

Ananas

[www.meulenhoff.nl](http://www.meulenhoff.nl)

Lex Boon

*Ananas*

EEN GESCHIEDENIS IN  
OPZIENBARENDE VERHALEN  
EN ONVERWACHTTE ONTMOETINGEN

MEULENHOF

ISBN 978-90-290-9236-4

ISBN 978-94-023-0962-1 (e-book)

NUR 320

Omslagontwerp: Mijke Wondergem

Auteursfoto: © Linda Stulic

Zetwerk: Steven Boland

© 2019 Lex Boon en Meulenhoff Boekerij bv, Amsterdam

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, internet of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

*Voor M., E. en L.*









In mijn herinnering ging het als volgt. Het was een donderdagavond. Ik zat thuis, op onze woonboot in de Amstel, televisie te kijken. Zij was naar IKEA geweest en kwam terug met een cadeau dat ze achter haar rug probeerde te verbergen. Ik veerde op van de bank en wist niet goed wat ik moest vinden van de wonderlijke plant die ik in mijn handen gedrukt kreeg.

‘O ja, de ananasplant,’ zegt ze nu, vijf jaar later.

Het is lang geleden dat ik haar stem hoorde. Ze lijkt al een beetje een Duits accent te hebben. ‘Die kocht ik voor je bij IKEA. Daar was ik voor iets kleins, een prullenbak of zo. Ik had zo’n aanval van huis veranderen. En toen nam ik een ananas voor je mee.’

‘En?’ vraag ik.

Het blijft stil. Veel meer weet ze niet te vertellen over de dag van de ananasplant.

Ik aarzel even en stel dan de vraag.

Waarom gaf ze mij eerst die ananasplant en maakte ze het vervolgens uit om met een andere jongen naar Berlijn te vertrekken?

‘Je bedoelt dat ik je een ananas als soort van *substitute* heb gegeven? Zo van: hier, heb je een ananas. Nou, doe!’ De lach die volgt heb ik lang niet gehoord.

‘Ja, zoiets,’ zeg ik, weifelend.

‘Nee, natuurlijk niet, ik heb die ananas niet met voorbedachten rade gekocht.’

Tot nu toe was ik in de veronderstelling dat het zich allemaal – de mail van hem die ik per ongeluk las, de ruzie, de tijdelijke verhuizing, het bericht dat ze met hem had gezoend, de verkoop van onze gezamenlijke spullen op de vlooiemarkt, het ‘dus het is nu echt uit?’, de mededeling dat ze met hem naar Berlijn ging, de lange e-mails, de verwijten, het gedoe met de rekeningen – binnen enkele dagen en volslagen onverwacht had voltrokken.

Volgens haar is het anders gegaan en zaten er weken tussen de ananas en haar vertrek. Bovendien had ik al maanden kunnen zien aankomen dat na zes jaar het einde van onze relatie naderde. Het was klaar. Op.

Ze klinkt geërgerd. Vanouds, bijna. Alsof ik nog steeds niet snap dat het niet meer werkte, zij en ik samen.

Nu ik haar zo spreek, weet ik dat ze gelijk heeft: het waren een paar moeilijke maanden in een vrij slecht jaar, dat achteraf gezien vol zat met mislukte vakanties en andere tekenen van afkalkende liefde.

Ik herinner me opeens dat ze tijdens een ruzie in de weken na de ananasplant had verteld dat ze had gehoopt dat ik vreemd zou gaan, toen zij een maand zonder mij in India zat. Dan was het makkelijker voor haar geweest om het uit te maken.

‘Dus in dit verhaal ben ik de vriendin die jou alleen met de ananas heeft achtergelaten?’ Ze zucht.

De ananasplant was voor haar blijkbaar een betekenisloos detail geweest. Toch vraag ik haar er nog eens naar: kan ze echt niet meer vertellen over de dag dat ze naar IKEA ging?

‘Ik kocht de ananasplant omdat ik wist dat je die leuk zou vinden. Natuurlijk ging het een week voordat het uitging ook niet goed. Het ging al heel lang niet goed. Maar dat betekent toch niet dat je geen cadeautjes voor elkaar kunt kopen? Ik zag

een ananas en wist dat je superblij zou zijn met een ananas. Het is echt zo typisch. Dat je nu... ohhh, ik kan me... agh. Je maakt er weer een mooi verhaal van. Dat is knap, maar wel typisch. En dat het dan vervolgens zo'n loop neemt. Dat het zo gigantisch uit de hand loopt. Met die ananas.'



