

Simon Wijma

# Het streekproduct is terug van

Wat is eigenlijk een streekproduct? Hooghoudt, de beste graanjenever van de haile wereld, uut Grunningen? Ondanks allerlei fraaie benamingen zijn diezelfde graanjenever, Groninger mosterd of koek, Kollumer kaas, Friese berenburg en dergelijke zeker geen streekproducten. De ingrediënten worden namelijk op de wereldmarkt ingekocht, en kunnen dus overal vandaan komen. Een echt streekproduct wordt in één bepaalde regio geteeld en verwerkt. In vroeger tijden ging dat vanzelf. Gewassen gedijden het best in een bepaalde streek, kunstmest en andere hulpmiddelen ontbraken en consumptie vond bij gebrek aan transportmogelijkheden in de directe omgeving plaats. Dergelijke streekgebondenheid is verdwenen door de modernisering van landbouw en infrastructuur, en door schaalvergroting in de consumentenmarkt. Tegenwoordig is streekproductie een kwestie van idealen, afspraken en een duidelijke positionering in de markt. En stug doorzetten, volgens de freelance journalist Wijma.



Henk Pila: "We zijn weer trots op onze eigen streek", foto Ton Broekhuis

# weggeweest

Echt goed lopende streekproducten zijn er (nog) niet zoveel. Waddenproducten vormen een gunstige uitzondering. Onder het Waddenmerk vallen zo'n 150 uiteenlopende producten, zoals Waddenzuivel, -groente, -delicatessen en een groot deel van de Wrâldfrucht-producten (Fries voor 'wereldfruit'). Uniek aan het Waddenmerk is de combinatie van streekgebonden productie en verwerking met de biologische landbouwmethode. Een van de drijvende krachten achter de Waddenproducten is Henk Pilat (34) uit Buitenpost.

Als zoon van een veehouder en -handelaar uit de omgeving van Buitenpost is Pilat vertrouwd met de agrarische wereld. Hij studeerde onder andere bedrijfskunde in Groningen en Utrecht. Pilat werkte een tijdje elders, maar de streek bleef trekken. Uiteindelijk vestigde hij zich als zelfstandig bedrijfskundige in Buitenpost, waar hij zich vooral ging bezighouden met platteland vernieuwingsprojecten. De Stichting Waddengroep is het overkoepelende orgaan voor de Waddenproducten. Er is een Raad van Toezicht annex bestuur, met onafhankelijke leden die geen enkele binding hebben met producenten of handel. Voorzitter is Jan-Douwe van der Ploeg, van de Landbouww Universiteit Wageningen. Marc van Rijsselberghe, van de biologisch-dynamische zuivelproducent Sint Donatus op Texel, en Henk Pilat voeren het beleid in de praktijk uit. De basisinkomsten worden gevormd door een afdracht van vijf procent van de omzet voor promotiedoel-einden.

## 25 kilometer

Wat houdt de kreet 'Waddenproducten' precies in? Pilat: 'Het Fonds Werk aan de Wadden stelde al dat Waddenproducten of van de eilanden of uit een gebied maximaal 25 kilometer landinwaarts vanaf de

## De regio leeft

Hoe groter en onoverzichtelijker de Europese Unie wordt, hoe meer de mens op zoek gaat naar zaken die houvast bieden. Tegelijk met de politieke en economische schaalvergroting is een omgekeerde trend waarneembaar. De regionale media bloeien, streekcultuur en dialecten staan weer volop in de belangstelling. Veel mensen bemoeien zich actief met wat er in hun woonomgeving gebeurt. Kortom, de regio leeft. We zijn weer trots op onze eigen streek. Daarom kopen we wellicht ook eerder producten uit onze eigen leefomgeving. Een betrouwbaar product, waarvan de herkomst en verwerking bekend is, kan een aantrekkelijk alternatief vormen voor de grootschalige industriële voedselproductie, die steeds meer problemen oplevert voor milieu, dier en mens.

