

De economie van patat

Power to the pieper!

Nederland is groot in aardappels. Hier komen de meeste frietjes vandaan, en ook de rassen die het best bakken. Wie zit er achter patat en wie verdient eraan (of niet)?

door Frank Mulder beeld Kamagurka

HET BEGINT MET een zwetende yogavrouw, die ondersteboven de laatste superfoodnieuwjes uitwisselt met haar vriendin. Dan gaat de commercial verder met een stoere baardman, die het zaad steelt van zijn kanarie omdat zijn eigen chiazaad op is. De derde hipperd maakt ruzie over de juiste uitspraak van quinoa. De boodschap van de reclame is duidelijk: waarom moeilijke superfoods eten als je ook gewoon aardappelen hebt? Gezond, goedkoop en lekker, al eeuwenlang. *Power to the pieper!*

Dat de reclamecampagne steun nodig heeft van de EU laat wel zien dat de aardappelsector het niet makkelijk heeft. De consumptie van gewone tafelaardappelen is al jaren aan het dalen. Voor de bewuste eters heeft de aardappel te veel calorieën en voor de rest van het volk is het niet eens meer een optie om ze eerst te moeten schillen en dan ook nog twintig minuten te koken. Spaghetti duurt maar acht minuten.

Maar gelukkig, gelukkig is er friet. Goudgele, goed doorbakken, vette friet, ook wel bekend als patat. Dit product beleeft een heuse opleving. Zelfs op de populaire foodtruckfestivals waar de groentesmoothies niet aan te slepen zijn, staat de langste rij nog gewoon voor de frietkraam. Maar dan wel anders. De moderne mens wil namelijk weer authentieke friet, vers van het land, waar het schilletje nog op zit. Met echte mayonaise, in plaats van frietsaus. En dat is helemaal terecht, want deze friet is namelijk veel lekkerder dan de vette mep van de Febo. Er wordt meestal een speciaal ras voor gebruikt, dat Agria heet, en geboren en getogen is in de Noordoostpolder. Hoeveel jaar werk hier wordt geleverd om tot het beste frietaardappelras te komen – dat geldt zowel voor vers als voor afbak – dat is iets wat we ons meestal niet realiseren als we onze patat aan het consumeren zijn.

WIE DE NOORDOOSTPOLDER in rijdt, wordt getroffen door een bijzondere combinatie van natuur en rationaliteit. Het doet industrieel aan, de efficiënte wegen en open akkers waar geen boerderij ouder is dan zeventig jaar, toen het allemaal voor het eerst droog kwam te staan. Maar dat neemt niet weg dat de natuur groen en weids is. Net boven Emmeloord ligt het dorpje Bant, en net buiten Bant zit Agrico, een van de grootste aardappelveredelaars, die ook de Agria

heeft bedacht. En in de vergaderzaal zit Jan van Hoogen te wachten. Het is duidelijk dat hij van aardappels houdt.

‘De aardappel is een fantastisch gewas. Als je er tweehonderd gram van eet, hoef je geen sinaasappel meer te eten, zoveel vitamine C zit erin. Aardappelen bevatten eiwitten die heel gezond zijn. En ook de teelt is heel efficiënt. Er is vijf of zes keer zo weinig water voor nodig als voor rijst of tarwe, en de plant kan tegen droogte, hitte en koude nachten. Wat nou superfood? De aardappel is het oudste superfood dat we hebben. Eigenlijk zitten de Nederlandse boeren op een goudmijn. Jammer dat ze het niet goed weten te verkopen.’

Over die boeren later meer. Agrico zelf weet het wél goed te verkopen. Agrico is een groot kweek- en researchbedrijf, met een omzet van een kwart miljard euro per jaar. Het is een coöperatie, waar zo’n 650 actieve aardappel telers bij aangesloten zijn, zowel telers van consumptieaardappelen als van pootgoed. ‘We hebben een kweekbedrijf van zo’n honderd hectare, waar we allerlei rassen ontwikkelen, speciaal toegespitst op verschillende klimaatzones of gebruiksdoeleinden. Voor chips heb je kleine, ronde nodig, maar voor friet juist weer lange, grove. En allemaal moeten ze zo min mogelijk gevoelig zijn voor ziektes.’

