

Wat Ado Bloemendal wil met zijn Pure Graze

Waar het voor 'bio' in de supermarkt soms nog steeds duwen is, gaat voor sommigen biologisch al lang niet meer ver genoeg. Een naam die door duurzaamheidsdenkers dan al snel wordt genoemd, is die van Ado Bloemendal. Met zijn Pure Graze wil hij de landbouw 'écht verduurzamen' en consumenten gezonder laten leven. Hij moet alleen de supermarkten nog mee krijgen.

Door: **Marieke Venbrux** Foto's: **Peter Lous**

Hij heeft anderhalve meter aan boeken in zijn kast staan over de relatie tussen gras, voeding en gezondheid (want: 'die relatie is er zeker, en hoe'). Hij is een bewonderaar van Joel Salatin, 's werelds meest vernieuwende boer (aldus Time Magazine), die meewerkte aan Michael Pollans boek 'The Omnivore's dilemma' en nu de wereld rond trekt om zijn visie op duurzame landbouw te geven zoals hij die met zijn bedrijf Polyface Farms beoefent.

Maar bovenal is Ado Bloemendal zelf jarenlang boer geweest, en weet hij dus wat er bij het runnen van een boerenbedrijf komt kijken. 23 jaar geleden zei hij zijn baan bij een mengvoedercoöperatie op en kocht hij met zijn vrouw een boerderij, 23 hectare grond en 50 melkkoeien in Denemarken. "Ik wilde altijd al boer worden, als kind had ik al veel interesse in dieren. Ook het buitenland trok. Ik was op 19-jarige leeftijd al eens naar Amerika geweest, later ook naar Canada. Dat was goed bevallen. Mijn vrouw wilde het avontuur wel met mij aan. We verhuisden naar Denemarken."

Daar werd de basis gelegd voor wat later Pure Graze zou worden. "Het bedrijf dat we in Denemarken overnamen was financieel niet duurzaam. 50% van de bruto-inkomsten ging op aan krachtvoer. Ik ben gaan onderzoeken: waar wordt nu echt het goedkoopste gemolken? Dat bleek in Nieuw-Zeeland te zijn. Maar het klimaat daar was subtropisch, aan de gebruikte methoden had ik in Denemarken niets. Uiteindelijk hebben we toen zelf een echt duurzaam bedrijfssysteem ontwikkeld. We haalden de factor krachtvoer er tussenuit en lieten koeien zoveel mogelijk vers

gras eten. Zo houd je de kringloop gesloten en reduceer je de kosten. Bovendien is melk van koeien die vers gras eten gezonder dan melk van koeien die daarnaast ook krachtvoer eten." Bloemendal en zijn vrouw hadden een 'prima tijd' in Denemarken. Toch bleek 'alleen koeien melken' niet genoeg. "We kregen kinderen en dan ga je je afvragen: waarom waren we ook al weer hier? We misten onze families, vonden het jammer dat opa en oma de kleinkinderen niet zagen opgroeien. We hebben ons bedrijf te koop gezet en zijn terug naar Nederland gegaan." Eenmaal in Nederland werd hij ziek. Kanker. "Dat was een belangrijk omslagpunt. Ik ging me nog meer verdiepen in de kwaliteit van voeding, de relatie tussen voeding en gezondheid en de invloed van dierlijke voeding op ons eten en onze gezondheid. Ook concludeerde ik al snel: ik heb niet tien jaar in Denemarken gewoond en daar een bedrijfssysteem ontwikkeld om daar nu hier niets meer mee te doen."

Hij startte een bedrijf, Pure Graze, dat boeren (rundveehouders, varkens- en kippenboeren) adviseert hoe zij melk en vlees kunnen produceren op een manier die goed is voor mens, dier en milieu, en tegelijkertijd de kosten kunnen reduceren. "Boeren die bij ons zijn aangesloten, inmiddels zo'n 50, werken volgens ons handboek en onze methode. Als hun runderen slachtrijp zijn, regelen wij voor hen de afzet van de vleesproducten onder onze merknaam Pure Graze. Ook verzorgen wij de afzet van de melkproducten, zoals kaas."

Hoezo gaat Pure Graze veel verder dan biologisch, zoals jullie, maar ook andere 'duurzaam-

heidsdenkers' (zoals Sandra van Kampen, van Urgenda) beweren?

