

Inhoud

Woord vooraf 9

DEEL EEN

Enthousiastelingen, pioniers en andere varianten van
bescheiden genialiteit 17

*Voor een worm die in een mierikswortel zit, is de wereld een
mierikswortel'*

De straatventer 19

Ron Popeil en de verovering van de Amerikaanse keuken

Het raadsel van de ketchup 51

*Mosterd is nu verkrijgbaar in tientallen varianten. Waarom
is ketchup hetzelfde gebleven?*

'Blowing up' 71

*Hoe Nassim Taleb de onvermijdelijkheid van rampen om-
zette in een beleggingsstrategie*

Kleur bekennen 99

*Haarverfen de verborgen geschiedenis van het naoorlogse
Amerika*

De vergissing van John Rock 127
*Wat de uitvinder van de anticonceptiepil niet wist over de
gezondheid van vrouwen*

Wat de hond zag 157
Cesar Millan en de bewegingen van het meesterschap

DEEL TWEE

Theorieën, voorspellingen en diagnoses 183
'Alsof je op de snelweg rijdt en door een rietje kijkt'

Publieke geheimen 185
*Enron, 'geheime' informatie en de gevaren van te veel
informatie*

Murray, de man van een miljoen 215
*Waarom we problemen als dakloosheid makkelijker kunnen
oplossen dan in de hand houden*

Het probleem met het plaatje 239
*Mammografie, het luchtmachtpotentieel en de grenzen van
het zien*

Even lenen 265
*Zou een beschuldiging van plagiaat een leven moeten
verwoesten?*

De puntjes verbinden 291
De paradoxen van de hervormingen bij de inlichtingendienst

De kunst van het falen 313

Waarom sommige mensen verstarren en andere in paniek raken

Explosie 333

Wie is schuldig aan een ramp als de explosie van de Challenger?

Niemand, en daar moeten we mee leren leven

DEEL DRIE

Persoonlijkheid, karakter en intelligentie 347

“Je zult zien dat hij een pak draagt met twee rijen knopen.

Dichtgeknoopt.” En zo was het ook’

Laatbloeiërs 349

Waarom denken we dat genialiteit hetzelfde is als vroegrijpheid?

De meeste kans van slagen 371

Hoe neem je mensen aan als je niet weet wie geschikt is?

Gevaarlijke geesten 395

Criminele profilering is geen kunst

De mythe van het talent 419

Worden slimme mensen overschat?

Nieuwe jongens krentenbrood 439

Wat komen we bij sollicitaties nu echt te weten?

Herrieschoppers 461

Wat pitbulls ons kunnen leren over criminaliteit

Woord vooraf

— I —

Toen ik nog klein was, glipte ik vaak mijn vaders studeerkamer binnen en bladerde door de papieren op zijn bureau. Hij is wiskundige. Hij schreef met potlood op millimeterpapier: lange rijen keurig geschreven getallen en figuren. Ik zat op de rand van zijn stoel en bekeek elke pagina niet-begrijpend en vol verbazing. Het leek me ten eerste wonderbaarlijk dat hij betaald werd voor iets wat mij toen als nonsens voorkwam. Maar ik kon vooral niet begrijpen dat iemand van wie ik zoveel hield als van mijn vader, elke dag in zijn hoofd iets deed wat ik met geen mogelijkheid kon begrijpen.

Wat ik doormaakte, was een vorm van wat psychologen het probleem van 'andere geesten' noemen. Een eenjarig kind denkt dat zijn vader en moeder liga's net zo lekker vinden als hijzelf: hij begrijpt nog niet dat andere mensen andere gedachten in hun hoofd hebben dan hij. De sprong naar het inzicht dat pappa en mamma liga's misschien niet zo lekker vinden als hijzelf, is een van de grote cognitieve mijlpijlen in de menselijke ontwikkeling. Peuters raken gefascineerd door de ontdekking dat er andere geesten zijn, die van de hunne verschillen, en eigenlijk raken we die fascinatie zelfs als volwassenen nooit kwijt. (Waarom zijn tweejarigen zo vermoeiend? Omdat ze bezig zijn systematisch het fascinerende en volkomen nieuwe idee te testen dat iets wat zijzelf leuk vinden, door hun ouders misschien helemaal niet leuk wordt gevonden.) Wat is het eerste wat

