

Het Agrarisch Dagblad portretteert boeren en hun bedrijf vanaf het erf. Vandaag de achtste aflevering: tuinder Rob Baan. Hij is charismatisch, een vernieuwer én controversieel. Bekend over de hele wereld en gelauwerd in tuinbouw en gastronomie. Wat wil je nog meer? Veel. Rob Baan is een vat vol ideeën en vecht voor zijn idealen. "Ik ga door tot 2011. Als iedereen me dan nog tegenwerkt, richt ik me op mijn eigen bedrijf en geld verdienen."



## 'Ik voel me Don Quichot'

"Ik voel me een Don Quichot", zegt Rob Baan, terwijl we een kop tomaatsoep en een broodje zalm met zeekraal eten op het terras van zijn Cressperience, de stijlvolle ontvangstruimte en imponerende keuken waar Rob Baan, groot kookliefhebber, workshops geeft en klanten ontvangt. De kop soep, bereid met gele tomaten, heeft hij zelf snel klaargemaakt op de Molteni Podium IV, een keukenblok waarvan er vier op de hele wereld staan. "Hij weegt evenveel als ie heeft gekost", zegt hij. "En dat is 2,5 ton. Een briljante investering."

Don Quichot, het stereotype van de idealist die vecht tegen windmolens. Rob Baan voert zijn eigen gevechten en loopt daarbij ver voor de troepen uit. Hij vertelt zijn verhalen gedreven aan iedereen die het horen wil. Bestuurders, politici, handelaars en tuinders die bij hem op het bedrijf komen om te zien hoe hij Koppert Cress, de producent van microgroente, runt. Ze gaan vaak met hoofdpijn weer weg. "Je moet zorgen dat ze je producten willen hebben", zegt hij. Bij Rob Baan staat de marketing centraal. "Toe geef maar eens hier", zegt hij. Hij legt zijn broodje neer, pakt het schrijfblok en schetst zijn marketingstrategie. Hij tekent vijf vakjes, de schakels in zijn keten en doceert: Koppert Cress legt contacten met chefkoks

over de hele wereld en laat ze de microgroenten uit Monster proeven. Als ze vallen voor de nieuwe smaaksensaties volgt de vraag bij welke AGF-specialist de kok inkopen doet. "Wij gaan terug in de keten: van welke distributeur krijgt die AGF-specialist zijn producten, met welke handelaar doet die distributeur zaken en leveren wij aan die handelaar? Zo volgen wij de omgekeerde weg."

Zo vinden de microgroenten van Koppert hun weg in Nederland, Europa en verder naar restaurants, cateraars en hotels. "We produceren alleen waarvoor afzet is", zegt hij. De strategie werkt, ook in tijden een economische crisis. "Ja, wij groeien 30 procent."

Zo anders als in de tuinbouw, waar tegen de klippen op wordt geproduceerd. De term bulk valt. Rob Baan: "We maken geen bulk, we verkopen het als bulk. Dat hebben we zo op school geleerd. Onze tomaten bedragen maar 5 procent van de Europese productie." De tuinbouw heeft, zegt hij, de marketing weggesaneerd. "Ik ga daar tegenin. En daarin voel ik me een Don Quichot."

De tuinbouw verkwaanselt zijn vooraanstaande positie, zegt hij. "We waren het beste tuinbouwland in de wereld. Die positie zijn we nu aan het kwijtraken en dat irriteert mij." En dan volgt er een lofrede op de Nederlandse tuinbouw. "Ik heb echt alles gezien op de wereld en er is geen land ter wereld waar zo perfect wordt geteeld in hightech-tuinbouw als hier." Maar toch, de tuinbouw heeft innovatie niet meer hoog in het vaandel staan, constateert Rob Baan. "We zijn een generatie kassenbouwers aan het kwijtraken, de zaadleveranciers worden internationals, we raken de Hollandse identiteit kwijt. Dat komt door dat bulkdenken." In Monster verrijst achter zijn bedrijf een nieuwe kas, state of the art, 2,4 hectare groot en met een goothoogte van 8 meter. Een semigesloten kas, met diffuus

glas, ledverlichting, een warmtepomp en zonnecollectoren. De cress wordt straks in lagen geteeld. "Hier zitten veel van mijn ideeën in", zegt hij. "De ledverlichting



### 24 kitchen

Rob Baan is ook bij de nieuwe kookzender 24 kitchen betrokken. 24 kitchen is een crossmediaal initiatief met kookprogramma's op digitale tv, workshops, een digitale food database en zelfs radio met 'food music'. Het initiatief past in Baans visie dat de kennis over voedsel moet worden vergroot. Koken en eten krijgen een nieuwe dimensie. "Als je 's middags afvraagt: wat eten we vandaag, krijg je een kooktip op je iPhone, je gaat naar de supermarkt waar je tas met ingrediënten al klaar staat en dan ga je thuis met Rudolph van Veen op je iPad koken." Op 1 april 2011 moet 24 kitchen in de lucht gaan.

hebben we zelf getest en het werkt, we gaan 'm als eerste in productie nemen. Zonnepanelen zorgen voor de stroom. We zijn straks bijna energieneutraal. Mijn droom is om CO<sub>2</sub>-negatief te produceren."

In Cressperience start Rob Baan een Powerpoint-presentatie over gezond voedsel. We zijn aangeland bij misschien wel zijn grootste gevecht: de gezondheidsclaim van tuinbouwproducten. "Met de veredeling hebben we veel gekeken naar kleur en smaak, maar niet naar de inhoudstoffen. Dat is de nieuwe innovatie in de tuinbouw."

In het dit voorjaar gelanceerde 'kabinet van vernieuwing', een initiatief van het midden- en klein bedrijf, vervult Rob Baan de rol van 'minister van verantwoord eten'. Zijn inzet: eerlijke groente als basis van een gezond leven. Het is bijna een persoonlijke missie, in zijn familie komt veel kanker voor. Baans overtuiging is: met gezond eten verklein je de kans op de ziekte. En in zijn eigen kas produceert hij gezondheid, zoals de kiemgroente broccoli. "Een zaadje is zeer kwetsbaar als het kiemt, zo'n kiem beschermt zich met extreem veel antioxidanten. In die kiemfase zit een hele grote gezondheidsbijdrage." En wat is dan het gevecht? Wetenschappelijke erkenning van de gezondheidsclaim. Die komt maar niet en met klassieke onderzoeksmethoden duurt het nog tien jaar voordat bewezen is of zijn broccoli een gezond product is. Baan pleit voor nieuwe snellere onderzoekstechnieken. Hij klopt dan ook hard op de deur van de wetenschap (lees Universiteit Wageningen) om de gezondheidseffecten van tuinbouwproducten serieus te onderzoeken.

Maar ook hier geldt: niet tot in eeuwigheid. "Ik blijf niet vechten. Ik ga door tot 2011 en als iedereen me dan nog tegenwerkt, richt ik me op mijn eigen bedrijf en geld verdienen."