# I

**Z**e is weg en in de lichtbruine plastic plantenpot groeit een kleine, groene ananas. Hij balanceert boven op een stengel die kaarsrecht uit een aloë vera-achtige plant met langwerpige, stevige en donkergroene bladeren steekt.

De vrucht is ongeveer zo groot als een aardappel, met vijf lagen schubben. De kroon van de ananas lijkt op de bladeren van de plant, maar dan veel kleiner. Stekeliger ook. Het lijkt wel alsof daar weer een smalle stengel uit zou kunnen komen, met daarbovenop een nog kleinere ananas.

Op het kaartje staat ‘ananas’. Niet iets als *annånåsen*, zoals je zou verwachten bij een IKEA-product. Ze heeft er 7,99 euro voor betaald, ontdek ik online. Daar leer ik ook dat de wetenschappelijke naam *Ananas comosus* is en dat de tropische plant tot de bromelia’s behoort, een familie van eenzaadlobbige planten. Columbus trof de vrucht in 1493 aan op Guadeloupe, tijdens zijn tweede ontdekkingsreis, en nam hem mee naar Spanje. Vervolgens raakte de Europese elite al snel in de ban van de ananas. Aldus Wikipedia. Ik lees dat iedere plant maar één vrucht geeft; daarna is de plant nutteloos. Wel groeien er uit de planten zij-scheuten, die kunnen uitgroeien tot nieuwe ananasplanten. En ook vanuit de kroon van een ananas kan er een nieuwe plant worden opgekweekt.

De Spanjaarden noemden de vrucht *piña de Indes*, de ‘den-

nenappel van de indianen'. De Engelsen namen die aanduiding over, waardoor de halve wereld nu het woord *piña* of *pineapple* gebruikt voor wat wij een *ananas* noemen. Nederland behoort namelijk tot het deel van de wereld dat via de Fransen het Tupi is gevolgd, de taal van de gelijknamige indianenstam in Brazilië die de vrucht eeuwen geleden *nanas* noemden. Vrij vertaald: uitmuntende vrucht. Dankzij de Tupi heet de ananas in Estland bijvoorbeeld *ananas*, in Hongarije *ananász* en in Litouwen *ananasas*.

Er blijken ook landen te zijn met een heel eigen variant. Op YouTube vind ik een filmpje van een ananasverkoper op het strand van Ipanema in Brazilië die, gekleed in een ananaspak, heel hard '*abacaxi*' roept. En ik lees dat in China, tijdens het Midherfstfestival, maancake met vulling van *boluo* wordt gegeten.

De vrucht die in mijn ananasplant groeit noem ik een bonsai-ananas. Het is een perfect volmaakte miniatuurversie van iets waarvan ik nooit heb geweten en me nooit heb afgevraagd hoe het eigenlijk groeit. De enige associatie die ik voorheen had bij de ananas was Hawaiï.

Nu ze is vertrokken, moet ik ook weg. De huur van de woonboot waar we de laatste jaren hebben gewoond kan ik in mijn eentje niet opbrengen. Via via kom ik terecht in De Pijp, een negentiende-eeuwse arbeiderswijk in Amsterdam die is gegentrificeerd tot populaire wijk vol cafés en koffiezaken. Een walhalla voor een 27-jarige vrijgezel. Voor vijfhonderd euro per maand kan ik mijn intrek nemen in een zolderruimte op vierhoog van een hoekpand, met uitzicht op de Albert Cuyp en de bouwput van de nieuwe metrolijn.

De deur zit verborgen tussen twee winkelpuien, waarachter zich een smal trappenhuis bevindt. Na de derde verdieping moet je gebukt de laatste trap oplopen, tot je op een smalle gang met drie zwarte deuren komt: de slaapkamer, het toilet en de woonkamer.