we willen weten als we een arts tegenkomen? Niet wat hij doet. We weten wel ongeveer wat een arts doet. We willen antwoord op de domme en voor de hand liggende vraag hoe het is om de hele dag met zieke mensen bezig te zijn. We willen weten hoe het *voelt* om een arts te zijn, omdat we zeker weten dat dat heel anders voelt dan om de hele dag achter een computer te zitten of op school les te geven of auto's te verkopen. Dit soort vragen is niet dom of voor de hand liggend. Nieuwsgierigheid over het innerlijk leven van het dagelijkse werk van andere mensen is een van de meest fundamentele menselijke impulsen; door diezelfde impuls is het boek geschreven dat u nu in uw handen hebt.

– 2 –

Alle verhalen in *Wat de hond zag* zijn eerder verschenen in *The New Yorker*, waaraan ik bijdragen lever sinds 1996. Van de talloze artikelen die ik in die periode heb geschreven, zijn dit mijn favorieten. Ik heb ze onderverdeeld in drie categorieën. De eerste sectie gaat over enthousiastelingen en wat ik de kleinere genieën zou willen noemen: niet Einstein en Winston Churchill en Nelson Mandela en de andere reusachtige architecten van de wereld waarin we leven, maar mensen als Ron Popeil, die de Chop-O-Matic (keukenhakmachine) verkocht, en Shirley Polykoff met haar beroemde vraag: 'Does she or doesn't she? Only her hairdresser knows for sure' (Doet ze het of doet ze het niet? Alleen haar kapster weet het). De tweede sectie gaat over theorieën, over manieren om ervaringen te rangschikken. Hoe moeten we denken over daklozen, financiële schandalen of een ramp

als het ongeluk met de Challenger? In de derde sectie worden vragen gesteld bij de voorspellingen die we over andere mensen doen. Hoe weten we of iemand slecht is, of slim, of iets heel erg goed kan? U zult zien dat ik mijn twijfels heb over de kwaliteit van deze oordelen van ons.

In de betere stukjes gaat het me niet zozeer om wat we zouden moeten denken, maar om een beschrijving van hoe mensen die denken over daklozen of ketchup of financiële schandalen, echt denken over daklozen of ketchup of financiële schandalen. Want daar draait het om. In mijn eentje weet ik niet wat ik moet concluderen over het Challenger-ongeluk. Dat is koeterwaals voor me: keurig geschreven, niet-ontcijferbare rijen getallen en figuren op millimeterpapier. Maar als we dat probleem nu eens bekeken door de ogen van iemand anders, vanuit het hoofd van iemand anders?

U zult bijvoorbeeld een verhaal tegenkomen waarin ik het verschil probeer te beschrijven tussen verstarren en in paniek raken. Dit stukje was geïnspireerd door het fatale vliegtuigongeluk van John F. Kennedy Jr. in juli 1999. Hij was een beginnend piloot in slecht weer en hij 'raakte de horizon kwijt', zoals piloten zeggen, en maakte een spiraalduik naar beneden. Daarom liet ik me door een piloot meenemen in hetzelfde soort vliegtuig waarin Kennedy vloog, in hetzelfde soort weer, en ik liet hem een spiraalduik uitvoeren. Dit was niet bedoeld als stunt. Het was noodzakelijk. Ik wilde weten hoe het *voelde* om op die manier met een vliegtuig te verongelukken; want als je het ongeluk wilt begrijpen, is het gewoonweg niet genoeg om alleen maar te weten wat Kennedy deed. 'Het plaatjesprobleem' gaat over de interpretatie van satellietbeelden, zoals de foto's die de

