

De noodkreet en het verwijt van Rob Baan

Een 'Nationaal Voedselakkoord', waarin alle partijen meedoen om gezonde voeding te stimuleren. Daartoe riep Rob Baan op, directeur van Koppert Cress. Maar hij joeg luttele minuten later een zaal vol foodbeslissers tegen zich in het harnas. Ziehier het faillissement van de foodsector in een notedop.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **Jan Willem Houweling**

Het faillissement van de foodsector? Welnee, de supermarktsector maakt nog steeds € 33 miljard omzet en de sector is stabiel, als je dat tenminste vergelijkt met de bouw, woninginrichting, de huizenmarkt. Het faillissement van de foodsector is een constatering na een botsing tussen Rob Baan en Koppert Cress en de rest van de aanwezigen tijdens het Nationaal Food Congres, met PepsiCo-bestuurder Eugène Willemsen als toevallig slachtoffer.

Wat gebeurde er? Baan was spreker nummer één, Willemsen was spreker nummer twee. Willemsen, ceo PepsiCo Zuidoost-Europa, maar met een lange loopbaan voor PepsiCo in Nederland, ver-

telde de zaal 'persoonlijk geraakt te zijn' door de oproep van Baan aan de zaal. Willemsen vertelde vervolgens hoe hij voor PepsiCo in Turkije aan de slag was gegaan. Een enorm land. Een enorme economie in opkomst, inmiddels wereldwijd de 17de economie. Een enorme bevolking, zo'n 75 miljoen. En een enorm jonge bevolking, 50% onder de dertig jaar oud. Kansen te over, niks verzadigde markt. Maar wel veel prijsdruk, dat wel.

Waarom was Willemsen dan persoonlijk geraakt?

Baan was hem voorgedaan op het podium. Met een noodkreet. Rob Baan is sinds 2002 starter,

eigenaar en directeur van Koppert Cress. De kerssoorten van Koppert Cress zijn niet of nauwelijks in de supermarkt te verkrijgen, die zijn vooral voor koks in de horeca, in aardig wat landen in Europa inmiddels. Baan is baanbrekend met zijn kerssoorten. Hij tovert er allerlei smaken in, knoflook, radijs, oester, kan allemaal. Koppert Cress en Baan persoonlijk zijn herhaaldelijk in de prijzen gevallen als het gaat om innovaties of vernieuwend ondernemen.

Maar Baan wil meer dan alleen goed verdienen met zijn kerssoorten. Baan is een bevlogene. Hij wil een voedingsmiddelensector die floreert, maar dan wel floreert door consumenten voeding aan te bieden dat behalve lekker ook gezond is. En daar strijdt hij harder voor dan de gemiddelde levensmiddelenindustrie, en hij wil vooral hardere claims.

"We vinden met z'n allen dat de mens de laatste honderd jaar gezonder is geworden. Kijk maar naar deze grafiek: de levensverwachting van de mens in 1901 is 43 jaar, en nu; 80 jaar. Mooi. Maar het is altijd wat met die statistieken. Hier hebben we een grafiek van de levensverwachting van de periode daarvoor." En hij liet zien dat mensen in de periode van 1850 tot 1900 veel ouder waren geworden.

"Waar zitten we nu mee? Met kanker, hart- en vaatziekten en obesitas. Wat is er zo rond 1900 enorm opgekomen? Gezouten vlees, goedkope suiker en tabak." Conclusie van Baan: vandaag de dag is de oorzaak van kanker voor 33% 'incorrect voedsel'.

"Maar waarom mag ik niet zeggen dat de stoffen die in aardbeien zitten, in broccoli, in uien, knoflook, in tomaten goed zijn voor de mens? Omdat voedingsonderzoek uitermate traag verloopt. En dan nog, kijk naar voedingshoogleeraren als Seidell en Katan, ze houden bij alle uitspraken een slag om de arm, ze kunnen niet beter omdat het wetenschappelijk verantwoord moet zijn, maar het schiet niet op en intussen gaan die welvaartsziekten gewoon door met slachtoffers maken. Als ik onderzocht wil hebben of broccoli iets doet

voor mensen, moet ik tien jaar lang 10.000 mensen volstampen met broccoli en een controlegroep van 10.000 mensen op een broccoliboycot zetten en dan weet ik wetenschappelijk nog niet zo veel. Terwijl we intuïtief weten dat die groente wel wat doet met je. Als we het van pillen moesten hebben, had god ons wel van een gaatje in onze nek voorzien in plaats van een mond om mee te kauwen."

Nog een grafiek: de toename van obesitas in de VS in de laatste decennia: het zag er alarmerend uit. "Kijk ik nou naar de voedingsindustrie, dan zie ik Unilever, Nestlé, Danone en al die andere grote namen. Waar is de grote versmultinational? Waar is de grote broccolimultinational? Die is er niet. De versindustrie is een gefragmenteerd geheel, dat her en der aan bepaalde supermarktketens levert en zelf geen stem heeft. Waar is de overheid in dit geheel? Die bestaat uit twee ministeries die elkaars werk kapot maken. Je hebt in Nederlandse ministerie van Economie. Die stimuleert de verkoop van koolhydraten en vet. En je hebt het ministerie van Volksgezondheid. Die repareert de gevolgen van het ministerie van Economie. Wat doet de supermarkt? Die verkoopt gewoon alles wat volgens het ministerie van Economie eetbaar is. De supermarkt koopt ook groente en fruit in op een manier dat je als consument geen stuk fruit meer naar binnen krijgt. Ze kopen in maand 1 massaal perziken in in Frankrijk en die miljoenen perziken liggen die maand in koelingen. In maand 2 zijn de lekkerste perziken in Spanje te halen, maar de supermarkt koopt die niet. De supermarkt verkoopt in maand 2 die Franse perziken die uit die koelingen komen. Die zijn dan zo verknoeid dat ze eerst drie dagen keihard liggen te zijn op de agf-afdeling en bij de consumenten thuis en dan ineens na die dagen zijn ze gewoon kapot en rot. Dat is wel dé manier om mensen te frustreren om perziken te laten eten. En niemand doet er wat aan."