waddenkust moesten komen. Wij hebben dat criterium overgenomen. De reacties daarop zijn heel verschillend. Eilanders vinden het vaak een veel te groot

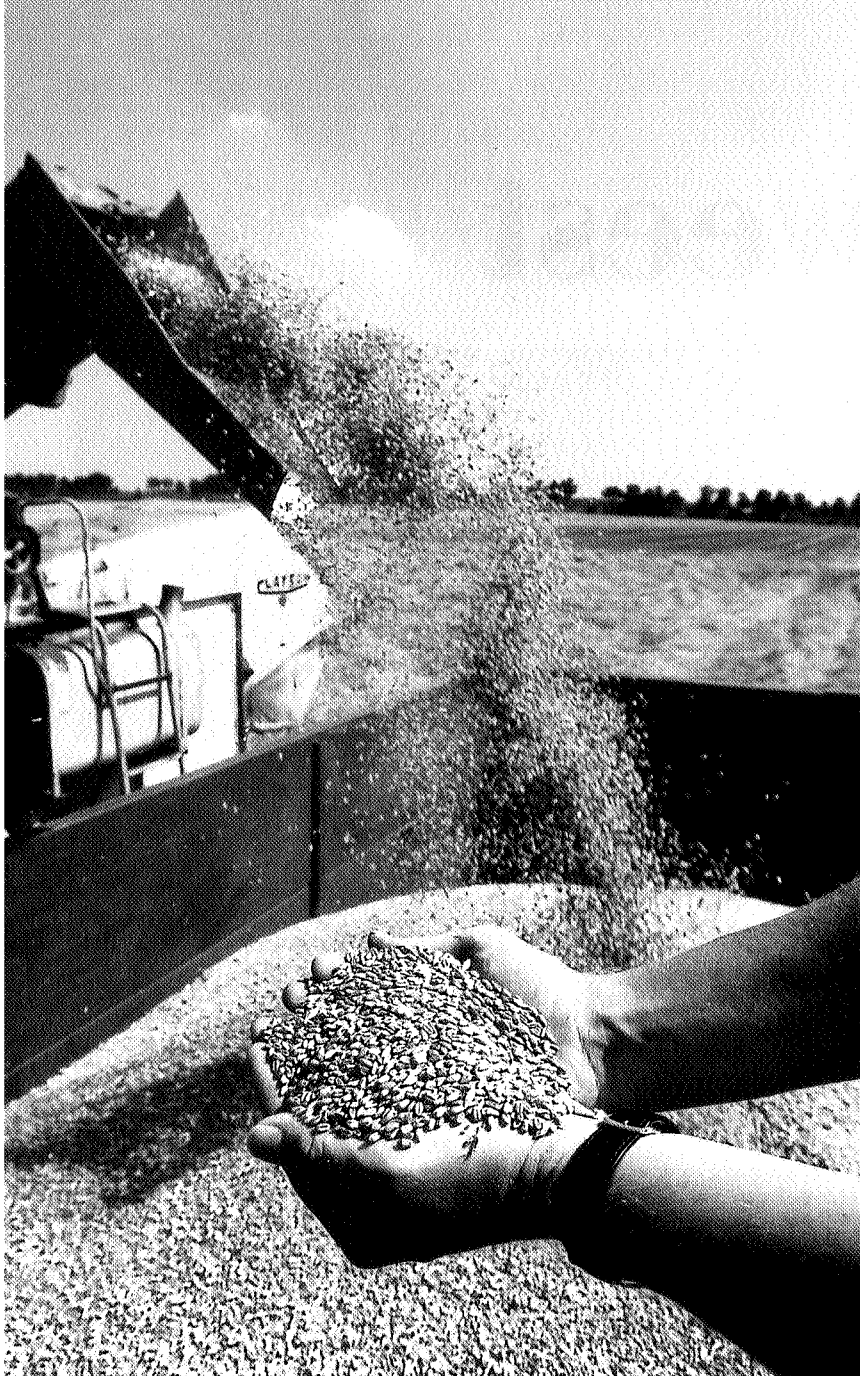
**'Voor veel mensen is het een verademing dat biologische producten ook lekker kunnen zijn.'**

gebied, maar in de randstad denken ze: Ach, Leeuwarden, dat ligt toch aan de Waddenkust? En Duitsers zeggen: 'Viel zu eng'. 25 kilometer, daar lachen ze om.'