De ruimtes zijn stoffig en staan nog vol rotzooi van een kunstenaar die er jarenlang heeft gewerkt maar lang geleden is vertrokken. De muren zitten vol scheuren, op de vloer liggen kromgetrokken platen. In de kamer van tien vierkante meter waar ik zal gaan slapen, op de hoek van het pand, kijk je tegen de dakconstructie aan en voel je het tochten. In het hokje voor het toilet zit alleen een gat in de grond, de deuren kunnen niet goed dicht, elektriciteit moet nog worden aangesloten en de gaskachel is kapot. Het is ook geen officiële woonruimte: in de gemeentelijke systemen gaat het slechts tot driehoog.

Ik had ook een soort-van-huisgenoot. In het midden van mijn woonkamer, van ongeveer twintig vierkante meter, zit een deur naar het appartement van mijn buurman. Die kan niet goed op slot, waardoor we altijd bij elkaar naar binnen kunnen lopen. Ook deel ik met hem een douche, die zit ingebouwd in een wat viezig hokje in de hoek van mijn kamer. Daarin zitten twee deuren, zodat je vanuit beide kamers naar binnen kan.

Toch ben ik meteen verkocht: het zijn de twee grote, hoge ramen aan de voorkant en de twee lichtkoepels in het plafond die het appartement zijn charme geven. Na twee weken hard klussen is het ook nog eens bewoonbaar en verhuis ik mijn spullen. Onder een van de lichtkoepels zet ik haar afscheidscadeau neer. De lichtkoepels hebben de werking van een kas en in dit huis zal de kleine ananas vast uitgroeien tot een volwaardige vrucht.

In de weken die volgen hou ik mijn ananas nauwlettend in de gaten. Soms kan ik minutenlang staren naar de plant, denkend aan waar het is misgegaan. En omdat ik daar toch niet uitkom, dwalen mijn gedachten steeds vaker af naar de ananasplant zelf. Wat groeit er eigenlijk een mysterieuze vrucht in. De robuuste designschil heeft een patroon zo druk dat het maar moeilijk te volgen is waar de lijnen precies beginnen, heengaan of eindigen. Als een soort optische illusie, waarbij het onduidelijk is wat je precies moet zien en je dus maar blijft staren.



In de supermarkt begin ik opeens te letten op de kaartjes die aan de ananassen hangen. Veel supermarkten verkopen ananassen van hun eigen merk met hun eigen logo, maar er zijn ook merken als Dulce Gold, Fyffes Gold, Sunny Boy, BonSweet, Del Monte Gold, Unifruit en Dole Tropical Gold te vinden. De toevoeging *gold* is opvallend, net zoals de beschrijving *extra sweet*. Zou er ook een *less sweet* zijn?

Op sommige kaartjes staat een getal, meestal een 7, soms een 6. Een keer zie ik een 9. Dat is de maat, vertelt de manager van de groente- en fruitafdeling van mijn supermarkt. Het getal is gebaseerd op het aantal ananassen dat in een doos past. Het is eigenlijk vrij simpel: van de buitencategorie maat 5 passen er vijf in een doos, van de kleine ananassen met maat 9 gaan er negen in.

De prijzen in de supermarkt variëren tussen 1,49 en 2,25 euro, onafhankelijk van de maat. Als ik erover nadenk lijkt dat best goedkoop, voor iets wat aan de andere kant van de wereld in de grond wordt gestopt, vast lang moet groeien, dan wordt geoogst, verpakt en dan nog naar Europa moet worden getransporteerd. En hoe komen ze hier eigenlijk? Met het vliegtuig of een schip?

Wat ik wel weet: ze komen vooral uit Costa Rica. Ik heb al tientallen kaartjes in de supermarkt omgedraaid, maar nooit een ander land zien staan dan de kleine republiek in Centraal-Amerika. Als ik op de Albert Cuyp een keer een ananas uit Panama tegenkom, voor slechts 99 cent, voelt dat als een belangrijke ontdekking. LA DONA OF PANAMA staat er op het kaartje.

‘Wow, een ananas uit Panama,’ zeg ik enthousiast tegen de marktkoopvrouw. ‘Hij komt gewoon van de centrale markt, hoor. Bij de Jan van Galenstraat in West,’ antwoordt ze.

