

Biodiversiteit moet je vermarkten!

In de 80-er jaren van de vorige eeuw had de beroemde botanische tuin in Engeland, Kew Garden, het lumineuze idee om bedreigde plantensoorten te gaan verkopen. Hun devies: het beste wapen ter bescherming van bedreigde plantensoorten is deze te gaan vermarkten. Het programma werd een doorslaand succes. In vele, ook Nederlandse, tuincentra is inmiddels een lijn Kew zaden te koop. Dit experiment van Kew Garden is een mooi voorbeeld hoe een ecologische doelstelling kan worden omgezet in een commercieel succes.

Een vergelijkbare filosofie passen wij toe op biodiversiteit: **Biodiversiteit moet je vermarkten!** Wij zien mogelijkheden om de diversiteit aan voedselgewassen uit te breiden, de kwaliteiten van elk van de gewassen te etaleren en de toepassing van de gewassen voor voedingsmiddelen te commercialiseren. De biodiversiteit kan blijvend worden verhoogd door een groter assortiment aan landbouwproducten renderend te maken voor telers, verwerkende bedrijven en de handel en aantrekkelijk te maken voor consumenten.

Biodiversiteit in de praktijk

Het begrip biodiversiteit wordt meestal direct in verband gebracht met natuur, die moet zo breed en rijk mogelijk zijn. Renderend Landschap richt zich op het versterken van de biodiversiteit in het cultuurlandschap en bepleit die oogstbaar in te richten.

Landschapselementen die dan in beeld komen zijn bijvoorbeeld solitaire bomen, hagen, singels, bosschages, akkerranden, extensief gebruikte graslanden, sloten en poelen. Het zijn juist deze landschapselementen die in het proces van schaalvergroting zijn verdwenen of gedeformeerd. Wij pleiten er voor deze landschapselementen nieuw te ontwerpen met oogstbare gewassen zodat ze op die manier een basis kunnen vormen voor regionale verkoop en verwerking en kunnen bijdragen aan een additioneel inkomen voor de grondbezitter.

Wij zien een aantal ontwikkelingen die de kansen voor een dergelijke aanpak vergroten.

Onze jaren bij Hof van Twello waar wij veel wilde planten verwerkten in gerechten voor de horeca en verse en verwerkte producten verkochten in de streekwinkel versterken ons in die visie.

Ontwikkelingen bij de consument

Laat ons eerst eens kijken naar de consument. Er zijn voortdurend ontwikkelingen op het gebied van andere smaken en nieuwe culinaire en teeltkundige mogelijkheden. Een aantal trends illustreren dit:

- De smaak van de consument ontwikkelt zich. Werd groente tot diep in de vorige eeuw nog urenlang gekookt en *avant la lettre à la crème* geconsumeerd, in de loop

van de laatste decennia wordt groente veel korter gekookt. De consument vraagt nu om een *bite*, ofwel lekker knapperige groenten.

- De smaak ontwikkelt zich ook nog op een andere manier: er wordt bijvoorbeeld weer bitterder gegeten. En ook wordt er steeds pittiger gegeten. Peperplanten worden in steeds meer volkstuinen aangeplant en hete sauzen en sambals verheugen zich in een toenemende vraag.¹
- Er is een culinaire beweging ontstaan, gevoed door 10-tallen kookprogramma's waardoor er een voortdurende educatie plaats vindt op het gebied van bereiding van nieuwe en onbekendere gewassen en producten. De moderne consument wenst variatie en is steeds bereid nieuwe mogelijkheden uit te proberen en te benutten.²
- Zelf groenten en kruiden telen is weer helemaal terug. Voor het eerst sinds de tweede Wereldoorlog werden er in 2008 in de Nederlandse tuinentra méér zaden van groenten verkocht dan van siergewassen en dat is sindsdien zo gebleven.³ Er is nog steeds vraag naar volkstuinen. De volkstuinters zelf staan vaak open voor nieuwigheden en experimenten. Moes- en volkstuinen zijn belangrijke dragers van biodiversiteit.
- De groeiende aandacht voor alternatieve teeltwijzen, zoals permacultuur, maakt dat mensen meer open staan voor groente als "eetbaar deel van een plant" i.p.v. uitsluitend de verschijningsvorm van groente in de supermarkt als maat te nemen. Omdat er in zo'n tuin van alles groeit, vervaagt zelfs het onderscheid tussen wild en gecultiveerd, tussen jonge en doorgeschoten planten, tussen meer- en eenjarig planten en wordt de eetbaarheid steeds vaker een belangrijk criterium voor het behoud van de plant in de tuin.