Nederland is groot in de wereld van de aardappel. Naast Agrico hebben we ook nog HZPC, een andere veredelaar. Uit Nederland komen honderden rassen. Ons land ligt midden in de aardappelbelt, van Schotland, Bretagne, België, Nederland tot Duitsland. Door het koele zeeklimaat zijn er weinig luizen, en dus weinig ziektes. Door hoogwaardige landbouw en de goede grond hebben we ons weten neer te zetten als een waar aardappelland.

In de aardappelhandel gaat het om pootgoed. ‘Consumptieaardappelen ga je niet van

‘Eigenlijk zitten de Nederlandse boeren op een goudmijn. Jammer dat ze het niet goed weten te verkopen’

ver halen. Dat is geen doen, dat is slepen met water. Daarom kopen mensen uit de hele wereld pootgoed om het zelf te telen. De helft van alle export komt uit Nederland. Met pootgoed kun je in principe maar één oogst vooruit. De kleine aardappeltjes die je niet kunt consumeren kun je wel weer poten, maar de kans op ziektes in de plant neemt met de tijd snel toe, en daardoor is de tweede oogst veel slechter. Zelfs in Noord-Afrika, waar ze in de herfst nog een keer kunnen poten, met de kleine aardappeltjes uit de eerste oogst, is al een derde ziek. Met andere woorden: het businessmodel voor pootgoed is prima. ‘Voor consumptieaardappelen geven we licenties uit, dus bijvoorbeeld producenten van McCain kunnen onze aardappelen telen. Maar op pootgoed zit kwekersrecht. Het zijn monopolierassen, die alleen onze leden mogen telen.’

Een goede aardappelboer kan niet zonder goed pootgoed, zegt Van Hoogen: ‘Met de combinatie van goed pootgoed, mest, bestrijdingsmiddelen en techniek kun je al snel véél meer opbrengst krijgen. Helaas houden veel landen de grenzen voor pootgoed dicht, uit angst voor besmettingen. We doen nu een project met kleine boeren in Kenia. Hun opbrengst is vijf of zes ton per hectare. Dat is bij ons meer dan tien keer zo veel. Wij helpen hen met een hogere opbrengst, en in ruil daarvoor hebben wij er een klant voor ons pootgoed bij.’

NIET ALLEEN in de aardappel, maar ook in de friet doet Nederland het goed, vertelt Jan de Ruyter, sectormanager akkerbouw bij ABN Amro. Met België delen we een eerste plaats als het gaat om frietexport. ‘Friet moet dicht bij de aardappelproductie worden geproduceerd. Omdat we ook logistiek goed liggen, zijn wij een goede locatie om ingevroren friet te maken. Een vriescontainer naar China brengen kost tegenwoordig nog maar zeshonderd euro, dus je kunt beter dicht bij de aardappelen investeren.’

En dat gebeurt. Er wordt in Nederland jaarlijks meer dan een miljard euro omgezet in de productie van friet en andere bevroren aardappelproducten, en de markt groeit. ‘Er zijn vier grote fabrikanten, McCain, LambWeston Meijer, Aviko en Farmfrites. Daarnaast heb je nog een aantal kleinere Belgische familiebedrijven die aardappels verwerken. Bij elkaar is er vorig jaar



geïnvesteed in een verwerkingscapaciteit van meer dan een miljoen kiloton friet.’

Alleen voor boeren is de markt minder gunstig, zegt De Ruyter. ‘Dat is wel een lastig probleem. Friet is zelfs de slechtste markt voor boeren. Ze krijgen tien tot twintig cent per kilo, soms zelfs lager, en de prijzen fluctueren ook nog eens sterk. Dat is opvallend, want ze leveren wel aan grote, bekende merken. Die hebben best een marge. Maar die dichtten alles af en zitten zelf veilig.’