Een van de doelstellingen van de Waddengroep is het behoud van de Waddenzee als natuurgebied, onder andere door 'andere' werkgelegenheid te scheppen. Henk Pilat: 'Er zijn maar weinig streekproducten die zo profiteren van de naam van een

gebied. De uitstraling van het waddengebied is gigantisch. We oriënteren ons ook op export, want het waddengebied loopt natuurlijk door in Duitsland en Denemarken.'

Waarom mensen streekproducten kopen is door Pilat op een eenvoudige, maar doeltreffende wijze onderzocht: 'We stuurden twee studenten met een kraam Waddenproducten naar dertig toeristische markten. De een liet de mensen proeven, de ander deed onderzoek naar koopmotieven. Smaak is heel belangrijk. Het moet bovenal lekker en gezond zijn, en dan milieuvriendelijk. Voor veel mensen is het een verademing dat biologische producten ook lekker kunnen zijn. En sommige kopen het als souvenir.' Ook het stimuleren van de regionale economie, en behoud en ontwikkeling van het waddengebied noemt Pilat als koopargument. Chauvinisme kan ook een beweegreden zijn, maar als het niet lekker of goed is houdt het gauw op. Op de eilanden vormen Duitse toeristen een belangrijke groep



kopers. Pilat typeert de Duitse consument als *'heel gezondheidsbewust, veel meer dan hier'*.

Opmerkelijk is dat de Waddenzuivel voornamelijk in de Randstad wordt verkocht. Pilat: *'Dat heeft ook te maken met het feit dat zowel groothandels als winkels in het Westen zich willen profileren met deze producten.'* En de meeste donateurs van de Waddenvereniging zitten daar, laat Henk zich ontvallen. Naast verkoop in winkels (inmiddels zo'n vijfhonderd in het hele land) stimuleert Pilat zoveel mogelijk de eigen afzet via huisverkoop.

#### **Eko of niet**

In het pas verschenen boekje *'Slimme streken'* komt enig verschil van inzicht naar voren binnen de organisatie over al dan niet biologisch produceren. Is het Ekomerk een absolute voorwaarde? Pilat: *'Onze eisen zijn streng. Liefst Eko of Demeter. Wat de uitstraling van de merken Waddenzuivel en -delicatesen betreft is het streven: 100 procent Eko. Soms kan er geen Ekomerk toegekend worden, omdat er geen of te weinig biologische ingrediënten voorradig zijn. Maar we willen een bepaalde groep boeren niet uitsluiten. De Eko-bollenteelt is bijvoorbeeld moeizaam, we hebben er op Texel mee geëxperimenteerd. We ziden: voor een hoog milieurendement gaan we ook de geïntegreerde teelt bevorderen. Zo'n product krijgt dus een heel andere uitstraling dan de bekende Waddenmerken. Maar er gelden wel vastgelegde milieueisen, bijvoorbeeld via het Agro-milieukeur. Je moet voorkomen dat boeren ongewenst onderling concurreren. We zien meer in onderlinge afstemming; de ketenbenadering in plaats van concurrentie. Je doet het met elkaar en moet het van elkaar hebben. Overal zie je de trend dat de handel steeds meer de productie dicteert. Met sterke merken kun je als producent nog inbreng hebben.'*

#### **Streekkeurmerk**

Een sterk merk moet dan wel beschermd worden. Henk Pilat: *'Waddenzuivel is al een beschermd merk. Maar de Europese wetgeving is niet gericht op individuele producten. We zouden dan 150 aanvragen voor al onze producten moeten doen. We kijken nu met*