"In het kort, zonder al te technisch te worden en toegespitst op runderen: waar koeien in de reguliere en biologische landbouw grazen op 'graswoestijnen', met hooguit twee gras- en klaversoorten, krijgen 'Pure Graze-koeien' saladebuffetten, bestaande uit zes soorten gras, acht soorten klavers en acht soorten kruiden. De dieren krijgen dusdanig te eten dat ze gezond blijven en antibiotica niet nodig is. Ook krachtvoer komt er niet aan te pas, kunstmest en bestrijdingsmiddelen al helemaal niet. De dieren staan minimaal 335 dagen per jaar in de weide, in plaats van minimaal 150 dagen zoals bij biologische landbouw de norm is. Kalveren blijven bij de koe. En het CO₂-verbruik van een bedrijf dat werkt volgens de Pure Graze-methode is geen 100%, zoals bij reguliere landbouwbedrijven, of 50%, zoals bij biologische landbouw, maar slechts 30%. Waar biologische landbouw voortbouwt op de traditionele bedrijfsvoering, die is gebaseerd op een traditie van brandstof, machines en kunstmest, hebben wij de die factoren uitgeschakeld. Landbouw wordt daardoor écht duurzaam.

Daarbij is als gezegd de melk en het vlees van dieren die alleen grasbuffetten krijgen gezonder. Want doordat de dieren geen krachtvoer krijgen, bereiken de gezonde vetzuren hun maximale waarden. En doordat ze alleen verse grassen grazen, hebben hun producten een hoger gehalte aan Omega-3-vetzuren, een hoger CLA-gehalte (geconjugeerd linolzuur, MV) en bevatten de producten meer vitamine A en E dan gangbaar geproduceerd vlees en melk."



Oerdieet, Boni

Bloemendal verkoopt zijn producten via de eigen Pure Graze-webshop, aan 'bewuste consumenten, die niet tevreden zijn met het vlees in de supermarkt'. "Die groep groeit snel. Kijk ook naar de populariteit van diëten als het Oerdieet, Zandloperdieet of Paleo-dieet. Daar past dit naadloos in."

Het Pure Graze-vlees en gevogelte (kip) wordt bevroren verkocht en in vriesauto's door het IJspaleis bij de klant thuis afgeleverd. "We verkopen het daarnaast via een aantal kleine winkels, slagerijen, restaurants en steeds meer Landwinkels. Maar om gezonde, gras gevoerde producten echt en op grotere schaal bekend te maken bij de consument, moeten we eigenlijk gewoon in de supermarkt liggen. Dat is alleen niet zo eenvoudig. Al lopen er op dit moment wel gesprekken met supermarktformules. Ook hebben we even bij Boni gelegen. Bij wijze van proef."

Boni. Dat is niet de eerste formule waar we aan denken als we denken aan biologisch, laat staan aan 'verder dan biologisch'.

"We wilden proefdraaien bij een wat kleinere formule. Wij horen ook de indianenverhalen die er rond gaan over supermarkten. En of ze nu wel of niet waar zijn: wij wilden grip houden op ons merk en onze producten; we willen niet uitwisselbaar worden. Als we de controle op onze bedrijfsvoering los laten, raken we onze integriteit kwijt. Vandaar de keus voor een wat kleinere formule, dat maakte het makkelijker om controle te houden."

Inmiddels ligt Pure Graze niet meer bij Boni.

"Nee. Volgens Boni was er op zich wel een markt voor, maar waren de producten te prijzig. Maar de producten kregen ook te weinig aandacht in het schap."

Heeft Boni wat betreft de prijs misschien niet een punt? In onderzoeken geven consumenten aan biologisch belangrijk te vinden, maar op de winkelvloer kiest, ondanks de sterke opmars van biologisch, een groot deel nog steeds voor de reguliere, goedkopere variant. Is een 'verder dan biologisch'-variant als Pure Graze dan voor de gemiddelde supermarktconsument niet nog een paar bruggen te ver?

"Allereerst: de prijs van een stuk Pure Graze-vlees verschilt niet veel met die van een stuk biologisch vlees, zeker niet als het vlees breder beschikbaar wordt. En de prijs ten opzichte van reguliere producten lijkt misschien veel hoger, maar de vergelijking is niet eerlijk. Gangbaar vlees bevat veel antibiotica. Het gevolg daarvan is dat mensen resistent worden tegen antibiotica; dat was onlangs bij kweekvis weer actueel. In de humane gezondheidszorg ontstaan de problemen: mensen worden resistent tegen antibiotica en de kosten

Pure Graze gaat verder dan biologisch, maar jullie zijn niet biologisch gecertificeerd.