Ik koop de ananas en bestudeer thuis het label, een lelijk geprint en slecht vormgegeven kaartje met daarop een tekening



van een vrouw met een strohoed. ‘La Dona met haar panama-hoed is een eerbetoon aan onze oprichter, Edna Barrios de Vergara, en haar traditie van zorg en aandacht voor iedere ananas,’ lees ik op het kaartje. ‘Ons fruit gedijt in een perfect tropisch klimaat, niet ver van het Gatúnmeer, waar water en zonneschijn in overvloed zijn, wat resulteert in superieure kwaliteit, kleur en zoetheid in iedere ananas.’

Door de marketingpoëzie op het kaartje van La Dona of Panama dringt het pas echt tot me door dat de ananas al een hele reis heeft afgelegd, voordat ik hem op de markt in Amsterdam kocht. Ik googel een plaatje van het Gatúnmeer, zie diepgroen water met dichtbeboste eilanden en een stralende zon. Was ik maar naar de ananas gereisd, in plaats van de ananas naar mij, denk ik.

Edna Barrios de Vergara googel ik ook. Zij blijkt in 2000 aan het hoofd te hebben gestaan van een samenwerkingsverband van boeren dat stekjes van de ananasplant uit Costa Rica importeerde om in Panama een ananasindustrie op poten te kunnen zetten. Met succes: uit cijfers van FAOSTAT, de Voedsel- en Landbouworganisatie van de Verenigde Naties, blijkt dat Panama in 2010 bijna 100.000 tot ananas heeft geproduceerd, ruim vijf keer zoveel als in 2000.

Dat is alleen niets vergeleken met de export van Costa Rica, dat volgens de data het grootste ananasproducerende land ter wereld is. Het land, met nog geen vijf miljoen inwoners, op een oppervlakte maar iets groter dan Nederland, is goed voor een derde van alle ananassen in de wereld.

Dat blijkt een vrij recente ontwikkeling te zijn: de industrie in Costa Rica is pas vanaf de eeuwwisseling gegroeid. Dat is vooral te danken aan de toegenomen consumptie van verse ananas. Neem Nederland: in 1996 werd er hier 2,5 miljoen kilo ananas per jaar geconsumeerd. In twintig jaar tijd werd dat 35 keer zoveel, met meer dan negentig miljoen kilo per jaar. Ooit was het een uitzondering als je een verse ananas in de supermarkt

trof. Nu is de ananas net zo gewoon als een appel of een banaan en staan er automatische snijmachines met de naam Pine-omatic in de winkels.



Op een zaterdagavond, het is tegen kwart voor elf, haast ik me naar het Amstelstation. Ik heb zojuist in een opwelling een ticket voor de nachtbus naar Berlijn gekocht, die een half uur later zal vertrekken.

Dit is het plan: ik ga haar terugwinnen. Hoe precies weet ik nog niet, maar de rit duurt een uur of tien, dus ik heb genoeg tijd om iets te bedenken.

Ik woon inmiddels al een paar maanden in mijn nieuwe huis. Dat de deuren niet goed op slot kunnen en ik vrijwel geen meubilair heb vind ik niet zo'n probleem. Vervelender blijkt de strenge winter te zijn. In mijn slaapkamer, waar ik de dakconstructie slechts aan een kant slordig heb afgewerkt met een gipsplaat, daalt de temperatuur soms tot onder nul.

Een elektrische deken helpt een beetje, maar slapen doe ik slecht en 's ochtends ben ik vroeg wakker. Omdat ik geen gordijnen heb, maar vooral vanwege de bouwput naast mijn huis. Vanaf een uur of zes in de ochtend beginnen de werkzaamheden aan het nieuwe metrostation, waarbij een grote gele hijsinstallatie vlak langs mijn slaapkamerraam beweegt en bij iedere achterwaartse beweging een luid en schel waarschuwingssignaal geeft.

Ik probeer om niet al te vaak thuis te zijn. Ik werk in Rotterdam, als beginnend journalist voor de site van een krant, en duik na het werk vaak het café in, om een trein ver na de spits terug te pakken naar Amsterdam. Een keer besluit ik maar in Rotterdam te blijven – ik moet de volgende ochtend weer vroeg op mijn werk zijn – en boek ik voor veertig euro een kamer in Hotel Turkuaz. Ik lig de hele nacht wakker op een keihard en

vies bed, terwijl er via de brandtrap mensen de gang op komen van wie ik vermoed dat het dealers, pooiers en prostituees zijn. Een andere keer slaap ik beter, als ik de nachttrein terug naar huis neem. Wel word ik beroofd wakker op Amsterdam Centraal, zonder de tas met daarin mijn MacBook.

