

# Bio Brass: biologisch telen met beleid

Vroeger was biologisch voedsel iets voor stoffige alternatievelingen, die de wormstekige appels en de bruine plekken op hun bloemkool voor lief namen. Die tijd is allang voorbij en er is een enorme, gestaag groeiende markt voor kwalitatief hoogstaande, biologisch geteelde groenten en fruit. Een buitenkans voor slimme ondernemers met een langetermijn visie, bewijst het bedrijf Bio Brass in Zeewolde

**D**e vraag naar biologische producten is groter dan het aanbod, blijkt uit een recent onderzoek van de Universiteit van Wageningen. Wereldwijd stijgt de vraag naar biologische voeding jaarlijks met 12 procent, dat is meer dan de vraag naar voeding in het algemeen. Maar het aanbod blijft daarbij achter. Hier liggen kansen voor Nederlandse ondernemers, blijkt uit hetzelfde onderzoek. Exportatie Nederland zou de mogelijkheden als geen ander kunnen benutten.

“Het probleem is dat ketenpartners vaak een afwachtende houding aannemen”, zegt Gerjan Snippe van Bio Brass. “Telers zeggen, kom eerst maar met je vraag, afnemers willen eerst voldoende aanbod, maar zo krijg je niks gedaan. Dertig telers die allemaal afzonderlijk bloemkool verbouwen, daar krijg je geen continuïteit mee. Je kunt ook niet alleen maar bloemkool verbouwen op je land, je moet roteren met andere gewassen. Dus als bedrijf alleen maar bloemkool verbouwen, werkt ook niet. Ook de kwaliteit van biologische producten is lange tijd niet constant geweest. “Zo’n tien jaar geleden zag je dat daarom de interesse voor biologisch voedsel weer afnam bij de consument”, aldus Snippe.

Bovendien is het voor een individuele teler moeilijk om de weg naar de markt te vinden. Snippe: “dan heb je een mooi product, er is vraag naar, en dan vinden afnemers en telers elkaar nog niet.”

## Modern en gespecialiseerd

Snippe besloot het structureel aan te pakken. Bio Brass verbouwt koolsoorten als onderdeel van het totale teeltbouwplan van de biologische bedrijven in de regio, 230 hectare in totaal, negen miljoen planten, volgens een uiterst strak plan. “Het luistert allemaal heel nauw, en vooral kool vraagt een specifieke aanpak”, aldus Snippe. Bio Brass werkt met een Engels teeltbedrijf samen in Zuid-Europa, zodat de aanvoer ook in de winter constant is. Elke bloemkool is even groot, van dezelfde kwaliteit.

Bio Brass is een gespecialiseerd groenteteeltbedrijf op basis van biologische landbouw, dat wil zeggen dat rust, ruimte en afwisseling het teeltplan kenmerken. Dit is wat anders dan de ‘geitenwollensokken-cultuur’ zoals biologisch vaak ook wordt gezien. De landbouwmachines worden per satelliet bestuurd, de oogst wordt zeer nauwkeurig en systematisch uitgevoerd, waarna de kolen ter plekke voor transport

naar de supermarkten worden klaargemaakt door mensen in witte jassen, met haarnetjes en handschoenen aan. De hygiëne is optimaal en de kans op besmetting gering. “Biologische bloemkool in de supermarkt zag er vaak veel minder aantrekkelijk uit dan de reguliere kool, met bruine plekken en beschadigingen, maar door de omloopsnelheid van bio in de supermarkt te vergroten en de keten te verkorten kunnen we een vergelijkbaar of zelfs beter product leveren”, meent Snippe. “Door de kolen ter plekke te verpakken, worden ze zo weinig mogelijk door mensenhanden aangeraakt en is de kans op beschadiging en aantasting minimaal.”

“Bio Brass is een modern, gespecialiseerd bedrijf, alleen werken wij op biologische basis”, zegt Snippe. “We werken niet met kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen. Dat is ook een heilloze weg. Virussen en parasieten worden uiteindelijk immuun voor een middel, waardoor je steeds weer nieuwe manieren moet bedenken om ze te bestrijden, steeds weer nieuwe rassen ontwikkelen die resistent zijn.” Bio Brass heeft het meeste te duchten van de koolvlieg, die in het voorjaar pleegt toe te slaan.

*Knappe bloemkolen, niet van niet-biologisch te onderscheiden.*





De bestrijding daarvan is simpel maar intensief; tot half mei worden de kolen bedekt onder fijn gaas, waar de vliegjes niet doorheen kunnen.

