



De groenten red

ders

Nederlandse foodies trekken ten strijde tegen voedselverspilling. Zijn het Don Quichots, die vechten tegen de almachtige voedselindustrie en een vastge-roeste consumentenmentaliteit? EcoRevolte, Kromkommer, VerdraaidGoed en Damn Food Waste slepen tonnen prima groenten en fruit weg voor de poorten van de vuilnishel.

Je voelt je schuldig als je onder in de groentela een bruin uitgeslagen krop sla opdiept. Wie niet? Of als er in de fruitschaal twee vergeten kiwi's op exploderen liggen. Weg ermee. Elke dag verdwijnt er voedsel in de vuilnisbak. De verspilling begint al bij de boer en de fabriek. Een aantal creatieve foodies zet hun schuldgevoel daarover om in originele oplossingen. Food Upcycling lijkt een succesvolle manier om verspilling tegen te gaan.

'Er is iets grondig mis met ons voedsel-systeem,' stelt Michel Caes. 'We halen groenten en fruit uit Afrika. De producenten daar krijgen een lage prijs. Er zitten tien schakels tussen voordat het de consument bereikt, die er aan de kassa het tienvoudige voor betaalt. En wat gebeurt er uiteindelijk met die producten? Een aanzienlijk deel belandt in de vuilnisbak. Vele tonnen per week, een bizarre situatie.' De in Rijswijk neergestreken Parijzenaar

links Pieter Teerling en rechts Michel Caes

kan zich behoorlijk opwinden over de mondiale voedselindustrie, de almacht van de grote supermarkketens en misleidende marketingverhalen. 'Al twintig jaar werk ik met voedsel: in restaurants, bij een slagerij, een Franse patisserie en de laatste vijf jaar als ambachtelijk bakker. In winkels en restaurants zie ik heel veel slecht eten. In brood stoppen ze chemische bestanddelen. Het huidige systeem draagt niet bij aan gezonde voeding en het ontbreekt consumenten vaak aan informatie om de juiste keuzes te maken.'

We willen met de Ecoboxen vooral op lokaal niveau een oplossing bieden

Waar anderen afhaken vanwege de onmogelijkheid om het systeem te veranderen, besluit hij tot actie over te gaan. 'Het liefst zou ik de honger in Afrika willen bestrijden, maar het enige wat ik kan doen, is bij mezelf en dus klein beginnen.' Hij vond een geestverwant in Pieter Teerling, account manager bij Eosta, de grootste distributeur van exotische, biologische groenten en fruit in Europa. 'We delen de verantwoordiging over de enorme hoeveelheid die nooit de consument bereikt. Pieter vroeg me eens: Wij hebben 800 kilo aardbeien over, wat kan jij daarmee doen? Dat was de start van onze gezamenlijke missie.' Caes nam begin dit jaar een sabbatical en startte samen

met Teerling de coöperatie **EcoRevolte**: 'We creëren een parallel systeem, een directe link tussen boer en consument. De boeren zijn blij, want we verlossen ze van een probleem. Zij moeten immers steeds meer produceren tegen lagere prijzen. Door de strenge regels blijven ze dagelijks met producten zitten. Aan de andere kant vinden consumenten het fijn als ze minder voor biologische boodschappen hoeven te betalen. Door de tussenhandel te reduceren, zijn er alleen maar winnaars.'

Elke week komen de mensen van EcoRevolte samen in een grote loods in het Westland. Daar brengen boeren pallets die ze normaal door zouden draaien. Alles uitsluitend biologisch. Met vrijwilligers selecteren ze de vele dozen met onder meer bloemkolen, peren, courgettes en pompoenen. Caes: 'Op drie kilo houden we twee kilo uitstekende spullen over. Beschadigde groenten en fruit verwerken we in appelmoes of soepen. Het overschot gaat naar de varkens.'

Met de geselecteerde producten stellen ze hun Ecoboxen samen. Iedere doos bevat vijf à zes kilo met verschillende soorten groente en fruit, van Grenadillas tot cherrytomaten en van bleekselderij tot Gala-appels. Verkoopprijs: 10 euro. Een koopje vergeleken met de prijzen in duurzame supermarkten.

Caes: 'We hoeven er geen geld aan te verdienen, alleen een kleine marge om het proces verder te helpen. We willen vooral op lokaal niveau een oplossing bieden. We hebben nu vijf verkooppunten in Den Haag en omgeving. Mensen uit andere delen van het land, die dit idee willen kopiëren,

zijn van harte welkom.' De Ecobox ziet hij als het begin van iets groters. Plannen genoeg: workshops, het verwerken van beschadigde producten in houdbare waar, gezonde lunches voor schoolkinderen en lezingen om consumenten het ware verhaal over eten te vertellen. 'Die worden nu bang gemaakt met spookverhalen en krijgen door marketingcampagnes verkeerde informatie.' Op den duur willen ze ook een restaurant openen waar ze uitsluitend werken met voedsel dat anders wordt weggegooid. 'Een anti food waste menu du jour,' aldus Caes, die moeiteloos schakelt tussen Frans, Engels en Nederlands. 'Binnen twee maanden hadden we 150 leden en zo'n twintig vrijwilligers, die in natura betaald worden: iedere week een gezonde box. Onze afnemers zijn nu nog vooral mensen met een ruimere beurs en veel kennis van voeding. De armere wijken bereiken, dat is de uitdaging. Dat is lastiger, want daar kijken ze toch eerst naar hun portemonnee.'