Ontwikkelingen in de markt

Naast ontwikkelingen bij de consument zijn het ook ontwikkelingen in de markt die het o.i. mogelijk maken een flink aantal gewassen toe te voegen aan het voedingspakket.

Tot nu toe gaat vrijwel elke introductie van nieuwe gewassen in Nederland en dus in Europa gepaard met een gewasgebonden campagne: dé broccoli, dé paprika, dé aubergine, dé rucola. We kennen allemaal de posters en flyers over deze gewassen. Deze introducties worden grootschalig aangepakt met dure campagnes. Een uitzondering vormt de sector van de saladegroenten, met name de 'babyleaves'. Hierin zitten gewassen die eigenlijk niemand kent maar wel lekker zijn, zoals rode amsoi, bietenblad, mizuna e.d. In de marketing rondom deze saladegroenten staat het gebruik centraal.⁴ Door het gebruik centraal te zetten kan de marketing eenvoudiger blijven. Het biedt de mogelijkheid om de productsamenstelling te variëren rondom een aantal gekozen thema's.

Een belangrijk kenmerk van deze aanpak is dat de naam van het achterliggende gewas minder belangrijk wordt. Dit maakt de introductie van nieuwe gewassen eenvoudiger. Juist in

¹ Toen Xotus in 1985 een serie exotische zaden op de markt zette werd daar in eerste instantie vreemd tegen aangekeken door de gevestigde zaadfirma's. Momenteel voeren vrijwel alle zaadhuizen een lijn exoten met daaronder vele pittige en scherpe soorten.

² Eén van de eerste zeer goed bekeken kookprogramma's op de Nederlandse TV was de mede door Gert Jan ontwikkelde en gepresenteerde Teleac cursus Exotisch koken uit 1991, in 1992 nog gevolgd door een tweede cursus Exotisch koken met kruiden. Deze programma's trokken toen soms meer dan een miljoen kijkers. Van het kookboek Exotisch koken, uitgebracht door Xotus i.s.m. Novib en de Balie in 1987, werden 70.000 exemplaren verkocht.

³ In 2020 haalden de sierplanten de groenten weer in, wellicht o.i.v. corona.

⁴ Koppert Cress en andere aanbieders van kiemgroenten werken wel op basis van de naam van het gewas, maar door het zéér exclusieve gebruik wordt die naam meer een *trade mark* dan dat de feitelijke gewasnaam doorkomt.

die gebruikswaarde liggen de kansen voor de nieuwe gewassen.⁵ Bijvoorbeeld: in een “voorjaarssalade” zit dan winterpostelein, akkerkool, snijbiet, bataviasla, rucola, hopscheuten, knoflookblad, herderstasje, kleine veldkers en Chinese bieslook. Het enige criterium voor succes bij de consument is of de salade lekker is! Op deze manier kunnen tal van mengsels worden samengesteld, ook voor soepen, ovenschotels en kruidenbosjes.

Bronnen van mogelijke te gebruiken gewassen

In onze benadering slaan wij een brug tussen de kansen die er worden geboden door alternatieve gewassen en de vraag van de consument middels de mogelijkheden die moderne marktbenadering biedt. Hiervoor maken wij gebruik van 4 bronnen van alternatieve gewassen.

