

IN GESPREK



‘Er gaan 350 tulpenbollen in een fles wodka’

Een mooie wodka die voor een goede prijs verkocht kan worden. Dat heeft Clusius Craft Distillers in Katwijk alvast bereikt met zijn tulpenwodka. Vijf jaar geleden was het idee er. De wens van mede-eigenaar Joris Putman komt uit: iets unieks produceren dat internationale potentie heeft. “En er zit een duurzame visie achter ons product.”

Tekst: Ellis Langen | Fotografie: René Faas

Joris Putman

MEDE-EIGENAAR

CLUSIUS CRAFT DISTILLERS

Joris Putman heeft samen met zijn neef Bart Bouter het bedrijf Clusius Craft Distillers in Katwijk. Daarnaast heeft Putman een eigen mediaproductiebedrijf. Hij heeft verschillende tv-programma's gemaakt bij onder andere de zenders National Geographic Channel, Disney XD, RTL 7, RTL Z en RTL 4. In al deze programma's stonden duurzaamheid, innovatie en techniek centraal. Voordat Putman tv-producer was, speelde hij als acteur in onder andere de tv-serie GTST en de film Oeroeg.

Hoe kom je op het idee om van tulpen wodka te maken?

“Al jaren kriebelde het om een bedrijf te hebben, om iets te produceren en te verkopen. Ik wist alleen niet wat. Een vriend stelde voor in mijn schuur gewone wodka te maken. Maar dat is niet onderscheidend en zou om die reden een hobby blijven. Ik was toen al druk, dus daar had ik geen tijd voor. Het zette me wel aan het denken. Ik wist dat van aardappelen wodka wordt gemaakt, terwijl daar niet veel suiker in zit, wel veel zetmeel. Dat verruimt je keuze voor een grondstof voor wodka. Familie van mijn vaders kant kweekt al generaties lang tulpen en ik wist daardoor dat in een tulp veel zetmeel zit. Toen zag ik binnen een minuut het plaatje voor me.”

En hoe zag dat eruit?

“Wodka van tulpenbollen. Dat heeft nog nooit iemand gedaan en het heeft ook internationale marktpotentie. De tulp is een typisch Nederlands icoon dat wereldwijd bekend is. Ik heb mijn neef Bart Bouter erbij gehaald. We kochten een keteltje en zijn tulpenbollen op verschillende manieren gaan vergisten. Begin 2015 was er een overwinningmoment. Uit onze kleine opstelling kwam echt alcohol die je kunt drinken. Het besef kwam dat we iets in handen hadden dat internationaal potentieel heeft. Toen deden we meer onderzoek, schakelden externe deskundigen in, deden een onderzoek naar de productie van tulpen in Nederland en

haar reststromen en zijn bij een onderdeel van Wageningen Universiteit geweest. Biologische bollen gebruiken was een vereiste. Geen kans op pesticiden in onze drank. Bovendien, mijn idee van ondernemen is dat als je de keuze hebt iets te doen op een manier die goed is voor het milieu, je dat moet doen. Bij ‘duurzaam ondernemen’ kom je vanzelf op nieuwe dingen als je logisch nadenkt over kosten besparen en ondertussen niet het milieu zwaarder wil belasten. Je moet dan wel bereid zijn dingen anders te doen. Voor ons is dat makkelijk praten; wij startten een nieuw productieproces.”

Kan de biologische teelt groeien door jullie drank?

“Natuurlijk. Als onze drank aanslaat en we op verschillende plekken in de wereld distributie en verkoop hebben, dan heeft dat een serieuze impact op de opbrengst van de biologische bollenteelt. Wij zijn een nieuwe afzetmarkt voor biologische bollen. Bovendien maken wij de business-case voor het kweken van biologische bollen beter. Een biologische bollenkweker heeft altijd niet-verhandelbare bollen over. Een deel daarvan kunnen wij gebruiken voor de tulpenwodka. Zo maken we voor een kweker de overstap naar een duurzamer product en schaalvergroting makkelijker. Onze bollenkweker, Frank Schouten in Zwaagdijk, heeft voldoende capaciteit om mee op te schalen. Hij weet op voorhand dat hij een bepaald deel van zijn oogst aan ons kan verkopen voor een goede prijs. Hij verkoopt ook bollen

aan ons die normaliter te klein zijn om te verkopen of die hij zelf niet meer nodig heeft omdat hij dat soort niet meer wil kweken. Hiermee voorkomen we reststromen en ‘upcyclen’ we grondstoffen. Dat wil zeggen dat we de grondstoffen zo gebruiken dat ze meer waarde krijgen.”