regering-Bush dacht te hebben van de massavernietigingswapens van Saddam Hoessein. Ik raakte geïnteresseerd in dat onderwerp toen ik een middag bij een radioloog had gezeten die mammografieën beoordeelde en die halverwege (volkomen ongevraagd) begon te vertellen dat de problemen die hij en zijn collega's tegenkwamen bij het interpreteren van röntgenfoto's, volgens hem veel moesten lijken op de problemen die de CIA had met het interpreteren van satellietfoto's. Ik wilde weten wat er in hem omging, en hij wilde weten wat er in CIA-agenten omging. Ik weet nog dat ik op dat moment helemaal duizelig werd. En dan is er het artikel waarnaar dit boek is genoemd. Het is een portret van Cesar Millan, de zogenaamde hondenfluisteraar. Millan kan de meest boze en verwarde dieren kalmeren door ze met een hand aan te raken. Wat gebeurt er in Millans hoofd wanneer hij dat doet? Dat inspireerde me tot het schrijven van het stukje. Maar toen ik halverwege mijn verslag was, besepte ik dat er een nog betere vraag is. Wat gaat er om in het hoofd van de *hond* wanneer Millan zijn toverkunstje uitvoert? Dat is wat we echt willen weten: wat de hond zag.

– 3 –

De vraag die mij het vaakst wordt gesteld, is: hoe kom je aan je ideeën? Daar kan ik nooit een goed antwoord op geven. Meestal zeg ik iets vaags, bijvoorbeeld dat mensen me dingen vertellen, of dat mijn redacteur Henry me een boek geeft dat me aan het denken zet, of dat ik het gewoon niet weet. Toen ik deze bundel aan het samenstellen was, leek het me goed om dit eens en voor al uit te vissen. Er

staat bijvoorbeeld een lang en wat ongewoon stuk in het boek over waarom niemand ooit een ketchup heeft verzonden die tegen Heinz op kan. (Wat voelen we als we ketchup eten?) Dit idee kwam van mijn vriend Dave, die in het kruidenierswezen zit. We lunchen af en toe samen en hij is iemand die over dit soort dingen nadenkt. (Dave heeft ook een paar fascinerende theorieën over meloenen, maar dat is een idee dat ik voor later ga bewaren.) Er is ook een verhaal getiteld ‘Kleur bekennen’, over de vrouwen die de aanzet tot de haarverfmarkt hebben gegeven. Ik begon hieraan omdat ik op de een of andere manier het idee kreeg dat het leuk zou zijn om over shampoo te schrijven. (Ik denk dat ik wanhopig op zoek was naar een onderwerp.) Vele interviews later zei een geërgerde reclamepersoon tegen me: ‘Waarom schrijf je in ’s hemelsnaam over shampoo? Haarverf is veel interessanter.’ En dat is het ook.

De truc met het opdoen van ideeën is jezelf ervan te overtuigen dat alles en iedereen een verhaal te vertellen heeft. Ik zeg ‘truc’, maar ik bedoel eigenlijk ‘uitdaging’, omdat het iets heel moeilijks is. Ons menselijke instinct zegt tenslotte dat de meeste dingen niet interessant zijn. We zappen langs de tv-kanalen en wijzen er tien af voordat we er bij één blijven hangen. We gaan naar een boekhandel en we bekijken twintig romans voordat we er een uitkiezen. We filteren en rangschikken en oordelen. We moeten wel. Er is ook zoveel om ons heen. Maar als je een schrijver wilt zijn, moet je elke dag tegen dat instinct vechten. Shampoo lijkt niet interessant? Verdorie, het moet gewoon interessant zijn, en als het dat niet is, brengt het me uiteindelijk bij iets wat wel interessant is. (U mag beoordelen of ik in dit geval gelijk had.)