Dus kom op, agf-sector, kom op, multinationals, doe hier iets aan, was de boodschap van Baan. "Ik ben niet kwaad op Mars, hoor, maar het promotiebudget van Mars in Europa is groter dan het promotiebudget van de hele Nederlandse agf-sector. Geen wonder dat je als consument wel Mars-reclame ziet en geen groentereclame." En dus, die oproep: "Ik wilde een ministerie van Voedsel. Dat is er nooit gekomen. Er is wel een Nationaal Energie-akkoord. Nou, als dat kan, dan wil ik dat er een Nationaal Voedselakkoord komt. En dan hoop ik dat jullie allemaal mee willen doen. Waarom verandert er zo weinig in de voedingsmiddelensector? Is dat alleen maar vanwege de aandeelhouderswaarde, met die angst van elk kwartaal een paar procentpuntjes beter? Ik wil geen paternalisme en geheven gezondheidsvingertjes, maar ik wil een sector zien die keihard werkt aan het stimuleren van lekker en gezond eten. Maak die claims hard, vertel de consument waar aardbeien en broccoli goed voor zijn. Wacht niet



Kers met batterijsmaak

Hoe smaakt een batterij? Zoals dat ene pluusje dat Rob Baan voor iedereen had klaargezet. De congressgangers kregen verschillende kerssmaken te proeven, de laatste zullen ze niet snel vergeten.

"Vooral niet te veel! Pakt u de helft van dit plantje. En dan nog eens de helft", aldus Baan. Iedereen proeft en... heeft zo'n vijf tot tien minuten een tintelende gevoel op de tong. Alsof je je tong even aan een oude batterij hebt gehouden.

op de voedselonderzoekers en de EU. Weg met die apathie. Ik heb zelf miljoenen geïnvesteerd om broccoli lekkerder te krijgen. Doen jullie nu ook zoiets. En dat is ook goed voor jezelf, want dan heb je de consument ook écht iets te melden en je hoeft er geen prijzenslag voor uit te vechten!"

Een bijna staande ovatie viel Baan ten deel. Een empathische opmerking van de volgende spreker, Eugène Willemsen dus, van PepsiCo.

Maar ja, ná die presentatie over PepsiCo in Turkije haalde dagvoorzitter Jeroen Smit, scherp als altijd, Rob Baan weer het podium op, om hem te wijzen op de steun van Willemsen. Smit wijst op de beelden achter hen: merken van PepsiCo, van muesli, cola en chips... Smit vraagt Willemsen hoe het met de gezondheid van PepsiCo-producten zit en Willemsen vertelt nog iets over de hoeveelheid olie die PepsiCo de laatste jaren uit de chips heeft geweerd. Maar Baan knalt erbovenop.

"Ja, dat is het probleem. Prima dat Eugène mij een hart onder de riem wil steken, maar" – en wijst naar de merken – "kijk wat voor eten en drinken daar staat. Wat moeten we nou met die bagger?"

Willemsen doet er het zwijgen toe.

Een golf van verontwaardiging gaat door de zaal. Smit zegt tegen Baan: "Rob, waarom doe je dit

nou, je gooit het nu op slot, je bent te agressief!" Baan wijst erop dat hij er ook niks mee kan. Laat "Eugène maar ergens gaan werken" als hij hem wil helpen. "De agf-sector zou zijn marketingkennis goed kunnen gebruiken."

Zolang de voedingsindustrie en de supermarkten gewoon van alles blijven verkopen en de consumenten vertellen dat ze lekker moeten doorsnaaien en veel blijven bewegen, houdt het voor Baan op.

En dan is het pauze. Het is alsof er zwarte confetti door de zaal dwarrelt. Mineurstemming? Niet echt. De congressgangers zien al lopend te veel collega's en kennissen om zich heen om het netwerken achterwege te laten.

Ziehier het spreekwoordelijke faillissement van de foodsector. Stel dat het klopt zoals Baan het zegt: dat je los van jarenlang onderzoek de consument duidelijk kunt maken dat hij/zij met antioxidanten, lycopenen etc., etc. zichzelf gezond houdt. Dat je Wageningen en de EU het nakijken geeft. Een prachtkans – op voorwaarde dat het fruit inderdaad uit die koelcel zal moeten. Maar Baan kan op dit moment al die fabrikanten niet meekrijgen, die hun houdbare voedingsmiddelen van suiker, vet en zout voorzien in een mate die omstreden is en waarbij die fabrikanten de consument alleen maar kunnen zeggen: geniet hiervan, het is niet bewezen ongezond, en beweeg. ■



Dagvoorzitter Jeroen Smit haalt op het Nationaal Food Congres Rob Baan (Koppert Cress, links op de foto) naast Eugène Willemsen (PepsiCo) op het podium. Baan wil een Nationaal Voedselakkoord, Willemsen onderschrijft zijn idee, maar Baan diskwalificeert Willemsens merken als 'bagger'. Een golf van verontwaardiging gaat door de zaal. Het illustreert een wereld van tegenpolen, de snackfabrikant met A-merken en de versfabrikant die gezondheidsclaims harder wil maken en de voedselproductie wil omvormen.