“Nee. Biologisch is wat dat betreft een verouderd begrip. Het onderscheid met regulier spitst zich vooral toe op ‘geen kunstmest’ en ‘geen bestrijdingsmiddelen’ en de eisen van Skal (de onafhankelijke organisatie die toezicht houdt op de biologische productie, MV) zijn goed voor de grootste gemene deler, maar zo gauw je iets anders doet of verder wil gaan, word je niet Skal-gecertificeerd. Dat is jammer, want dat remt nieuwe ontwikkelingen en pluriformiteit.

Neem onze kippen. Die wandelden het afgelopen jaar de hele dag buiten. Dat maakt ze weerbaar. Vergelijk het met de Iceman, wiens immuniteit 20 tot 30% hoger is dan die van ons ‘gewone’ mensen die acht uur op kantoor en in de auto zitten, ‘s avonds op de bank kruipen en daarna in bed gaan liggen. Zo werkt het ook met kippen. Onze kippen scharrelden tussen de saladebuffetten, krabden in de grond, etc. Maar de percelen waar ze scharrelden waren deels overdekt, om ze te beschermen tegen roofvogels. Dat was echter een proefopstelling, dit jaar willen we starten met kippen die volledig in het open veld grazen en een schuilhut tot hun beschikking hebben. Maar wat zegt Skal? “Jullie kippen zitten in een hokje, te dicht op elkaar, en ze zijn ‘dus niet’ biologisch.” Maar de opstelling waarin de kippen zaten, was als gezegd een proefopstelling. Zonder die proefopstelling konden we echter een volgende fase niet toestaan. Zo rem je als Skal innovatie af.”

Tot slot, op Foodlog ontstond een tijd terug enige discussie naar aanleiding van een bericht over Pure Graze. Zo zou het bijvoorbeeld niet mogelijk zijn om koeien 365 dagen per jaar te laten weiden, omdat we in Nederland niet zoveel weiden hebben. Wat vind jij van die discussie?

“De discussie over de vraag of het wel of niet mogelijk is om in Nederland jaarrond te weiden met koeien, is terug te voeren op twee basisproblemen die mensen zien: 1) de beschikbaarheid van grond en 2) het klimaat in combinatie met de bodemgesteldheid. Het eerste, de beschikbaarheid van grond, is terug te voeren op de bedrijfsintensiviteit; Nederland is een van de grootste exporteurs van landbouwproducten ter wereld. Maar dit is, door de grote krachtvoerimporten, gebaseerd op grond in het buitenland. Daarvan zijn we economisch afhankelijk en dus moet je die hectares ook meetellen. Het tweede probleem dat mensen zien, het klimaat in combinatie met de bodemgesteldheid, is terug te voeren op bestaande ervaringen. ‘Als het regent is de grond te nat om te weiden’, zeggen de criticasters. Maar de technieken die gebruikt kunnen worden om het weiden te maximaliseren kennen zij waarschijnlijk niet, die zijn niet algemeen bekend. Daarbij kun je, en dat doen wij dus ook, het plantenbestand aanpassen en diepwortelende gewassen gebruiken. Daardoor leg je de organische stof ‘verticaal vast’ en duurt het langer voor de grond verzadigd raakt met water.” ■