De andere truc voor het opdoen van ideeën is het verschil tussen macht en kennis ontdekken. Van alle mensen die u in dit boek zult tegenkomen, zijn er maar weinig machtig of zelfs maar beroemd. Dat bedoelde ik toen ik zei dat ik het meest geïnteresseerd ben in kleine genieën. Als je op zoek bent naar het verhaal, moet je niet bovenaan beginnen. Je begint ergens in het midden, omdat in deze wereld de mensen in het midden het echte werk doen. Mijn vriend Dave, die me over de ketchup vertelde, is iemand uit het midden. Hij heeft met ketchup gewerkt. Zo is hij aan die kennis gekomen. Mensen aan de top zijn zich (terecht) sterk bewust van wat ze zeggen, omdat zij de positie en het voorrecht hebben om te beschermen; en deze bewustheid is de vijand van ‘interessant-zijn’. In ‘De straatventer’ komt u Arnold Morris tegen, die op een zondag in zijn keuken aan de Jersey Shore zijn verkooppraatje over de Dial-O-Matic voor me hield: ‘Kom maar hier, mensen. Ik ga jullie de geweldigste snijmachine vertonen die je ooit hebt gezien,’ begon hij. Hij pakte een pakje barbecuekruiden op en gebruikte dat als rekwisiet. ‘Kijk hier eens naar!’ Hij hield het omhoog alsof hij een Tiffany-vaas in zijn handen had.

Hij hield het omhoog alsof hij een Tiffany-vaas in zijn handen had. Dat is waar je de verhalen vindt. In iemands keuken aan de Jersey Shore.

Ik heb in mijn jeugd nooit schrijver willen worden. Ik wilde advocaat worden. En tijdens mijn laatste studiejaar besloot ik dat ik de reclame in wilde. Ik solliciteerde bij achttien re-

clamebureaus in Toronto en kreeg achttien afwijzingsbrieven die ik naast elkaar aan de muur hing. (Ik moet ze nog wel ergens hebben.) Ik overwoog verder te studeren, maar daarvoor waren mijn cijfers eigenlijk niet goed genoeg. Ik solliciteerde naar een beurs om voor een jaar naar een exotische plaats te gaan en werd afgewezen. Schrijven was wat ik uiteindelijk ging doen bij gebrek aan beter, om de eenvoudige reden dat ik me pas heel laat realiseerde dat schrijven een *baan* kon zijn. Banen waren serieuze en intimiderende dingen. Schrijven was leuk.

Na mijn studie werkte ik zes maanden bij een klein tijdschrift in Indiana, genaamd de *American Spectator*. Ik ging naar Washington DC waar ik een paar jaar als freelancer werkte en uiteindelijk terechtkwam bij de *Washington Post*, en daarna kwam ik bij *The New Yorker*. Al die tijd ben ik schrijven leuk blijven vinden en ik hoop dat dat blijkt uit de stukjes die u gaat lezen. Ik vind niets zo frustrerend als iemand die een stuk leest van mij of iemand anders en dan boos zegt: 'Ik geloof er niks van.' Waarom zijn ze boos? Goed schrijven staat of valt niet met overredingskracht, in elk geval niet het soort schrijven dat u in dit boek zult aantreffen. Het staat of valt met de mate waarin het u boeit, aan het denken zet, een glimp laat zien van wat er in het hoofd van iemand anders gebeurt, zelfs al concludeert u aan het eind dat u niet echt in het hoofd van die andere persoon zou willen zijn. Ik heb deze verhalen 'avonturen' genoemd, omdat ze als zodanig bedoeld zijn. Veel plezier.

DEEL EEN

Enthousiastelingen, pioniers en andere varianten van bescheiden genialiteit

‘VOOR EEN WORM DIE IN EEN MIERIKSWORTEL
ZIT, IS DE WERELD EEN MIERIKSWORTEL’

