Pools, Hongaars en Portugees. De talen worden voornamelijk gebruikt om vertalingen van het woord “suiker” te geven. Engels in het bijzonder soms ook voor verdere toevoegingen. Op een zakje van Lebkov & Sons bijvoorbeeld staat op de voorkant “Lebkov & Sons – Good food – Biologische rietsuiker 4g”, dus Engels voor de merknaam en een pakkende toevoeging, en Nederlands voor de, laten we zeggen, technische details. Op de achterkant volgt in vier talen: “Biologische rietsuiker – Organic cane sugar – Bio Rohrzucker – Sucre roux bio equitable”.

Wat opvalt is dat de zakjes van onafhankelijke café’s en restaurants vaker ééntalig zijn dan die van grote ketens, die meer locaties hebben dan alleen in Den Haag. De grote voortrekker daarbij is natuurlijk McDonald’s, met wel 9 talen op het McCafé-zakje, maar ook bijvoorbeeld de Hema en Bagels & Beans hebben behoorlijk meertalige zakjes. Van de 40 ketenzakjes in mijn selectie zijn maar 14 ééntalig, tegenover 12 van de 15 zakjes van onafhankelijke bedrijfjes. Deze ontdekking draagt meteen een verklaring aan voor het verschil met de oude zakjes; het idee van een “franchise” met een uniforme huisstijl is namelijk pas in de jaren 50 uitgevonden, in Amerika. Vanaf eind jaren 50 vond het geleidelijk invoer in Nederland. Vóór die tijd waren er al wel ketens, maar vaak met een grotere maat van onafhankelijkheid. De verschillende locaties van de V&D mochten bijvoorbeeld in grote mate hun eigen suikerzakjes bestellen. Hierop wil ik in het volgende onderzoekje verder ingaan.