Column Van Kippersluis

De doodgezwegen derving

Voedsel weggooien in de supermarkt gebeurt om een aantal redenen. Potjes vallen, etiketten scheuren, afgeleverde verpakkingen blijken ingedeukt. Maar de belangrijkste reden is het verlopen van de houdbaarheidsdatum. Vooral bij de groep dagvers met haar korte tht's. De balans vinden tussen goed bestellen en de schappen goed gevuld zien te houden (lees: verkoop) en zo weinig mogelijk weg te gooien (lees: derving), dat is de uitdaging. Alle supermarktbestelsystemen zijn echter ingericht om out-of-stock te voorkomen. De verkoop gaat voor alles. De omzet is vaak nog het uitgangspunt bij beslissingen over derving: bestel voldoende om out-of-stock te voorkomen, is het uitgangspunt. Natuurlijk, de grootste groep ‘weggooiers’ zijn de klanten. Dat horen we via de campagnes tegen voedselverspilling. Maar supermarktketens kunnen er ook wat van. Als je erover nadent, is het eigenlijk ongehoord dat supermarktketens een derving van gemiddeld 1,2% van de consumentenomzet incalculeren (op hun miljardenomzetten) en als acceptabel normeren. Een supermarkt gooit gemiddeld voor € 100.000,- per jaar weg; dat zijn tien grote trucks vol met voedsel, of jaarlijks 5.000 klanten die voor een bedrag van gemiddeld € 20,- al hun gekochte boodschappen meteen weer weggooien. Dat doen we met 4.300 supermarkten landelijk en betekent een derving van totaal ruim € 400 miljoen per jaar. Vanwege de drang naar een zo groot mogelijk assortiment. De fullservicesupermarkt moet alles hebben, mag geen artikel missen. Anders is er geen verkoop en dus een gemiste omzetkans. Een leeg vak of een out-of-stock betekent een teleurgestelde klant, die, zo is de overtuiging alom, daarna naar de concurrent gaat en daar het artikel wél vindt. En die klant rekent die eerder bezochte supermarkt dan negatief af, door niet meer te komen. Angst voor omzetverlies is de feitelijke drijfveer. Supermarktketens stemmen hun beleid hierop af. Juist dit belachelijke beleid van omzetmaximalisatie moet veranderen om de hoge derving terug te dringen. Omzet hoeft niet ten koste te gaan van derving. Met maatschap-

pelijk verantwoord ondernemen kan het anders. Daar is weliswaar moed voor nodig, maar hoe lang anders nog moet het duren voordat supermarktketens hun verantwoordelijkheid voor voedselverspilling, natuur, mens, dier en milieu, onze bronnen dus, serieus nemen? Deze bronnen zijn niet onuitputtend. Door bewust met derving om te gaan is er voordeel te behalen, namelijk: goodwill. In deze tijd van bewustwording voor mens en dier wordt voedselverkwisting bestrijden gewaardeerd. Maak daar dan de consument bewust van, dat je dat doet: communiceer waarom de rucola een keer op kan zijn, maar dat de twaalf andere slavarijanten prima voldoen. Leg uit dat als er een stuk vlees wordt weggegooid, hiervoor een dier heeft geleefd. Vertel de klant waarom en geef een alternatief. Spreek de klant aan en u krijgt ongetwijfeld een positieve houding terug. Communiceer met uw klant over wat er gebeurt, vraag hem of haar hoe hij/zij mee kan helpen om de derving terug te dringen. Daar voelt de klant zich goed bij. Hij of zij snapt nu ook waarom en hoeft niet meer met alle bijkomende ergernissen naar de concurrent. Begrip haalt onvrede weg. En de omzet blijft op peil, of groeit wellicht zelfs. Misschien een nieuw formule-element? Natuurlijk is er ook de winst in geld. Door simpelweg de dervingspercentages, die nu echt belachelijke vormen aannemen, te verminderen. Stel dat het ons, als branche, lukt om de helft van alle derving te bestrijden – en waarom zou dat niet kunnen? – en er wordt op jaarbasis ruim € 200 miljoen netto meer verdiend door de supermarkten. Mét een toegenomen waardering van onze klant.

‘Het is ongehoord dat supermarktketens een derving van gemiddeld 1,2% van de consumentenomzet incalculeren en als acceptabel normeren’



Met ingang van deze maand is Martin van Kippersluis columnist in dit blad. Van Kippersluis is ondernemer van ‘Supermarkt Kippersluis’ in Amersfoort. Hij heeft dus zijn eigen formule (die hij met zijn broer Tom exploiteert) en wordt beleverd door Boon. Van Kippersluis is vooral bekend als oud-voorzitter van de Super de Boer-ondernemers en van de ontruiming van zijn andere vestiging (in Utrecht) in een conflict met Jumbo Supermarkten.

daarvan worden op de samenleving afgewenteld. Die kosten zitten niet verwerkt in het reguliere vlees, terwijl dat misschien wel zou moeten. Dan zou regulier vlees helemaal niet goedkoper zijn dan duurzaam vlees.