De straatventer

RON POPEIL EN DE VEROVERING VAN DE
AMERIKAANSE KEUKEN

— I —

Het buitengewone verhaal van de Ronco Showtime Rotisserie & BBQ begint bij Nathan Morris, de zoon van schoenmaker en voorzanger Kidders Morris, die in de jaren tachtig van de negentiende eeuw uit Groot-Brittannië kwam en zich vestigde in Asbury Park, New Jersey. Nathan Morris was een straatventer. Hij ventte keukengerei van Acme Metal uit Newark op wandelpromenades, in voordeelwinkels en op de plattelandsmarkten langs de Atlantische kust. Begin jaren veertig richtte Nathan N.K. Morris Manufacturing op en produceerde hij de KwiKi-Pi (een soort tang om brood te roosteren boven vuur), en de Morris Metric Slicer (een handvleessnijder). Misschien kwam het door de Depressie en het gebrek aan banen, of misschien doordat Nathan Morris zo overtuigend was in dit nieuwe beroep, maar de leden van zijn familie volgden hem een voor een in deze branche. Zijn zonen Lester Morris en Arnold (het Mes) Morris werden zijn verkopers. Hij hielp zijn zwager Irving Rosenbloom, die op Long Island een fortuin zou maken in plastic artikelen, inclusief een handrasp die zo goed was dat Nathan dat apparaat eerde met zijn eigen Dutch Kitchen Shredder Grater (een keukenschaaf/rasp). Hij ging samenwerken met zijn broer Al, wiens zoons ook straatventers waren, samen met de slungelige Ier

Ed McMahon. In de zomer vlak voor de oorlog nam Nathan zijn neef Samuel Jacob Popeil als leerling aan. S.J., zoals hij werd genoemd, was zo geïnspireerd door zijn oom Nathan dat hij vervolgens Popeil Brothers oprichtte, gevestigd in Chicago, en de wereld voorzag van de Dial-O-Matic, de Chop-O-Matic en de Veg-O-Matic. S.J. Popeil had twee zonen. De oudste was Jerry, die jong stierf. De jongste is bekend bij iedereen die ooit op tv 's avonds laat een infomercial heeft gezien. Zijn naam is Ron Popeil.

In de jaren na de oorlog waren er veel mensen die van de keuken hun levenswerk maakten. Bijvoorbeeld de Klinghoffers uit New York, van wie er een (Leon) onder tragische omstandigheden stierf in 1985 tijdens het incident met de Achille Lauro, waarbij hij in zijn rolstoel overboord werd geduwd door Palestijnse terroristen. Ze maakten in de jaren vijftig de Roto-Broil 400, een van de eerste grills voor thuis, die door Lester Morris werd verkocht. Dan was er Lewis Salton, die aan de nazi's was ontsnapt met een Engelse postzegel uit zijn vaders verzameling in zijn bezit. De opbrengst daarvan stak hij met succes in een gereedschappenfabriek in de Bronx. Hij bezorgde de wereld de Salton Hotray, een soort voorloper van de magnetron; tegenwoordig verkoopt Salton Inc. de George Foreman Grill.

Maar geen enkele concurrent kon het echt halen bij de Morris-Popeil-clan. Ze waren het eerste familiebedrijf van de Amerikaanse keuken. Ze trouwden met beeldschone vrouwen, verdienden geld als water, gapten elkaars ideeën en lagen 's nachts wakker terwijl ze manieren bedachten om uien zo te snijden dat de enige tranen die je erbij vergoot, tranen van vreugde waren. Ze geloofden dat het een vergis-

sing was om productontwikkeling te scheiden van marketing, zoals de meesten van hun tijdgenoten deden, want in hun ogen waren die twee onafscheidelijk: het artikel dat het beste verkocht, was het artikel dat zichzelf verkocht. Het waren bezielde, briljante mannen. En Ron Popeil was het meest briljant en bezielde van allemaal. Hij was de Jozef van de familie, door zijn vader verbannen naar de wildernis om vervolgens terug te komen en meer geld te verdienen dan de hele familie bij elkaar. Hij was de pionier die de geheimen van de straatventers overbracht naar het televisiescherm. En van alle keukenhulpjes in de tempel van Morris-Popeil was er niets zo ingenieus qua ontwerp, zo breed aansprekend of zo perfect representatief voor het Morris-Popeilgeloof in de onderlinge relatie tussen het verkooppraatje en het verkochte artikel, als de Ronco Showtime Rotisserie & BBQ, het fornuis voor op het aanrecht, dat kan worden aangeschaft voor vier termijnen van 39,95 dollar en dat misschien wel de beste keukenhulp is die ooit is gemaakt.