Oogst van baktarwe voor  
het Drents Boerenbrood,  
foto Jacob Melissen

andere producenten en het ministerie naar de mogelijkheid van een streekkeurmerk, vergelijkbaar met het Skal-keurmerk. Nu al laten we de oorsprong controleren. Maar wil het slagen, dan moeten alle merken uiteindelijk verdwijnen die onterechte claims leggen.' Zoals Waddenbrood bijvoorbeeld:

'Oorspronkelijk droeg de producent (Ranks, v/h Moorlach in Uithuizermeeden, sw) een deel van de opbrengst af als steun aan de Waddevereniging, en maalde de tarwe in Uithuizermeeden. Nu is het vooral een leuk merk. Ranks wilde onze merknaam laten verbieden. Misschien moeten wij nog eens een proefproces voeren. Want met de Europese en warenwetgeving, die steeds strenger worden op dit punt, staan wij sterker. Waddenbrood is in feite een fantasiemerk.' Welk prijsverschil is acceptabel voor streekproducten? Nederlanders staan toch bekend als prijskopers. 'Het prijsniveau van de biologische producten ligt gelijk met dat in de natuurvoedingswinkel. Voor de Waddendelicatessen is de toeristische markt erg belangrijk. Daar zit meer rek in de marges, en dat is ook wel nodig. We hebben vrij strenge eisen. De verwerking moet in de regio plaatsvinden. Dat houdt meestal kleinschalige en ambachtelijke productie in, en grootschaliger is nu eenmaal goedkoper. Maar de bredere doelstelling verlaat je dan: milieuvriendelijke productie in eigen streek. We gaan nu bijvoorbeeld een sapfabriekje opzetten in Dokkum. Streekproductie heeft zo een kans om terug te komen.'

#### Groeipotentie

De omzet in Waddenzuivel, afkomstig van dertien boerderijen, bedroeg in 1996 ongeveer één miljoen gulden. Pilat verwacht dit jaar op 1,25 miljoen uit te komen. De groei komt gedeeltelijk voort uit verbreding van het productaanbod, dit jaar komt bijvoorbeeld karnemelk op de markt. Aan delicatessen, vorig jaar in juli gestart, is voor drie ton verkocht. In 1997 wordt een half miljoen omzet verwacht op slechts veertig à vijftig afzetpunten. Groeipotentie is er dus zeker. Maar kunnen streekproducten structureel iets betekenen voor de regionale landbouw? Henk Pilat:

**'Je moet streng in de leer zijn, anders blijft het bij etiketten plakken.'**

'Voor de huidige productie van Parmezaanse kaas zou alle Friese melk nodig zijn. Dergelijke economisch belangrijke streekproducten zijn zeldzaam. Verder zijn we sterk afhankelijk van de overheid: worden merken afdoende beschermd? Eko is nu krap één procent van de markt. In Duitsland en Denemarken gaat het richting tien procent. Er zijn dus nog gigantische mogelijkheden, want tien procent moet wel haalbaar zijn. Het economische effect is afhankelijk van normen: je moet streng in de leer zijn, anders blijft het bij etiketten plakken.'

Het Drentse boerenbrood is een succesvol streekproduct, foto Eddy Jonkheid



Hoe onderscheid je je op de markt: een foefje zijn de zeskantige glazen potjes die niet machinaal geëtiketteerd kunnen worden. Imitatie is vrijwel onmogelijk, foto ABC Design





#### Stickers plakken

Pilat vindt de opzet van nieuwe streekproductie vaak weinig doordacht: 'Hetzel vaak is de benadering zo van: hè, een traditioneel recept. Dat is dan ergens gevonden in een oude kast. Over de grondstoffen wordt niet nagedacht, dat vindt men niet interessant. Ik werk juist vanuit de regionale ontwikkelingsgedachte. Een gesloten keten van teelt en verwerking heeft pas echt effect. Maar die visie wordt niet overal gedeeld. Bij veel projecten blijft het bij stickers plakken. Denk bijvoorbeeld aan de recente discussie in