Verder is het deels een kip-ei-discussie. De vraag of een product aanslaat, wordt mede bepaald door de aandacht die er vanuit de supermarkt voor is. Sommige supermarkten roepen nog steeds: 'consumenten zeggen wel dat ze geen plofkip willen, maar ze kopen wél die plofkip, dus ze willen het toch'. Dan zeg ik: vergeet niet de kracht van de manier waarop jullie die plofkip presenteren. Als je een hele bak plofkip neerlegt en aan de randjes wat duurzame kip die nog net niet over de rand duvelt, dan zal je inderdaad zien dat consumenten die plofkip kopen en niet die duurzame kip. Door duidelijk te kiezen voor een product – dat doen supermarkten nu ook, maar op een andere manier – kun je consumenten wel degelijk iets extra's voor iets laten betalen. Neemt niet weg dat boven alles de smaak goed moet zijn. Iets kan nog zo duurzaam zijn, als het niet te eten is, wordt het niks. Dat kregen we van consumenten na onze proef bij Boni wel terug: ze waren verbaasd over de smaak. 'Het vlees proeft zoals mijn moeder het vroeger bakte'. Een mooi compliment."

Bloemendal mag dan met zijn Pure Graze 'ietwat voor de muziek uitlopen', dat maakt dat supermarkten zich er in ieder geval mee kunnen onderscheiden, denkt hij. Mits ze het verhaal achter het product goed vertellen. "Neem het

aspect 'biodiversiteit'. Als je in een grasland van 'ons' gaat staan, dan zie en hoor je een grote hoeveelheid vlinders en insecten; in de grassen en klavers is het hartstikke druk. Ga je in een gewoon grasland staan, dan hoor je hooguit de wind. Daar vliegt en zoemt niets. Saladebuffetten vergroten dus de biodiversiteit. Maar dan moet je wel bereid zijn om consumenten dat verhaal te vertellen, het verhaal van 'dáárom kost het product een paar centen meer'. Het unieke verkoopargument van supermarkten en gro-siers is nu vooral nog steeds prijs."

Dat geldt trouwens ook voor de verwerkende industrie. "Ik was laatst aan het zoeken op internet, er zijn kipverwerkers die alleen nog maar kipfilets doen. Ze kopen de filets in, maken ze klaar en kunnen niet eens meer met een hele kip werken.

Ander voorbeeld: onze kippen hebben langere, ontwikkelde poten, ze gaan echt staan zagezeggd. Maar de poten zijn zo lang, dat ze niet in de machines van de slachterijen passen. Die zijn afgesteld op het verwerken van 12.000 tot 14.000 kuikens per uur. Het is allemaal gericht op veel, in korte tijd, tegen een zo laag mogelijke prijs."

Toch houdt hij hoop. "Wereldwijd zijn er twee stromingen. Een stroming die snel veel geld wil verdienen en een stroming die oog heeft voor de omgeving. Die laatste stroming wordt steeds belangrijker. Gras gevoerde producten zijn in de Verenigde Staten ook al voorbij de ontwikkel-fase. Nederland is nog niet zo ver. Niet vreemd, want we zijn een van de dichtstbevolkte landen

ter wereld, een belangrijk exportland en de kracht van gangbaar en traditioneel zijn bij ons nog steeds overweldigend. Toch zullen ook wij in de toekomst steeds meer gaan kijken naar de relatie tussen gezondheid en voeding. Dat een bedrijf als Unilever er zo sterk mee bezig is, zegt ook wel iets. Als dat verder doorzet, wordt gras gevoerd ook bij ons veel groter."

Over de relatie tussen voeding en gezondheid bestaat ook veel discussie. Kijk naar de commotie rondom superfoods. En Brits onderzoek toonde vorig jaar aan dat biologisch amper gezonder is dan gangbare voeding, terwijl aanhangers van biologisch het tegendeel beweren.

"Degene die het hardst schreeuwt heeft gelijk, dat is onze manier van discussiëren geworden. Bovendien is veel wetenschappelijk onderzoek gesponsord en alleen daarom al niet onafhankelijk of volledig. In het genoemde onderzoek bijvoorbeeld zijn salvestrolen niet meegenomen. Biologische groenten en planten die aan-gevreten worden door insecten, maken stoffen aan om zich tegen dat aanvreten te verdedigen: salvestrolen. 'Gewone' groenten en planten maken deze stoffen niet aan, zij hebben dat vanwege de bestrijdingsmiddelen niet nodig. Aan salvestrolen wordt een kankerremmende werking toegeschreven. Dat maakt bio dus wel degelijk gezonder. Wij vinden met z'n allen een super glanzende appel de perfecte appel. Maar een appel die gedeeltelijk is aangevreten is veel perfecter: die appel heeft zichzelf weten te herstellen, dankzij de salvestrolen."