– 2 –

Ron Popeil is een knappe man met brede borst en schouder, een leeuwenkop en bovenmaatse trekken. Hij is midden zestig en woont in Beverly Hills halverwege Coldwater Canyon, in een grote bungalow met een reeks avocadobomen en een moestuin erachter. Naar de maatstaven van Beverly Hills is hij een man van de oude stempel. Hij draagt zijn eigen tassen. Hij is gesignaleerd bij Denny's. Hij draagt T-shirts en joggingbroeken. Hij koopt twee keer per dag gevogelte of vis of vlees bij een van de plaatselijke supermark-

ten, met name bij Costco, waar hij graag heen gaat omdat de kip daar 0,99 dollar per pond is in plaats van 1,49, zoals bij de standaardsupermarkt. Alles wat hij koopt, neemt hij mee naar zijn keuken, een grote ruimte met uitzicht op de canyon en met een groot aantal keukenapparaten, een verzameling van vijftienhonderd flessen olijfolie en in de hoek een olieverfschilderij van hemzelf, zijn vierde vrouw Robin (voormalig model van Frederick's of Hollywood) en hun baby Contessa. Op papier bezit Popeil Ronco Inventions, een bedrijf met tweehonderd werknemers en een aantal magazijnen in Chatsworth in Californië. Maar de kern van Ronco is eigenlijk Ron, die vanuit zijn eigen huis werkt, en veel van de belangrijkste medewerkers zijn eigenlijk gewoon vrienden van Ron die ook vanuit huis werken en die in Rons keuken op zijn tijd bij elkaar komen wanneer Ron soep maakt en wil bijpraten.

De laatste dertig jaar heeft Ron een hele reeks keukenhulpen uitgevonden, waaronder de Ronco Electric Food Dehydrator en de Popeil Automatic Pasta and Sausage Maker, met een druklager van hetzelfde materiaal dat wordt gebruikt in kogelvrij glas. Hij werkt constant door, geleid door flitsen van inspiratie. In augustus besefte hij bijvoorbeeld ineens welk product de Showtime Rotisserie moest opvolgen. Met zijn rechterhand Alan Backus had hij gewerkt aan een 'bread-and-batter'-apparaat (brood-en-paneerapparaat) dat vijf kilo kippenvleugels of mosselen of garnalen of visfilets kon verwerken en in een paar minuten al het werk kon doen: de eieren, het meel en de broodkrui-mels mengen zonder dat de machine of de handen van de kok vuil werden. 'Alan ging naar Korea, waar ons een paar

grote orders te wachten staan,' legde Ron onlangs uit tijdens de lunch (een hamburger, medium gebakken, met frites) in het VIP-gedeelte bij de deur in de Polo Lounge van het Beverly Hills Hotel. 'Ik bel Alan op. Ik bel hem wakker, het was daar twee uur in de ochtend. En dit is wat ik zeg: "Stop. Ga niet verder met de bread-and-batter-machine. Die pak ik later wel op. Dit andere project moet eerst.'" Het andere project, zijn inspiratie, was een apparaat waarmee je binnenshuis vlees kon roken zonder luchtjes die de atmosfeer bederven en die in je meubelen gaan zitten. Ron had een versie van de binnenshuis-rookoven op zijn veranda ('een Rube Goldberg-achtig ding') waar hij een jaar eerder aan had gewerkt, en in een opwelling braadde hij er een kip op. 'Die kip was zo lekker dat ik tegen mezelf zei (en hier begon Ron met zijn linkerhand op de tafel te slaan): "Dit is de lekkerste kipsandwich die ik ooit gegeten heb.'" Hij keerde zich naar me toe: 'Hoe vaak heb jij een broodje met gerookte kalkoen gegeten? Misschien eet je één keer in het halfjaar een broodje met gerookte kalkoen of gerookte kip. Eén keer! Hoe vaak heb je gerookte zalm gegeten? Aha. Vaker. Volgens mij kom je misschien eens in de drie maanden gerookte zalm tegen als hors d'oeuvre of als voorgerecht. Varkenskoteletten? Hangt ervan af in welk hotel je koteletten bestelt. Gerookte worst, zelfde verhaal. Je eet af en toe iets wat gerookt is' – hij leunde voorover en stompte tegen mijn arm om zijn woorden kracht bij te zetten – 'maar ik weet één ding, Malcolm: jij hebt geen rookoven.'