Vergeeten groenten en andere vergeten gewassen

Veel gewassen zijn terecht uit het voedselpakket verdwenen. Een overheersende ontwikkeling in de loop der eeuwen is dat groenten, met name bladgroenten, steeds malser en zachter zijn geworden. Daarom is de Brave Hendrik als bladgewas (een ganzevoetachtige) verdwenen ten gunste van de huidige spinaziesoorten, en heeft zevenblad, nu vooral bekend als onkruid, eveneens als voedselgewas het veld geruimd.

Er zijn ook gewassen die anders dan om redenen van smaak uit het voedingspakket zijn verdwenen. En dat komt met name door de handel erin. Producten die niet lang houdbaar zijn, te lijden hebben van transport of onder opslag niet goed gedijen, of er simpelweg niet mooi genoeg uitzien, raakten uit de gratie. Dit zijn interessante gewassen met potentieel voor herintroductie. Immers, de huidige logistieke mogelijkheden zijn veel groter dan honderd jaar of meer geleden. Voorbeelden van dit soort gewassen zijn de Pink Fir Apple, een onooglijke maar heerlijke aardappel uit de Victoriaanse tijd. Heerlijk, voor een breed publiek, zijn ook de pastinaak, haverwortel, wortelpeterselie, aardpeer en knolkervel, mits goed bereid als ovenschotel. Eenmaal gerooid verschrompelen de knollen echter vrij snel (i.t.t. een aardappel!) waardoor ongeconditioneerd transport en opslag de handel in deze gewassen vroeger flink in de weg zat. Met de huidige opslagtechnieken zijn deze producten veel beter te bewaren.

Wilde eetbare planten

De bron van elk cultuurgewas is een wilde plant, welke na selectie en veredeling uiteindelijk het nu bekende cultuurgewas opleverde. In wilde sla is met moeite een kropsla te herkennen! Van alle planten die op de wereld gegeten worden is nog steeds 90% niet in cultuur gebracht, zij worden verzameld, net als dat al duizenden jaren gebeurt. De 10% van de gewassen die wél onder cultuur, selectie en verdeling is gebracht levert overigens wél 80% van de totale plantaardige voedselproductie op.⁶

Het proces van domesticatie is de laatste 100 jaar echter bijna tot stilstand gekomen. Vonden eerder nog gewassen als aardbei, framboos en bosbes hun weg naar de telers, de laatste jaren is wellicht de wilde rucola het enige aansprekende voorbeeld van een recent gedomesticeerde plant. Desondanks denken wij dat, gezien de eerder beschreven trends op smaak, culinair, (moes)tuinkundig en marketing gebied, er kansen zijn voor nieuwe succesvolle domesticaties. De sterke groei van vegetarisme en veganisme dragen extra bij aan die kansen. Gewassen die o.i. een goede kans maken om door te dringen tot de

⁵ In de tuincentra was een vergelijkbare ontwikkeling te zien. Vroeger kon je tuinplanten uitsluitend op Latijnse naam gesorteerd vinden in een tuincentrum. Nu gaan ze ook daar vaak uit van gebruikswaarde: schaduw, zon, geel, vochtig, etc. Ook in tuinen weten mensen vaak niet meer welke plant ze precies kochten, wél dat ie mooi is op die plek.

⁶ G.H. Grubben, persoonlijke mededeling.

gecultiveerde velden zijn bijvoorbeeld de berenklauw, grote en kleine brandnetel, daslook, veldzuring, hop, kraailook, nagelkruid, kaasjeskruid, teunisbloem, braamblad, lievevrouwenbedstro, moerasspirea en welriekende agrimonie (thee).⁷