Groentenredders noemen de drie dames van **Kromkommer** zichzelf. Dit jonge bedrijf uit Rotterdam brengt gekke groenten terug in de keten. Dat 5 tot 10% van al het groente en fruit in Nederland vanwege hun looks als veevoer of in de biovergister eindigt, vinden ze te krom voor woorden. Dus krijgen die tweelingtomaat, gebogen komkommer en verstrengelde wortels bij Kromkommer wel een kans. Als tiener zag Chantal Engelen grote hoeveelheden voedsel in de afvalbak van het restaurant van haar vader belanden. Ze deed een studie Voeding en Diëtetiek en een master Consumentengedrag. Nuttige

kennis, die ze nu inzet tegen waste. 'Je kunt veel doen met gekke groenten,' vertelt ze. 'Alleen door hun uiterlijk

Mensen van onze generatie - tussen de twintig en dertig - beseffen dat het anders moet

bereiken ze nooit de schappen. Tot voor kort lag dat aan de voorschriften, want groenten met kronkels kregen geen goedkeuring. Gelukkig is de Europese regelgeving nu aangepast, maar consumenten, die in de winkel voor de keuze staan, zullen veelal de paprika zonder uitstulpingen kiezen. Er is echt een mentaliteitsverandering nodig om dat te doorbreken. Retailers en consumenten geven elkaar de schuld. Met als resultaat dat deze groente nooit op ons bord komt.'

Om de weg van boer tot bord wel mogelijk te maken, verwerkt Kromkommer de afgekeurde, waar tot houdbare producten. 'We deden vorig jaar een pilot met frisse mosterd, spicy ketchup en superlekkere komkommerjam en dat smaakte naar meer. Onder meer via crowdfunding brachten we de benodigde middelen bij elkaar voor onze eerste serieproducties. De bijna 850 gekke-groente-helden (donateurs) vormen de Kromcommunity.' Eind mei lanceerde Kromkommer de gelijknamige soeplijn. Er zijn drie smaken: biet, wortel en tomaat. 'Elk met



Kromkommer: links Chantal Engelen, midden Jente de Vries, rechts Lisanne van Zwol

een twist, dat hoort nu eenmaal bij ons.’ In 2014 wil het bedrijf minstens 20.000 zakken op de markt brengen. Online, via ecowinkels en later ook via supermarkten. Alle groente is afkomstig van Nederlandse telers. Deze zomer staat het ontwikkelen van een delicatessenlijn op de rol. Engelen: ‘Het verhaal vinden we het belangrijkste. Mensen van onze generatie - tussen de twintig en dertig - beseffen dat het anders moet. We hebben liever een goed gevoel dan een dikke auto. Ons uiteindelijke doel is niet ons

concept verkopen aan een voedseligant, maar overbodig worden. Als gekke groenten gewoon weer in de winkel te koop zijn, gaan we weer iets anders doen.’

Ook Lisanne Addink van **Verdraaid-Goed** is een omdenker. ‘Hergebruik loopt als een rode draad door ons bedrijf.’ Een avond koken met rest-ingredienten uit Amsterdamse restaurants bracht haar op een idee. ‘In Nederland is de doggybag absoluut niet populair. We deden onderzoek naar dit onderwerp en wat

bleek? Gasten durven niet te vragen of ze de rest van hun maaltijd mee kunnen nemen en obers zijn bang om het aan te bieden. Daarom hebben we de hippe Foodiebag ontwikkeld. Ook maakten we een clip waarmee gasten en obers kunnen communiceren op een subtiele manier. Onze Foodiebag won de Horecava Innovation Award 2013 en de Duurzame Dinsdagprijs. In honderd restaurants is hij inmiddels in gebruik. In toprestaurants doet het probleem zich minder voor, omdat ze kleine porties serveren. Wel laten gasten

aan het eind van een vijfgangenmenu vaak de friandises staan en daar willen we nu een luxe box voor ontwikkelen. De Foodiebag is zo een verlenging van de restaurantbeleving.’

Fill bellies not bins! **Damn Food Waste** zette vorige zomer met een ludieke actie op het Museumplein verspilling op de agenda. Sebastiaan Aalst: ‘We schotelde 6500 mensen een gratis lunch voor, bereid van 1200 kilo gejutte groenten. Deze zomer gaan we op tournee naar verschillende steden om zo onze boodschap aan nog meer mensen over te brengen. Zo waren we op 28 juni in Groningen.’

Aalst, ook verbonden aan adviesbureau Food Cabinet, vindt het tijd om afscheid te nemen van de overvloed. ‘Het systeem met houdbaarheidsdata is zelf niet langer houdbaar. Producenten zetten een veel kortere houdbaarheidsperiode op de verpakking dan om veiligheidsredenen nodig is. In de partycatering verdwijnt nu 38% van de dinerbuffetten in de vuilnisbak, omdat dat moet. Restaurants die werken met kleinere kaarten en porties geven het goede voorbeeld. Er is echt een omslag in onze eetcultuur nodig. Eten wegdoen is gewoon not done.’

www.ecorevolte.nl
www.kromkommer.com
www.verdraaidgoed.nl
www.damnfoodwaste.nl