Het idee voor de Showtime kwam op dezelfde manier opborrelen. Ongeveer vier jaar geleden was Ron bij Costco toen hij zich plotseling realiseerde dat er een lange rij klan-

ten stond te wachten om kip te kopen bij de grillovens in de winkel. Ze aten af en toe gegrilde kip, maar Ron wist één ding: ze hadden geen grilloven. Ron ging naar huis en belde Backus. Samen kochten ze een glazen aquarium, een motor, een warmte-element, een braadspit en nog een handvol andere onderdelen en ze begonnen te experimenteren. Ron wilde iets wat groot genoeg was voor een kalkoen van zeven kilo, maar klein genoeg om te passen tussen het bovenblad van het aanrecht en de onderkant van een gemiddelde keukenkast. Hij wilde geen thermostaat, want die gaan kapot, en door het constante in- en uitschakelen van de hitte wordt het gelijkmatige, knapperige bruinen onderbroken dat essentieel is. En het braadspit moest draaien om de horizontale as, niet de verticale, want als je een kip of één kant van een stuk rundvlees braadt langs de verticale as, zakken de sappen naar beneden en droogt de bovenkant uit. Roderick Dorman, Rons patentadvocaat, vertelt dat hij in Coldwater Canyon vaak vijf of zes prototypes op het aanrecht zag staan, netjes op een rij. In elk exemplaar zat een kip, zodat Ron de consistentie van het vlees en de bruine knapperigheid van het vel kon vergelijken; daarbij kon hij zich bijvoorbeeld afvragen of er een manier was om een shish kebab te laten draaien in de buurt van het warmte-element, zodat de binnenkant van de kebab net zo bruin zou worden als de buitenkant. Tegen de tijd dat Ron klaar was, moesten er twee dozijn patenten voor de Showtime worden aangevraagd. Het apparaat had de krachtigste motor in zijn soort. Het had een lekschaal met een antiaanbaklaag die gemakkelijk schoon te maken was, en de oven werkte zelfs nog nadat hij tien keer vanaf een meter hoogte

op een betonnen of stenen oppervlak was gevallen. Voor Ron was er geen twijfel aan dat hieruit de beste kip kwam die hij in zijn hele leven had gegeten.

Rond die tijd maakte Ron een tv-infomercial van achttwintig minuten en dertig seconden over de Showtime. Die werd live opgenomen met publiek erbij en voor het eerst uitgezonden op 8 augustus 1998. Hij wordt nog steeds vertoond, vaak vroeg in de ochtend of op onbekende kabelstations, ingeklemd tussen ideeën om rijk te worden en herhalingen van *Three's Company*. De reacties waren zo overweldigend dat de totale verkoop van de Showtime in de drie jaar daarna opliep tot meer dan een miljard dollar. Ron Popeil richtte zich niet op één doelgroep. Hij had geen marktonderzoekers, geen R&D-teams, geen pr-adviseurs, geen reclamebedrijven of bedrijfsconsultants. Hij deed wat de familie Morris en de familie Popeil het grootste deel van die eeuw hadden gedaan en waarvan alle deskundigen zeiden dat het in de moderne economie niet meer kon. Hij bedacht een nieuw keukenapparaat en vervolgens bracht hij het zelf aan de man.

– 3 –

Nathan Morris, de oudoom van Ron Popeil, leek veel op Cary Grant. Hij droeg een strohoed. Hij speelde ukelele, reed in een cabriolet en componeerde wijsjes voor de piano. Hij leidde zijn bedrijf vanuit een laag, witgepleisterd gebouw op Ridge Avenue in de buurt van Asbury Park, met een klein bijgebouw aan de achterkant waar hij pionierde met teflon. Hij had een paar eigenaardigheden; hij ontwik-