Thuis koken doe ik niet. Ik eet vaak op het station, in een eetcafé of haal iets in mijn nieuwe buurt die bezaaid is met fast-foodketens, houtovenpizzeria's, burgerzaken, toko's en noodle-tentjes. Als ik thuis ben, denk ik – starend naar de ananasplant – vooral aan haar en waarom ze me eigenlijk had verlaten.

De Eurolines-bus komt om kwart over negen 's ochtends aan op het Zentraler Omnibusbahnhof am Funkturm, waarna ik de U-bahn naar Kreuzberg neem, de wijk waar ze nu woont. Ze heeft me eens verteld dat ze iedere zondag op een rommelmarkt in een park staat, waar ze haar zelfgemaakte ducttape-portemonnees verkoopt. Ik gok erop dat het park ergens in Kreuzberg is en dat als ik daar rondstruin ik haar vanzelf tegenkom. In de tussentijd denk ik na over welke krachtige zin ik zal uitspreken, waardoor ze meteen weer mee terug naar Amsterdam gaat. Ik loop door Park am Gleisdreieck, Viktoriapark, Volkspark Hasenheide en Görlitzer Park, maar nergens is een markt te bekennen. Rond het middaguur besluit ik maar eens te googelen waar er zondag in Berlijn markten zijn. Het blijkt in Mauerpark te zijn, aan de andere kant van de rivier de Spree bij Prenzlauer Berg. Zeker een uur wandelen. Haast heb ik niet, want ik begin steeds meer op te zien tegen de ontmoeting. Ik ben moe vanwege de slechte nacht in de bus, ik heb dezelfde oude kleren aan als de dag daarvoor en ik heb al zeker 24 uur mijn tanden niet gepoetst. Is dit wel echt een goed plan?

Bij het park zie ik haar meteen, aan de overkant van de straat. Ze zit achter een kleed op een van de brede stoepen voor de ingang. In Duitsland verkopen ze blijkbaar ducttape in neokleuren, want voor haar liggen felgele en roze portemonnees.

Ze zien er een stuk beter uit dan de logge, grijze en kleverige ducttape-portemonnee die ik in mijn broekzak heb.

Waar ik geen seconde rekening mee heb gehouden, is de mogelijkheid dat ze niet alleen is. Ze zit naast haar nieuwe vriend, wijn te drinken in de zon.

Ik draai me om en loop snel in de richting waar ik vandaan kwam. Wat te doen? Ik wil weg. Maar nu ik ze heb gezien, voelt het ook vreemd om niet even gedag te zeggen. Ik blijf stilstaan. Stel dat ze mij zien weglopen, aan de overkant van de straat. Zouden ze dan niet kunnen denken dat ik ze aan het stalken ben?

Ik besluit maar naar ze toe te lopen. De laatste restjes van het strijdkrachtige idee van de avond daarvoor, dat ik hier ben om haar terug te winnen, verdwijnen bij het oversteken van de straat. Zo nonchalant mogelijk probeer ik het kleedje te benaderen.

‘Hé, hoe gaat het?’ zeg ik stamelend en schaapachtig glimlachend als ik hen zie, waarna ik laat vallen dat ik ‘toevallig in de buurt’ ben.

Ze vraagt of ik erbij wil komen zitten. Hij is eigenlijk best aardig en biedt me een glas wijn aan. Daar zitten we dan. Hij rechts van zijn vriendin, ik links van mijn ex. We keuvelen wat over de evolutie die haar ducttape-portemonnees de afgelopen maanden hebben doorgemaakt. Daarna valt het stil. ‘Ik moet maar eens gaan,’ zeg ik, terwijl ik opsta. ‘Ik moet morgen werken.’

Met mijn telefoon boek ik een prijzige terugvlucht voor die avond. In Die Ständige Vertretung drink ik een stuk of tien glazen Kölsch en in mijn hoofd vormt zich een plan. Een briljant plan, zo vind ik op dat moment.



‘Weet je waarom pizza Hawaï pizza Hawaï heet?’