Hoeveel biologische bollen zijn er nodig voor jullie productieproces?

“We hebben twee soorten tulpenwodka. Bij de pure versie staat op de fles dat er van de oogst van 2016 350 tulpenbollen in een fles zitten. Daar hebben we 1.193 flessen van gemaakt. Dat zijn 417.550 tulpenbollen. Van onze premium blend-versie, waar naast alcohol van tulpenbollen ook alcohol van graan zit, zitten 40 tulpenbollen per fles. Daar hebben we 4.496 flessen van gemaakt. Dat zijn 179.840 bollen. Bij elkaar ruim 597.000 tulpenbollen. Maar we hebben meer tulpenbollen afgenomen en verwerkt in die flessen. We ronden de aantallen op de fles naar beneden af. De oogst van 2017 is nog niet gebotteld. Het is al wel gedestilleerd en staat in grote vaten klaar. Hiervoor hebben we ongeveer 2,6 miljoen tulpenbollen gebruikt. Dit zijn al vier keer zo veel bollen als in 2016.”

Wat doet de kweker met de bollen die voor jullie bestemd zijn?

“We nemen van Schouten de bollen af die op dat moment beschikbaar zijn. We zijn niet gebonden aan bepaalde soorten. In 2016 zijn ‘Negrita’ en ‘Candy Prince’ gebruikt, dat staat ook op de fles. Frank denkt erg mee over hoe de bollen het beste en meest efficiënt aangeleverd kunnen worden. Na het rooien worden ze gespoeld en opgeslagen. Als wij de bollen afroepen haalt hij de velletjes eraf tot ze wit zijn. Daarna gaan ze direct naar hier en gaan we ze koken. In het begin kregen we veel kleine partijen. Toen hadden we nog een kleine ketel. Dat was voor beide partijen niet prettig werken. Met een grotere ketel van 2.000 liter willen we twee keer per jaar het hele productieproces doen, dus de bollen malen, koken en vergisten. Zo’n proces duurt twee maanden. De pulp die overblijft, gaat als veevoer naar een boer in de buurt.”

Hoe gaat het met de verkoop?

“Het aantal klanten neemt toe. We begonnen met Michelin-restaurants. Daar werken koks die een verfijnde smaak en geur waarderen. Zij geven hun ongezouten mening en nemen de flessen echt niet alleen af vanwege het verhaal. Al een tijdje richten we ons ook op samenwerken met professionele cocktailmakers in Nederland en daarbuiten. Verder verkopen we online aan consumenten en er zijn geregeld bedrijven die de tulpenwodka aanschaffen als relatiegeschenk. Daarnaast kijken we nu ook naar klanten die uiteindelijk grotere aantallen kunnen kopen en waarmee tegelijkertijd onze wodka internationaal zichtbaar wordt. De eerste grote deal op dit vlak is binnen, maar het is nog net iets te vroeg daar meer over te vertellen.”

Wat vinden bollenkwekers van de tulpenwodka?

“Ik ontmoet vrij veel bollenkwekers. Bijvoorbeeld via de Katwijkse ondernemingsvereniging. En laatst had ik nog zo’n dertig jongeren uit met name het bollenvak in onze



‘Ons product heeft een serieuze impact op de omvang van de biologische bollenteelt’

destilleerderij. Ze vinden het leuk en interessant dat er iets nieuws wordt gedaan met hun gewas. De reacties na het proeven zijn ook goed. Tulpenkwekers herkennen in de geur en in de smaak van de wodka duidelijk het gewas waar ze mee werken.”

Wat willen jullie bereiken?

“Met onze tulpenwodka een internationaal bekend, gewaardeerd en exclusief drankmerk neerzetten dat goed verkocht wordt. We hebben anderhalf jaar gewerkt aan de perfecte smaak voor deze drank. We wilden niet dat onze wodka een toeristisch trucje was: tulip plus alcohol en verkopen maar. Het moest een kwalitatief hoogstaand product zijn. Pas toen we daar zeker van waren, hebben we het gepresenteerd. Natuurlijk zijn we als ondernemers bezig met ontwikkelingen en vernieuwingen, maar dat is geheim. We laten ons ook nu niet opjagen.” ♦