*Friesland over Friese specialiteiten. De eis van verwerking van ingrediënten uit het gebied wordt niet gesteld. Mooie promotie voor de provincie, dat wel. Maar als bijvoorbeeld de vlierbessen voor Boomsma berenburg hier vandaan zouden komen, dan zou dat voor de regio nog eens interessant zijn. Producenten willen dat soort beperkingen niet, die kopen liever vrij in op de wereldmarkt. En de prijsconcurrentie is hard. Stel dat een coöperatie bij de melkverwerking rekening zou moeten houden met het herkomstgebied; dan zouden ze een aparte productielijn moeten opzetten.'*

#### Stoppen of doorgaan

Pilat beschouwt regionale productie als een 'leuke stap', die zeker binnen de plattelandsvernieuwing belangrijk is. Het vergroten van de toegevoegde waarde is daarbij essentieel: 'Donatus verwerkt bijvoorbeeld 'maar' 300.000 liter melk, de productie van een kleine gangbare boer. Maar daar leven dan wel acht mensen van. En dan nog de losse krachten, toeleveranciers enzovoort. Streekproductie kan juist ook behoud van werkgelegenheid betekenen. Voor een klein boerenbedrijf kan bijvoorbeeld f 30.000,- aan





Foto Jacob Melissen

*extra inkomsten net het verschil betekenen tussen stoppen of doorgaan. Op het streekje waar ik opgegroeid ben, zaven vroeger achttien boeren; achttien gezinnen leefden van de melk. De laatste houdt er nu binnenkort mee op, dan zijn er geen boeren meer.' —*

Slimme Streken  
van uitgeverij Roodbont (Zutphen 1996) beschrijft  
25 initiatieven van boeren en tuinders rond streekproducten.

## Noord-Nederlandse streekproducten

Behalve de *Waddenproducten* is er nog een aantal voorbeelden van regionale producten uit Drenthe, Groningen en Friesland.

*Drents Boerenbrood* is een succesvol streekproduct dat al eens de voorpagina van *De Boerderij* haalde. Een aantal boeren uit het Mals- en Westerstroombied (omgeving Aalden) heeft zich verenigd in de coöperatie Drents Boerenbrood, die wordt begeleid door het Noordelijk Agrarisch Innovatiecentrum. Zij telen baktarwe volgens de eisen van het Agro-milieukeur. De tarwe wordt gemalen op een molen in Zuidbargte. Zo'n veertig warme bakkers in heel Drenthe bakken en verkopen het Drents Boerenbrood. Zowel het Drents Boerenbrood als het streekproduct *Roldanaer*, een rauw-melkse kaas uit het Drentsche- Aagebied, zijn voortgekomen uit milieusamenwerkingsverbanden in gebieden waar de landbouw met beperkingen te maken kregen vanwege milieu-eisen.

Ook het *Groninger Landbrood* is een echt streekproduct. Sinds 1989 wordt jaarlijks ongeveer 200 ton tarwe van Groninger boeren op windkracht gemalen door Rolf Wassens van de molen Joestwert in Feerwerd, en gebakken en verkocht door een twintigtal warme bakkers in de regio.

Quist bierbrouwerij te Ezinge brouwt sinds 1996 *Quist-pilsner*, *Gronings witbier* en *Borgerbier*. Tarwe (voor witbier) en ongemouten gerst komen uit Groningen, mout van Nederlands graan.

*Oldambtster honing* is afkomstig van gewassen als facelia, klaver en koolzaad, die op braakliggende velden worden ingezaaid.

*Groninger Mallebanen*, ook wel duiven- of paardenbanen, worden geteeld bij de Borg Verildersum in Teens.

Biologische producten zijn *Terschellinger kaas*, *Graens Hoordammer kaas*, *Drentsche Aa-zuivel*, *Bolhuis bakkerij-producten*.

Ook op boerenmarkten en huisverkoopadressen zijn veel streekproducten te vinden.