Het lastige is dat boeren (net als de frietfabrikanten) zekerheid willen, en daarom het grootste deel van de oogst via een contract verkopen, zegt Jaap van Wenum van LTO Nederland. ‘Dan is een boer uit de kosten, maar dat is wel tegen een heel lage aardappelprijs. Aan het deel dat hij dan via de vrije markt verkoopt, kan hij meer verdienen, maar ook veel verliezen. Dat is riskant. De industrie heeft gelijk als ze zegt dat boeren zelf kiezen voor contracten. Dat is helemaal waar. Maar het probleem is wel dat er zoveel in contracten wordt vastgelegd dat er van marktwerking niet veel meer over is. Het is een markt met maar een handjevol grote afnemers. Dat maakt het heel lastig vergeleken met bijvoorbeeld de uienmarkt, waar tientallen afne-

De Hollandse patatmarkt

Van de 8 miljoen ton aardappelen die hier worden geteeld, wordt 20 procent verkocht als pootgoed, 30 procent als zetmeel en 50 procent als consumptieaardappel. Van die laatste soort blijft een derde herkenbaar als aardappel. De rest daarvan gaat naar de industrie. Die haalt ook uit buurlanden, om het totaal weer aan te vullen tot 4 miljoen ton. Na verwerking blijft daar 2,2 miljoen ton product van over; 80 procent daarvan bestaat uit voorgebakken frites en specialiteiten zoals aardappelkroketjes en rösti. De rest wordt als koelproduct verkocht, zoals krieltjes, of verdwijnt in de vorm van chips of puree.

Met andere woorden: de industrie hier produceert zo’n 1,7 miljoen ton voorgebakken friet. Dat zijn zo’n 10 miljard porties patat, zou je kunnen zeggen, wat een derde is van de Europese productie. Die wordt gekocht door supermarkten, horeca, maar vooral fastfoodketens, grotendeels in het buitenland. Nederlanders eten zelf zo’n 300 miljoen kilo diepvriesfriet per jaar, wat neerkomt op ruim 18 kilo per persoon. Daar moet je de verse, gele ongeschilde patat, met echte mayonaise, van de betere frietzaak, dus nog bij optellen.

mers, verpakkers en transportbedrijven zijn. Die marktwerking is bij de frietaardappel helemaal weg.’ Kortom: de industrie bepaalt.

Maar Gert Timmermans, bestuurslid van de Verenigde Telers Akkerbouw, en zelf ook akkerbouwer, vindt dat er best kansen zijn, als boeren daar maar hun best voor doen: ‘Er komen steeds meer winkels en restaurants die verse frietaardappelen willen. Vooral in Zuid-Europa zien we dat. Als een boer goed kan ondernemen en creatief is, kan hij daar echt iets van maken. Maar dan moet hij niet achterover leunen met een contract. Dan moet hij afnemers gaan zoeken, een netwerk bouwen, ook in het buitenland waar kleine fabriekjes en schilbedrijven zijn. De prijs van verse frietaardappelen voor de export was afgelopen jaar dertig cent per kilo.’

AARDAPPELBOEREN zijn te vinden op de plaatsen waar de grond goed is. Zoals de Noordoostpolder, waar zich maar liefst honderd grote pootgoedtelers bevinden. Dat heeft natuurlijk te maken met de aanwezigheid van veredelaar Agrico. Maar misschien zit het ook in de cultuur van dit eigenaardige stukje polder. Is deze hele Noordoostpolder niet een soort veredelingsveld geweest voor boeren? Bij de aanleg werd een

strenge selectie gemaakt van mensen uit alle regio's van Nederland, met vaste percentages voor katholieken, protestanten of ongelovigen. 'Alleen de *top of the bill* mocht hier komen', lacht Van Hoogen, 'daar was ik als rooie Groningse jongen nooit door gekomen!'