Ik sta onder de douche met uitzicht op de kamer van mijn buurman – doordat hij altijd wasgoed over zijn douchedeur

hangt, kan die nooit helemaal dicht – als ik me opeens herinner dat mijn oudere broer deze vraag vroeger, in de jaren negentig, altijd stelde als ergens het woord ‘pizza’ viel. De eerste keer dat ik het antwoord hoorde was ik oprecht verbaasd.

‘Omdat de meeste ananassen ter wereld van Hawaï komen.’

Hawaï. Ik zat nog in de brugklas en vond pizza niet lekker, maar Hawaï vond ik fascinerend. Het was het magisch klin-kende tropische eiland – ik wist nog niet dat het er meer wa-ren – aan de andere kant van de wereld, waarvan ik het grappig vond om het uit te spreken als ‘Hawai-ie-ie’. Ik kende het van de aflevering van *Married with Children* waarin Al Bundy een schoenverkoopwedstrijd wint, een eerste klas ticket naar Honolulu krijgt, maar door zijn familie uiteindelijk niet verder komt dan de luchthaven van Chicago. Hawaï, zo leerde ik, was een plek waar je naar moest verlangen. Volgens mijn broer was het dus ook nog een ananasparadijs en ik was op dat moment verzot op de blikjes met schijven ananas, die mijn moeder weleens voor me in de supermarkt kocht.

Nu besef ik dat mijn broer al die jaren ongelijk heeft gehad. Ik spring onder de douche vandaan, droog me snel af en kruip in mijn boxershort achter mijn laptop om het bewijs te vinden. In de database van FOASTAT komen 92 landen voor waar de ananas wordt geproduceerd, voornamelijk in een strook van drieduizend kilometer ten noorden en ten zuiden van de evenaar. Costa Rica staat bovenaan de ranglijst, gevolgd door Brazilië, Filipijnen en Thailand. Pas op plek 25, ingeklemd tussen Bangladesh en Kameroen, tref ik de Hawaïaanse eilanden aan – samen met de rest van de Verenigde Staten. Hawai-ie-ie het epicentrum van de ananasindustrie? Dat blijkt het al sinds de jaren zestig niet meer te zijn. En eigenlijk was het dat niet eens zo heel lang.



Niemand weet wie de ananas naar Hawaï bracht. Op 11 januari 1813, ruim drie eeuwen nadat Columbus de ananas aantrof op Guadeloupe, schrijft de Spaanse horticultuurist don Francisco de Paula Marín terloops in zijn dagboek dat hij die dag ananassen heeft geplant. Het is de eerste melding van ananasactiviteit op Hawaï, maar Marín besteedt er zo weinig aandacht aan dat de ananas waarschijnlijk al een bekende plant was. Er zijn vermoedens dat de Britse ontdekkingsreiziger James Cook, die in 1778 de eerste Europeaan was die de eilanden bezocht, de ananasplant meenam, maar hard bewijs daarvoor ontbreekt.

Tot een maand voor het begin van de twintigste eeuw gebeurde er in Hawaï weinig noemenswaardigs op ananasgebied. Er werd weleens geprobeerd kleine ladingen naar het Amerikaanse vasteland te varen, maar die reis was zo lang dat de meeste ananassen het niet overleefden. Soms werden ze halverwege de tocht maar verkocht aan voorbijvarende walvisvaarders. Het belangrijkste agrarische product van Hawaï was suiker.

Alles veranderde toen de 22-jarige James Drummond Dole in november 1899 in Honolulu arriveerde, met een afgeronde bachelor landbouw aan Harvard op zak. Dole was eigenlijk van plan om zich op de productie van koffie te storten, maar raakte al snel overtuigd dat er met ananas veel meer geld te verdienen viel. In de zomer van 1903 verkocht Dole zijn eerste partijen ingeblikte ananas.

Die eerste jaren groeide het bedrijf van Dole hard, maar alles kwam in 1907 tot stilstand door een economische crisis op het vasteland van Amerika. Dole en zijn concurrenten raakten de ananas aan de straatstenen niet kwijt: zeventig procent van de productie bleef in de pakhuizen liggen in die jaren.

In een vergadering kwam de hele industrie bijeen om te overleggen hoe ze Amerikanen aan de ananas konden krijgen. Dat werd, onder leiding van Dole, eerst geprobeerd met het ver-

spreiden van recepten met ananas als belangrijkste ingrediënt. Al snel bleek er een makkelijkere manier te zijn om ingeblikte ananas te verkopen: met mooie vrouwen in korte rokjes.

