

‘Bewustwording bij consument over ons voedsel moet beter’

MIKE SCHELLART

Nieuwe Oogst duikt in de wereld van jonge Nederlandse boeren en tuinders. Wat drijft hen en waar zetten ze zich voor in? Hoe kijken ze naar de toekomst? In deze aflevering van Jonge Helden Paul Janssen, vollegrondsgroenteteler in Hunsel. Een ondernemer met gevoel voor verantwoordelijkheid.

INTERVIEW

Na zijn opleiding aan de HAS stapte Paul Janssen in het vollegrondsgroentebedrijf van zijn ouders Peter en Rian in Hunsel. Daarnaast startte hij een eigen bedrijf in de teelt van asperges.

Vorig jaar verwierf Janssen bekendheid door het initiatief te nemen tot het instellen van een dieselwacht in de regio om zo diefstal van diesel en sproeikoppen tegen te gaan. Zelf vindt hij dat ‘vrij gewoon’ om in actie te komen, als dat nodig is. Belangrijker vindt hij dat zijn afgekeurde courgettes naar Kromkommer gaan, die er soep van maken en vooral zodoende de bewustwording van consumenten over voedsel probeert te beïnvloeden.

Waarom start je los van je ouders een bedrijf?

‘Ik wil mijn eigen verantwoordelijkheid nemen. Ik denk dat ik het me zo makkelijker maak, als ik het bedrijf van mijn ouders overneem. Dan heb ik me als ondernemer bewezen met op zichzelf staand bedrijf. Hoe beide bedrijven later in elkaar vloeien, zien we nog wel. Eerst maar eens een aantal jaren draaien.’

Waarom wil je ondernemer worden?

‘De gedachte was er wel om eerst iets buiten het bedrijf van mijn ouders te doen. Maar mijn vader werd ziek en ik wilde niet voor het vol-dongen feit komen te staan dat ik een bedrijf zou overnemen waarvan ik niets afwist. Dat het op stapel stond, stond voor mij al vast. Alleen is de keuze sneller gemaakt.’

‘Het is ook aan boeren en tuinders om zaken op te pakken’

‘Bovendien heb ik een werkersmentaliteit. Als ik zie dat iets beter kan, doe ik dat. Ik vind het ook mooi dingen te bedenken en op kleine schaal uit te proberen. Dat het dan een keer mislukt, vind ik niet zo spannend. Als ik maar weet waarom en wat ik eraan kan doen. Dan verbeter ik het ook meteen. Dus het ondernemerschap past mij wel.’

De dieselwacht is jouw initiatief. Hoe kwam dat?

‘Er wordt hier veel beregend vanwege de zand-



Paul Janssen, vollegrondsgroenteteler in Hunsel

Foto: Lè Giesen

JONGE HELDEN

Ondernemer: Paul Janssen (25) uit Hunsel (Limburg)
Bedrijf: Tuinderij Beegdenhof in maatschap met ouders en eigen bedrijf in aspergeteelt
Teelten: courgettes (50 ha), prei (8 ha) pompoenen (9 ha) en asperges (18 ha)
Buiten bedrijf: voormalig bestuurder AJK Midden-Limburg, initiatiefnemer dieselwacht en bestuurder Katholieke Plattelands Jongeren Midden-Limburg

gronden. Dus ‘s nachts staan hier motoren te draaien om haspels draaiende te houden. Vorig jaar was het zoveelste jaar op rij dat er diesel uit de beregeningsinstallaties werd gestolen. Boren ze een gaatje in de tank, slangetje erin en halen ze er honderden liters uit. Een forse schadepost voor ons.

‘Collega’s in de buurt hebben hetzelfde probleem. Je bent niet voor niets lid van een belangenvereniging. Die kan zaken goed organiseren en hebben mensen ervoor. Dus heb ik aan de bel getrokken bij de plaatselijke LLTB-afdeling. Zo is het balletje gaan rollen.

‘Vervolgens hebben we een pilot met vijf telers

en vijftien pompen gedraaid. We hebben een beveiligingsbedrijf in de arm genomen die de pompen controleert. Net als op industrieterreinen maar dan in het land. Dat is niet altijd gemakkelijk, maar het is goed verlopen. We hebben er ook ruchtbaarheid aan gegeven, zodat anderen ervan kunnen leren.’

Wat heb je er zelf van geleerd?

‘Dat het handig is zaken zelf op te pakken. Ik neem het overheden en belangenbehartigers niet kwalijk dat ze niet precies weten wat er speelt op het land. Want er speelt altijd overal wel wat. Dus is het aan boeren en tuinders

om ook zaken op te pakken. Je kunt niet van iemand die niets weet, verwachten dat hij het probleem op gaat lossen.’

Jullie afgekeurde courgettes gaan naar Kromkommer. Welke gedachte zit hierachter?

‘Aan de onderkant van de bladeren zitten stekels waardoor de courgettes snel beschadigen. Vanwege kwaliteitseisen worden onnozelen veel vruchten weggegooid. Hartstikke zonde. ‘Mijn moeder las een artikel over Kromkommer en vervolgens heb ik ze benaderd. De mensen van Kromkommer zijn hier komen kijken en stonden te knippen met hun ogen, toen ze zagen wat we weggooiden. Het is hun gelukt er soep van te maken. Rijk worden we er niet van, maar ik vind het toch een succes.’

‘GLB-geld mag meer in bewustwording en promotie van voedsel’

Waarom dan?

‘Omdat we met dit soort initiatieven de bewustwording van de productie en herkomst van ons voedsel bij consumenten stimuleren. Kromkommer is ijzersterk in haar communicatie richting consument, dat is heel belangrijk. ‘Laatst zag ik een filmpje waarin consumenten de keuze werd voorgelegd te kiezen uit een courgette met een krasje of een puntgave vrucht. Namen ze die met een krasje, omdat ze dachten dat die biologisch was en de ander bespotten. Tenenkrommend.

‘Ik weet zeker: als je groenten die in de supermarkt blijven liggen, de volgende dag in een apart schap legt en daar een bordje bij zet met een tekst die de groenten romantiseert, dan trekken consumenten het schap leeg tot het laatste boontje.

‘Die bewustwording is zo vreselijk belangrijker dan die paar vruchten die afgenomen worden omdat er een krasje op zit. Daarom steun ik initiatieven als Kromkommer graag.’

Moet hier niet beleid voor komen?

‘Tja, er is nu een discussie over het nieuwe Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB), dat het geld meer gestopt wordt in de bewustwording en promotie van voedsel in plaats van massaproductie. Een goede zaak.

‘Dat gaat natuurlijk niet van de een op de andere dag, maar als we daar als boeren en tuinders eerlijke prijzen en waardering voor terugkrijgen, bereik je veel meer dan dat consumenten meer consumeren.

‘Dan is de consument ook bereidwilliger om invloeden van de natuur te accepteren. Die consument zou moeten weten dat er een krasje op een courgette zit, omdat het heeft gewaaid. Dat is een ideaal beeld. Maar waarom zou je dat niet nastreven?’

Hoe kunnen we stappen zetten?

‘Kromkommer is goed bezig. Ze weten hun product aan de man te brengen én betalen telers een eerlijke prijs. Ook hebben veel supermarkten inmiddels een schap met producten met groenten die niet helemaal aan de kwaliteitseisen voldeden.

‘Er is dus een beweging gaande. Dat dat niets is ten opzichte van de totale productie, maakt niet uit. Het gaat om het effect op de consument. Dat helpt de sector vooruit.’