Exotische Gewassen

Nederland heeft bijna geen, van oorsprong, eigen planten. Vrijwel elk gewas dat wij eten en anders nuttig aanwenden komt van elders. De wilde kool is het enige gewas waarvan men denkt dat die van oorsprong (ook) aan onze Noordzeestranden groeide. Maar dat uit deze wilde kool alle koolsoorten ontstonden is zelfs twijfelachtig.⁸ Voortdurend hebben dus exoten bijgedragen aan het ontstaan van ons voedselpakket. Smaakmakend in dit opzicht zijn de meeste fruitsoorten en kruiden die in de Romeinse tijd ons land bereikten. En later (na Columbus) de aardappel, tomaat, aubergine en paprika. Bij de laatste is het merkwaardig dat deze pas laat in de 20^e eeuw tot onze hoofdgewassen doordrong. Een ander bewijs van smaakontwikkeling! Na verloop van tijd worden de eertijdse exoten dan ook niet meer als exoot ervaren, zoals met bovengenoemde gewassen zondermeer het geval is.

Exotisch is dus een relatief begrip maar desondanks bruikbaar in dit kader. Als exotisch worden dan gedefinieerd: Gewassen die tot nu toe vrijwel geen teelt in Nederland kennen. Door hun introductie versterken ze de biodiversiteit op de Nederlandse velden en in de Nederlandse kassen.

Oude Nederlandse landrassen

Er vindt een afname plaats in aantal gecultiveerde planten en ook aan variatie binnen de gecultiveerde gewassen (genetische erosie). Volgens de FAO worden er wereldwijd nog maar 150 gewassen op enigszins grote schaal geteeld en gegeten. Van die 150 zijn er maar 12 die samen 75% van de wereldvoedselproductie voor hun rekening nemen. 50% van de plantaardige voedselenergie wordt geleverd door 3 granen: rijst, mais en tarwe.⁹

Binnen de Nederlandse landsgrenzen worden van vele gewassen nog oude rassen door telers heel plaatselijk en vaak kleinschalig in stand gehouden.

Een prachtig moment beleefde ik in de zomer van 2008. Stichting Ijssellandschap had een grote tuinlunch georganiseerd voor haar pachters op haar havezate 'de Haere' bij Diepenveen. Tegenover mij zat iemand die op het landgoed woont en er een moestuin heeft. Wij kwamen aan de praat en ik vertelde hem nergens meer een droogkokende gele boon te kunnen vinden terwijl mensen in mijn winkel daar wel om vroegen. "Die had mijn opa altijd en die waren zó lekker!" Blijkt mijn tafelgenoot die dus te hebben! Al generaties lang in de familie door geteeld.¹⁰

Overal zijn nog oude tuinders en moestuinders met hun 'eigen' rassen in de weer. In Twello en omgeving werd vroeger veel witlof geteeld. De meeste tuinders hadden eigen selecties, die overigens zoals gebruikelijk, vaak wel werden uitgewisseld en vermengd. Nog even en deze telers zijn uitgestorven, en met hen heel veel landrassen.

Het zou meer dan de moeite waard zijn gericht op zoek te gaan naar deze landrassen. Het gaat het bestek van Renderend Landschap echter te buiten.¹¹

⁷ Zie ook de boeken van Laurette van Slobbe. Eten en drinken met wilde planten (2009) en basisboek Wilde bladgroenten (2021) te bestellen via www.florae.nu

⁸ N.W.Simmonds. Evolution of Crop Plants. Longman, 1986. p.49.

⁹ Zie ook Gert Jan Jansen, Bert Visser. Vergeten Groenten. WUR/CGN, 2007

¹⁰ Later bleek deze boon trouwens het Friese waldboontje te zijn, desondanks al generaties lang in de familie.

¹¹ Bij de WUR, Centrum voor Genetische Bronnen en de werkgroep Eeuwig Moes heb ik herhaaldelijk aangedrongen op een dergelijk onderzoek maar er kwamen geen fondsen voor beschikbaar. Helaas!