Bij Agrico zijn we intussen aanbeland in de kassen van het kweekbedrijf, waar Sjeffe Allefs directeur van is. Hij legt uitgebreid uit hoe de bestuiving in zijn werk gaat. In de kassen staan tientallen rijen aardappelplanten, die allemaal geselecteerd zijn op hun eigenschappen. Het stuifmeel van de vaderplant wordt hier op de stamper van de moederplant geplaatst. Na de bestuiving krijgt de moederplant bessen. In deze bessen zitten de zaadjes van het nieuw gekruiste ras. Deze worden allemaal in hun eigen bakje uitgeplant. Ze vormen na de groeiperiode in de kas één of twee kleine knolletjes. Agrico laat zo, samen met de aangesloten kweekbedrijven, maar liefst 170.000 zaailingen opgroeien.

Het is een speld in een hooiberg. 'Aardappels kruisen is heel erg ingewikkeld. Je kunt nooit voorspellen welke eigenschappen worden doorgegeven. Een aardappel is enorm heterozygoot, zoals dat heet. Dat betekent dat de ouders bijna geen gelijke genen hebben, en er dus enorm veel verschil is tussen de nakomelingen. Veel meer dan bijvoorbeeld bij de tomaat. De plant komt in het wild in ontegenwoordig veel variaties voor, van Zuid-Amerika helemaal tot aan Arizona.'

Van Hoogen vult aan: 'Ken je het verhaal van Albert Einstein en Marilyn Monroe? "Zullen we een kindje maken", vroeg Einstein aan Monroe. "Stel dat het net zo mooi wordt als jij en net zo slim als ik!" "Beter van niet", antwoordde Monroe. "Stel dat het net zo mooi wordt als jij en net zo slim als ik..."'

Allefs probeert jaarlijks 170.000 van dit soort relaties uit, in de hoop drie of vier nieuwe rassen te krijgen die én mooi én slim zijn. Daar gaat veel tijd overheen. Voordat de planten gekruist zijn, uitgezaaid, vermeerderd, getest in de volle grond, geproefd in het laboratorium, uitgepoot en uitgeprobeerd in verschillende klimaten, van droog Algerije tot koud Oostenrijk en winderig Malta, zijn we meer dan tien jaar verder. 'Een aardappelras ontwikkelen kost ongeveer twee miljoen euro. Grote zaadbedrijven als Monsanto hebben dat er niet voor over, want de marges zijn veel te klein. Dat is voor ons dus gunstig.'

Bij de veredeling is het vergroten van de opbrengst niet het doel. 'Dat kan bijna niet meer', vertelt Allefs. 'Dat heeft zijn maximum wel bereikt. Een aardappelplant heeft een dekkend bladerdak en kan niet méér zonlicht opvangen dan er is. En bijna alle voedingsstoffen van de plant gaan al naar de knol, dat kan ook niet meer beter.'

Nee, de grote uitdaging waar Agrico rijk mee hoopt te worden is het uitbannen van ziektes. Phytophthora, de ziekte die altijd maar weer toeslaat, en in de loop van de geschiedenis voor grote hongersnoden heeft gezorgd. Aardappelmoetheid, die vooral optreedt in de intensieve

teelt, omdat de aaltjes in de grond blijven zitten en een paar jaar later nog besmettelijk kunnen zijn. 'Tachtig procent van de bestrijdingsmiddelen is enkel en alleen gericht op de phytophthora. Maar dit soort parasieten zijn heel complex. De aardappelmoetheid hadden we overwonnen, dachten we, maar na vier jaar kwam er weer een aangepaste parasiet boven.'

Volgens Allefs is genetische modificatie niet nodig. 'Er zijn wel mensen mee bezig in Wageningen, maar wij denken dat het niet hoeft. Met klassieke veredeling kan het ook, alleen het duurt wat langer. Wij hebben intussen wel twee resistente rassen gevonden, de Carolus en de Alouette. Helaas is de opbrengst nog niet maxi-

maal, en daarom zijn ze nog geen hit geworden. Ze hebben wel succes in de biologische markt.'

