



Vraag aan een kweker waardoor hij zich onderscheidt van andere aanbieders en hij zal zeggen: ‘Wij leveren hele goede kwaliteit.’ Dat is mooi, maar kun je dan ook definiëren wat die kwaliteit is? Weet je voor welke markt die kwaliteit het beste geschikt is? En zou je die kwaliteit kunnen beïnvloeden? Met name naar dat laatste aspect doet Wageningen UR onderzoek. In gesprek hierover met naoogsttechnoloog Eelke Westra.

Tekst: Monique Ooms
Fotografie: René Faas

Eelke Westra is als onderzoeker verbonden aan Food & Biobased Research van Wageningen UR. Hij is ‘naoogsttechnoloog’: zijn onderzoek richt zich op wat er met een levend product gebeurt nadat het is geoogst. Er lopen diverse projecten, waaronder die in het kader van de Topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen. Westra is betrokken bij het onderzoek naar kwaliteit. Daarbij gaat het om factoren die de kwaliteit beïnvloeden, en hoe je op basis van die kennis de algehele kwaliteit kunt verbeteren. Overigens liggen Westra’s roots in Breezand, waar hij in zijn pubertijd het nodige zakgeld verdiende bij bollenkwekers in de omgeving. “Als je een paar jaar meeliep, pikte je bij het selecteren de zieke bollen er zo uit. Die hadden duidelijk een andere kwaliteit.”

Laten we eerst met een hele algemene vraag beginnen: wat is kwaliteit?

“Eigenlijk kun je daar geen specifieke definitie voor hanteren. Kwaliteit is namelijk datgene wat van waarde is voor de eindgebruiker.”

Om welke aspecten gaat het daarbij zoal?

“De afnemer zal bijvoorbeeld letten op het rijpheidsstadium, de lengte van de stelen, de vorm en kleur van de bloem en het vaasleven, maar ook of een kleur aansluit bij de trend van dat



‘Kwaliteit is complex en dynamisch’

moment. Een bollenkweker denkt bij kwaliteit misschien eerder aan bolmaten en het aantal kilogrammen per roe. Je ziet dat dit heel verschillend kan zijn.”

Wat was de aanleiding voor je onderzoek?

“De kwaliteit van een levend product gaat doorgaans in de tijd achteruit: een bloem gaat langzaam dood, een appel bederft. Een bol houdt het langer vol omdat die energie bij zich heeft, maar ook die kwaliteit is aan verandering onderhevig. Waar ligt de acceptatiegrens? Wanneer is de kwaliteit nog voldoende voor de afnemer? Dat is per afnemer verschillend, afhankelijk van de markt waarin hij opereert. Wij onderzoeken hoe je die kwaliteitsafname kunt remmen, zodat je langer kunt blijven voldoen aan de kwaliteitscriteria van afnemers. Hierdoor verbeter je de houdbaarheid.”

Wat speelt daarbij zoal een rol?

“Dan kun je denken aan de teelttechniek, de verpakking, het uitgangsmateriaal, de bewaar-temperatuur... Het is sowieso cruciaal wat er met het product gebeurt voordat het wordt geoogst: je moet de juiste ingrediënten erin stoppen om er iets goeds uit te kunnen halen. Daarmee ben je er echter nog niet. Het startpunt van een natuurlijk product is namelijk niet altijd hetzelfde, je hebt te maken met een biologische variatie vanuit de natuur. Dus: ook al doe je alles goed, toch kunnen er verschillen optreden in de prestaties van producten. Daar proberen we meer over te weten te komen. Als we meer weten over de startkwaliteit, kun je het product beter sturen ten gunste van de algehele kwaliteit en houdbaarheid. Zo kun je het algehele kwaliteitsbeeld laten toenemen.”

Wat onderzoek je precies?