Selectie van potentierijke gewassen en aansluiting bij de vraag van de markt

Wij schatten in dat in de groepen vergeten gewassen, wilde planten, exotische gewassen en oude landrassen ongeveer 200 kandidaten zijn die verder kunnen worden ontwikkeld. Bij de selectie zal rekening worden gehouden met de teeltwijze, smaak, textuur, kleur, vorm in combinatie met de geschatte toepassing in recepten en verwerkbaarheid. In de selectie van potentierijke nieuwe gewassen staan voor ons de huidige gebruiksmogelijkheden centraal:

- Salades
- 'Bouquet garni'
- Thee
- Soepen
- Ovenschotels
- Pesto's
- Vegan spreads
- Zaaizaad

Soepen, salades, thee's, pesto's en 'bouquet garni' zijn relatief gemakkelijk samen te stellen en als gemaksvodsel te vermarkten, bij ovenschotels ligt dat complexer. Gewassen als pastinaak, wortelpeterselie, schorzeneer, aardpeer en haverwortel, bijvoorbeeld, zijn heerlijk in ovenschotels. Alleen wil de consument dan wel een kant en klaar schotel die zo de oven in kan. Dat vereist technologisch onderzoek voor het vaststellen van de juiste voorbehandeling, de verpakking en de vereiste bewaaromstandigheden. Hetzelfde geldt voor soepen en salades voor kleinschalige, lokale, toepassingen. Hoe ziet de voorbewerkingslijn eruit? En hoe kunnen we de zaadproductie en distributie lokaal houden? Wat is nog rendabel? Met deze, en dit soort vragen, houdt Renderend Landschap zich bezig.

Lokale insteek essentieel voor verbeteren biodiversiteit

Centraal in onze benadering staat de lokale economie rondom deze producten. Waarom is dit zo belangrijk? Omdat alleen in de lokale benadering de spreiding van de gewassen optimaal wordt bevorderd. Concentratie op een paar grote bedrijven doet het effect van de uitbreiding in gewassen en biodiversiteit te niet.¹²

Voor de lokale benadering lijkt de tijd meer dan rijp. Consumenten vragen steeds meer naar lokale producten omdat zij op die manier zeker weten waar en hoe het product gemaakt is en bovendien rechtstreeks met de producent in gesprek kunnen gaan.¹³ In de markt wordt er steeds meer op deze vraag geanticipeerd en ketens als Landwinkel en tal van verkoopplatforms bewijzen de trend. Wetenschappers als Jan Douwe van der Ploeg (WUR) en Michael Pollan gaven een theoretisch kader aan deze ontwikkelingen.¹⁴ De internationaal opererende Slow Food beweging haakt met haar Terra Madre en Food Communities eveneens in op de wereldwijde trend tot meer lokaal georiënteerde

¹² Vrijwel de gehele productie van peterselie voor de vriesdroogmarkt in de VS wordt geproduceerd op 1 bedrijf in Californië. Een lokaal geïntereerde markt voorkomt een dergelijke verschraving van het geteelde pakket gewassen.

¹³ Zie ook Victor Immink, Sandra van der Kroon, WUR, 2006. Wat je vers haalt is lekker, thuisverkoop op het Platteland. Dit was de eerste studie met deze focus, daarna is er een reeks van boeken en brochures met dit thema verschenen. In kranten en op TV is het nog immer actueel.

¹⁴ Zie o.a. Jan Douwe van der Ploeg in NRC van 10 mei 2008. Lokale economie als oplossing voor peak oil en klimaatcrisis. En Michael Pollan in The Omnivores dilemma (2006) en In defense of food (2008)

productiesystemen.¹⁵ En niet te vergeten de (top)restaurants die zich baseren op streekproducten met voorop mensen als Johnnie Boer en in zijn kielzog tal van lokale restaurants met eigen tuinen, gebruik van 'voedselbos' gewassen etc.

Eén van de vragen die hierbij spelen is in hoeverre lokale kernen moeten samenwerken en in welke activiteiten. In hoeverre zijn opzet van regionale telers, verwerkings- en handelingscoöperaties gewenst en hoe kunnen deze tot kostprijsverlaging van het regioproduct leiden? Dat is een belangrijke voorwaarde voor overlevingskansen van (kleinschalige) streekproducten en een groot aandachtspunt in het onderzoek en advieswerk van Renderend Landschap.