### Niet duur

De landbouwers waar Snippe mee samenwerkt, zijn volgens hem blij met Bio Brass. “Kool is goed voor de grond, die wordt er beter van, en we laten het land na de oogst netjes achter, zonder bandensporen. We passen er goed op.” Bang voor grondschaarste is Snippe niet. Veel boeren zouden het bijvoorbeeld aantrekkelijker kunnen vinden om graan te verbouwen, in plaats van hun land te verpachten aan kooltelers. De prijs van graan is immers hoog op dit moment. “Met zulke boeren wil ik niet eens samenwerken”, zegt Snippe. “Als geld het enige is waar je in bent geïnteresseerd, laat dan maar. Het gaat om een lange termijnvisie.” Overigens heeft de biologische landbouwsector minder last van kostprijseffecten dan de reguliere landbouw. Biologische landbouw is veel stabielier.”

Veel duurder dan een reguliere bloemkool is een biologische bloemkool niet met ongeveer een veilingprijs van 90 eurocent per stuk. “Duur zijn we sowieso niet”, zegt Snippe. “Dat hoeft ook niet. Alleen het biologisch opkweken van een koolplantje kost iets meer. Eerlijk gezegd begrijp ik niet hoe reguliere kwekers een bloemkool voor minder dan 50 cent kunnen aanbieden. Gedwongen door de marktwerking, blijkbaar.”

### Aarde onder de nagels

Snippe ziet er niet uit als een typische landbouwer. Met zijn hippe bril en dito kapsel doet hij eerder denken aan een snelle zakenjongen. Zijn carrière begon hij meteen na het afronden van zijn studie aan de Landbouwuniversiteit dan ook bij een Oostenrijks handelsbedrijf. Daar was hij belast met het opzetten van de export-tak. “Maar ik ben



een boerenzoon en voelde toch te behoefte om de aarde onder mijn nagels te voelen.”

Nu is hij directeur/ grootaandeelhouder van Bio Brass, dat nu vier jaar bestaat en waar twee andere aandeelhouders in participeren. “Het is voortgekomen uit onze familiebedrijven. Vier jaar geleden zijn we begonnen met de oude troep die we al hadden: een oogstwagen, plantmachines, de rest huurden we. Het eerste jaar ging meteen goed, toen toonden een paar grote supermarktketens in Engeland interesse. Toen hebben we gezegd: ‘Nu moeten we investeren’. Dat hebben we ook flink gedaan, en we hebben er niet eens veel voor van de bank hoeven lenen omdat we onze familiebedrijven als basis hadden.” Bio Brass levert kool voor de versmarkt en voor de voedselverwerkingsindustrie; babyvoeding en dergelijke. “De omzet in de voedselverwerking is vorige jaar flink teruggelopen, met de helft, doordat China zich op die markt doet gelden”, vertelt Snippe. “Maar daar staat tegenover dat we op de versmarkt met 30 procent zijn gegroeid.” Integriteit staat hoog in het vaandel van Bio Brass. “We hebben alle mogelijke certificaten en afnemers mogen op elk moment komen kijken naar hoe we werken. We hebben nog net geen webcam op het land staan”, aldus Snippe. “Concessies doen we niet, we blijven een product van constante kwaliteit leveren. Onze afnemers weten dat we dezelfde kolen ook over drie jaar nog kunnen leveren. De continuïteit is gewaarborgd.”

### Voedsel op waarde schatten

Inmiddels kijkt Snippe ook naar mogelijkheden tot uitbreiding van het biologische assortiment. “Ik heb altijd gezegd dat als dit goed zou gaan, we later misschien ook sla zouden gaan verbouwen. We denken mee in trends op de voedselmarkt. Op dit moment doet sla het heel goed en zijn we er op kleine schaal mee aan het experimenteren.” Het logo van het bedrijf is helemaal aangepast aan die mogelijke toekomstige veranderingen. Er zit een gestileerde kool in die evengoed een krop sla zou kunnen zijn en het woord ‘brass’, verwijzend naar het Latijn voor kool, ‘brassica’, is in lichtere letters geschreven dan ‘Bio’. “Dat wil zeggen dat de nadruk ligt op biologische producten en niet op kool”, legt Snippe uit.

Ruimte voor groei op de biologische exportmarkt is er volgens Snippe genoeg.

Engeland is op dit moment de grootste afnemer van Bio Brass. “Maar Duitsland is ook sterk in opkomst”, zegt Snippe. “Met de Engelsen kun je goede afspraken maken waarop je je planning kunt baseren. Duitsers zijn meer van: ‘Teel maar en ik zie wel wat ik straks afneem’. Het is beter om op basis van vooropgezette programma’s te werken, dat geeft rust op de markt. Nederland is moeilijker, hier wil de consument gewoon alles voor de laagst mogelijke prijs. In Scandinavië weten mensen hun voedsel wel weer goed op waarde te schatten, dus daar zijn ook veel kansen voor de export.”

Peter Breedveld