Een ander doel is het ontwikkelen van rassen voor een bepaald klimaat. 'Zo is de Arizona een van onze grootste successen, een aardappel die geschikt is voor warmere streken. Droogte is wel een belangrijke uitdaging waar we voor staan. Er zijn twee soorten droogte. Eén is dat er een tijd geen water is. Dat kan met bepaalde rassen, waar de groei gewoon een tijdje stilstaat als het niet regent. Maar een ander soort droogte is dat er wel water is, maar heel weinig. We zoeken rassen die daar tegen kunnen, want in landen als Marokko, Algerije en vooral Israël is druppelirrigatie de techniek van de toekomst.'



Friet haute cuisine

Patat kan ook een luxeproduct zijn. Dit najaar opent sterrenkok Sergio Herman vijf vestigingen van het chique Frites Atelier Amsterdam in de grote steden, op 'triple A-locaties'. Patat is volgens hem 'een pokkenproduct'. Hij besteedde, met hulp van de Landbouwhogeschool in Wageningen, anderhalf jaar aan de research voor de beste frites. De aardappels voor zijn patat komen, net als hij zelf, uit Zeeland.

Een patatje kost bij Frites Atelier Amsterdam 3,50 tot zes euro, afhankelijk van de gekozen saus. In het Haagse filiaal moeten de frites staand worden genuttigd, maar mogelijk komen er elders zitjes. Bij Frites Ateliers sieren illustraties van Kamagurka onder meer de servetten. De ambities zijn hoog: de zakelijke leiding hoopt ook buiten Nederland frietboutiques te openen.

IN TOTAAL ZIJN ER WEL vijftig eigenschappen waar een aardappel op kan scoren. Voor friet is het bijvoorbeeld belangrijk dat de knollen groot zijn, consistent van vorm, en bovendien van binnen een gelijkmatige drogestofverdeling hebben. Frietjes worden gemaakt in fabrieken waar 140.000 porties per uur van de band rollen, dus er is geen tijd voor afwijkende individuen. Een ander belangrijk aspect is de bewaring: met zo min mogelijk koeling moeten ze zo lang mogelijk bewaard blijven, zodat de aardappelloze periode tot de nieuwe oogst tot een minimum wordt verkleind.

In jaar vijf, voordat ze de wereld in gaan, moeten de aardappels eerst de laboratoriumtest zien te overleven. Laboratorium is een beetje een verkeerd woord, het is meer een friet- en chipsfabriek en snackbar ineens. Op glimmende, stalen tafels liggen vandaag tientallen proefschoteltjes, compleet met nummers, om frietjes (en chips) te keuren op de drogestofverdeling, op donkere randjes (die wijzen op versuikering) en op eventuele spikkels (die wil je niet). En natuurlijk op krokantheid (vooral bij chips) en op smaak (vooral bij friet).

Het zijn dus alleen de allerbeste die dit hele traject mogen afleggen, en vervolgens ook nog eens goed worden bevonden door de markt, voordat ze in ons plastic patatbakje terecht komen. Zoals de Agria, bij de versbakker. Of de Fontane, die vooral populair is in de diepvriesmarkt.

Alleen het Franse frietje... dat is een lastig verhaal. Het botert niet zo goed tussen Agrico en de fastfoodbranche. Zo heeft McDonald's een eigen coating ontwikkeld, met daarin dertien verschillende ingrediënten, van rundvleesaroma tot dextrose, die in alle filialen ter wereld hetzelfde is. Het stengeltje aardappel dat daaronder zit, mag daar natuurlijk niet van afleiden. 'Dit soort Amerikaanse bedrijven willen per se een wivlezig aardappel, die minder smaak heeft', vertelt Van Hoogen spijtig. 'De inkoper van McDonald's in West-Europa zegt zelfs dat hij gele friet vies vindt. Op een dochterbedrijf van ons in de VS proberen we het wel te doen, "creamy white", maar zelfs dat vinden ze nog niet wit genoeg.'