Economisch perspectieven van onze benadering

Voor de lokale economie

Méér gewassen betekent een uitbreiding van het regionale productenpakket wat op zijn beurt kan leiden tot een verbetering van de inkomenspositie van regionale telers. Veelal zal het gaan om additioneel inkomen naast het inkomen verkregen uit de hoofdactiviteit van het bedrijf. Een aantrekkelijk en divers buitengebied versterkt de toeristische sector.

Voor Nederlandse land- en tuinbouw

Renderend Landschap is in principe voor het toepassen van Open Source. Wat voor de ene streek ontwikkeld wordt moet ook beschikbaar zijn voor andere streken. Ondanks dat we (ook) een adviesbureau zijn geloven wij in dat principe. Te veel projecten gaan kapot aan een veel te dure overhead aan adviseurs. Veel subsidieregels zijn zelfs gebaseerd op de verplichte inschakeling van adviseurs waarbij de 'begeleidende deskundigen' elkaar de bal toespelen. Wij rekenen alleen onze bestede tijd en reiskosten en rekenen niet voor de al bestaande rapporten of al eerder opgedane kennis. Op deze manier kan onze inbreng tot een minimum beperkt blijven.

Bijdrage op sociaal en duurzaam economisch vlak.

In de huidige samenleving is de voedselaankoop voor een belangrijk deel losgekoppeld van de voedselteelt en -productie. De afgelopen decennia heeft de commercie zich steeds meer gericht op productimago's. Productiefaciliteiten hebben zich ontwikkeld tot steeds grotere en anoniemere installaties achter merknamen. Daarmee is de productie van voedingsmiddelen buiten het gezichtsveld geraakt van de consument. Ook de samenstelling van producten is voor de consument onbekend. Immers de producent koopt ingrediënten als *commodity* op de wereldmarkt. De boeren en telers die leveren aan de industrie zijn anoniem geworden voor de consument.

Door de teelt van landbouwgewassen kleinschaliger op te zetten en regionaal in te richten worden de productie en consumptie van voedingsmiddelen minder anoniem. De producenten en consumenten worden daarmee zowel economisch als sociaal weer met elkaar verbonden. De kleinschalige productie (teelt) leidt bovendien automatisch tot een kleinschalig en daardoor per definitie divers en meestal aantrekkelijk landschap. Dit sluit beter aan bij de menselijke maat in de samenleving. Deze kleinschaligheid op zichzelf ondersteunt de verbetering van de biodiversiteit.

Afsluiting

¹⁵ Zie www.slowfood.com

Stel je voor: Gebieden die voor een groot deel zich zelf voeden met verse en gezonde lokaal geteelde en verwerkte producten. Aardappelen, groenten en fruit, zuivel, sappen, bier, wijn, soep, jams, mosterds, vleeswaren, brood, meloen, spijsolie, vrijwel het gehele voedingspakket is van lokale oorsprong. Doordat de streekbewoners weer contact hebben gemaakt met de gewassen en de producenten achter de producten is er een zeer divers aanbod: zoveel mensen, zoveel smaken! En wat communiceert nu gemakkelijker dan rechtstreeks met de producent?

Door coöperatieve samenwerking is de streek erin geslaagd het prijspeil van de verwerkte producten vrijwel nergens meer dan 10% boven het huidige gangbare prijsniveau te laten uitstijgen. Verse producten uit de regio zijn gemiddeld zelfs goedkoper door hun kapitaalextensieve productiemethodes en lage logistieke en PR kosten.

Het landschap in de streek is gevarieerd en kleinschalig. Overal zie je dat het gebied desondanks intensief wordt benut, inclusief de wilde planten. Op de menukaarten van de restaurants komen de streekproducten veelvuldig voor waarbij het opvalt dat er een veelheid van planten en gewassen in de gerechten wordt toegepast. De conclusie is duidelijk: deze streek heeft samenhang gekregen en een economische buffer opgebouwd!

Gert Jan Jansen, 2003 / 2008 / 2021