Daarvoor kon de ananasindustrie handig gebruikmaken van het beeld van Hawaï dat was neergezet door een andere opkomende branche: het toerisme. De eilandengroep werd gepromoot als een vakantiebestemming waar je werd omringd door hula-danseressen en boven het vuur geroosterde varkens met appels in hun mond – een kitscherig en sterk geromantiseerde variant op de tradities van de grotendeels verdwenen eerste bewoners van de eilanden. De vrouwen in de promotiecampagnes waren jong, slank en bruin. Wel hadden ze Europese gezichten, want het moest allemaal niet te exotisch zijn.

De ananasproducenten haakten weer aan bij dit nieuwe beeld. Op de eerste blikjes stonden vooral foto's van ananasvelden of afbeeldingen van de Ginaca-machine, de uitvinding waarmee een ananas in een tel van zijn schil kon worden verlost. Langzaam veranderde dat in blikjes met honderden variaties op dezelfde thema's. Op de labels stonden palmbomen, zandstranden, ukeleles en vooral: knappe vrouwen met weinig kleren met een strategisch geplaatste ananas in de hand.

*And if you can't visit Hawaii this year...* luidde de tekst boven een advertentie in 1924, waarin werd uitgelegd hoe je met een blikje ananas een stukje Hawaï in huis kon halen. Het was dan een soort Hawaï dat eigenlijk alleen in de reclames, films en toeristenresorts bestond, maar het zorgvuldig gecreëerde imago had effect. De ingeblikte ananas werd razend populair. Dertig jaar na de komst van Dole werd een groot deel van de wereld voorzien van Hawaïaanse ananas. Het eiland Lanai, dat Dole in 1922 kocht, vormde ooit de grootste ananasplantage ter wereld.

De ananasproductie op Hawaï bleef tot eind jaren vijftig groeien, maar het naderende einde werd aangekondigd toen concurrent Del Monte de wereld vanuit de Filipijnen begon te

voorzien van veel goedkoper geproduceerde ananas. Vanaf de jaren zestig verdwenen de ananasvelden van de eilanden. Wat rond die tijd wel ontstond en bleef: de pizza Hawaiï.

‘De exacte datum weet ik niet meer, maar het moet ergens in 1962 zijn geweest,’ vertelt Sam Panopoulos me aan de telefoon, vanuit het Canadese dorp Chatham.

Ik heb zijn naam gevonden in een oud krantenartikel van *The Toronto Sun*, waarin hij wordt genoemd als de uitvinder van de pizza Hawaiï. De eerste Panopoulos in Chatham die ik bel blijkt een familielid te zijn, de tweede is Sam zelf.

Hij vertelt dat hij ruim tachtig jaar geleden werd geboren in Griekenland en dat zijn familie na de Tweede Wereldoorlog op een boot naar Canada stapte, om daar een nieuw leven te beginnen. Het was bij een tussenstop in Italië dat hij voor het eerst een pizza at, hoewel dat volgens hem niet meer was dan ‘een opengesneden broodje met spaghettisaus’.

Zijn familie vestigde zich in de stad Chatham, op 85 kilometer van de Amerikaanse grens bij Detroit, waar hij samen met zijn broers Elias en Nikitas een restaurant opende: Satellite. Destijds maakte bijna niemand in Canada nog pizza, dus Panopoulos begon met experimenteren. Ook met ham en ananas, omdat er toevallig een blikje ananas in de keuken stond. Hij noemde het de pizza Hawaiï, naar de plek waar het blikje vandaan was gekomen.

Veel meer valt er volgens hem over die eerste pizza met ham en ananas niet te vertellen, ook al was het destijds ongewoon om zoete en zoute smaken te mixen. ‘Ik deed het erop, proefde het, vond het lekker en begon het te verkopen.’

De pizza Hawaiï werd al snel een hit. Een wereldhit, die zowel geliefd als verguisd is. Vijftig jaar na de uitvinding van de pizza Hawaiï zijn er zelfs Facebookpagina’s als *‘Pineapples do not belong on pizzas’* met honderd keer zoveel *likes* als de pro-ananaspagina. En dat was nog voor de IJslandse president Guðni