“Wat de kwaliteit van producten is door de keten heen. Maar ook welke condities van invloed zijn op de kwaliteitscriteria, zoals het vaasleven, en hoe je die kunt beïnvloeden. Zo blijkt de roos een stof te bevatten die een sterke correlatie heeft met het vaasleven. Misschien zit die stof ook in andere producten. Verder onderzoeken we wat het verschil in startkwaliteit veroorzaakt. Dat kun je doen door bij de

start te meten, of door vanuit de keten terug te redeneren; stuur je wel op de goede punten? Vervolgens onderzoeken we hoe je de startkwaliteit kunt beïnvloeden. Verder willen we in kaart brengen of het mogelijk is om de informatie die door de keten heen aanwezig is over kwaliteit met elkaar te delen.”

Door de keten heen gebeurt er van alles met het product wat ook van invloed is op de kwaliteit. Wat is de meerwaarde van het delen van die informatie?

“De kweker doet zijn best om een hoogwaardig product te leveren, maar bij elke volgende schakel in de keten wordt de kwaliteit minder: op de veiling, tijdens het transport, op de winkelvloer. Zeker als zaken zoals de temperatuur en de verzorging niet juist worden behartigd. Dus gaat de kweker zijn kwaliteit nog verder optrekken. Het zou de kweker helpen als de informatie over de kwaliteit door de keten heen teruggekoppeld wordt zodat hij op basis daarvan zijn teelt kan bijsturen. Dat kan tegenwoordig steeds makkelijker, dankzij internet en digitale fotografie. Zo ontstaat er meer transparantie over kwaliteit. Overigens is dat best een heikel punt, niet iedereen is bereid om informatie te delen, omdat het hier juist om zaken gaat waarmee bedrijven zich kunnen onderscheiden.”

Wat is het belang van je onderzoek voor de sector?

“Dat er meer consensus ontstaat over wat kwaliteit is en hoe je dat kunt realiseren. Maar ook het inzicht in de betekenis van kwaliteit voor verschillende markten. Zo is een bepaalde tulp misschien geschikt voor export naar Duitsland, maar niet voor de Amerikaanse markt, omdat de reistijd te lang is om een acceptabel vaasleven te kunnen waarborgen. Daarmee zou je als aanbieder de markt voor het Nederlandse product kunnen beschadigen. Terwijl de kwaliteit van het alternatieve, Nederlandse product op zich prima is.”

Je kunt voor kwaliteit feitelijke criteria formuleren, maar dan heb je nog te maken met de beleving en verwachtingen van

degene die de kwaliteit moet beoordelen, bijvoorbeeld in het keurproces.

“Klopt, het is ook lastig om kwaliteit objectief te maken. Tenzij je criteria bijvoorbeeld invoert in een computer en een camera de producten laat scannen en keuren. Dan schakel je alle subjectieve aspecten uit. Maar, dat gebeurt nog nauwelijks.”

Dus is beleving een aspect dat we moeten meewegen als het om kwaliteit gaat?

“Beleving speelt absoluut een rol. Neem een product als mango. Wij kennen in principe alleen de mango die in onze supermarkten wordt verkocht, maar er zijn natuurlijk veel meer soorten. Ons beeld van de mango wordt echter bepaald door de mango waarmee wij worden ‘opgevoed’. Zo zal een gemiddelde consument zonder voorkennis de kwaliteit van een zakje bloembollen heel anders beoordelen dan iemand zoals ik, die nog wel een beetje iets van bollen weet. Bovendien heb je te maken met verwachtingen, en ook die zijn voor iedereen anders. Kwaliteit kent dus ook een zeer subjectieve kant die door marketing en PR sterk kan worden beïnvloed, zoals bekende consumentenmerken dat doen. Het is zeker belangrijk om jezelf dat te realiseren. Kwaliteit is dynamisch en complex, er komt veel bij kijken.”

Wat is het uiteindelijke doel van het onderzoek?

“We hopen een methode te ontwikkelen die de sector helpt om op een constructieve manier aan kwaliteit te werken. Daarmee kunnen we niet in een klap alles wat er speelt rond kwaliteit oplossen. Verwacht geen wondermiddel, maar wel een werkbaar instrument.”

De Topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen heeft de ambitie om in 2020 wereldmarktleider te zijn in duurzame oplossingen voor maatschappelijke problemen. Hiertoe investeert de overheid samen met de wetenschap en het bedrijfsleven in deze sector.