

DE VOEDSELMAKERS



Goede kaneel is kort onderweg

IMPORT In de specerijenhandel gaat veel mis. Iona Mulder laat met haar bedrijf zien waarom een potje kaneel eigenlijk ruim 8 euro moet kosten.

Tekst **Martine Kamsma** Foto's **Simon Lenskens**

Duizenden kilo's cacaobonen liggen opgestapeld in de loods in het Westelijk Havengebied in Amsterdam waar Iona Mulder net op de fiets is aangekomen. Aan de zijkant staat een gekoelde container met wat zakken gember, kurkuma, kaneel en peper. Een snuffe, als je het afzet tegen de bergen cacao. In een schuurtje zou het ook passen. Maar het is belangrijk dat de temperatuur tussen de 10 en 25 graden blijft, dus Mulder is blij dat ze haar specerijen hier kan bewaren.

Mulder (33) is als oprichter van The Good Spice waarschijnlijk de kleinste specerijenimporteur van Nederland. Maar ze heeft wel haar eigen plek in de haven. Haar eigen handel. Als een medewerker van de loods haar helpt met de onhandige, zware deur, protesteert ze mild. „Ik vind het leuk om mijn eigen container dicht te doen.”

Een kantoor heeft ze hier niet. We fietsen naar een terras in Houthavens. Mulder bestelt een ijskoffie. „Koffie en specerijen lijken in veel opzichten op elkaar.” Het komt allebei uit de tropen, je weet zelden waar het precies vandaan komt en wie er aan verdient, het zijn bulkproducten die in grote hoeveelheden verhandeld worden. En ze spelen allebei een pijnlijke rol in de

koloniale geschiedenis van Nederland.

Iona Mulder heeft geschiedenis en internationaal recht gestudeerd. „Dat heeft er alles en niets mee te maken.” Ze wist niet dat ze in de specerijenhandel zou belanden, wel dat ze iets wilde bijdragen, zinvol werk wilde doen, bij een ngo of zo. „Alles draait om geld”, zag ze al snel. En verandering komt van waar het geld verdiend wordt. „Dus als je iets kan doen met een bedrijf dat het goed doet voor iedereen...”

Boomschors

Ze werkte een poosje als vrijwilliger bij een koffiehandelaar, volgde een traineeship sociaal ondernemen en zag dat 'goed doen' meer is dan een hogere prijs betalen. „Het gaat om gelijkwaardig partnerschap.” Niet alleen naar kijken naar de marktprijs en daar iets bovenop doen, maar praten met leveranciers en boeren: wat heb je nodig voor een goed bestaan, kun je dan nog investeren?

Telkens als je vraagt hoe ze haar bedrijf begon, komt ze al snel weer uit bij waarom ze dit doet, wat er niet goed gaat, wat ze wil verbeteren. Maar goed, het begon allemaal met een stukje boomschors. Kaneel. Haar vriend had het meegenomen uit Hongkong. Wooh, dit is kaneel, dacht

ze. „Terwijl kaneel best moeilijk is om te proeven.” Hoe specerijen geoogst, gedroogd, bewaard en vervoerd worden, heeft allemaal invloed op de smaak. Hoe langer ze onderweg zijn, hoe meer nuances verdwijnen, tot vooral het bitter overheerst. Goede kaneel begint zoet en heeft daarna iets peperigs. En dat is wat Mulder in dat stukje schors proefde. „Een volle, warme smaak.”

Meteen na die verrassing vroeg Mulder zich af: „Waarom zijn we nauwelijks bezig met specerijen, er zit zó'n geschiedenis achter. En er zit zoveel scheef in die markt.” Een potje kaneelpoeder koop je in de supermarkt voor maximaal 3,50 euro. Al voor 2 euro kun je een kilo kaneel inkopen, ontdekte Mulder, terwijl er nog zoveel schakels vóór zitten die iets moeten verdienen. Wat blijft er dan nog over voor de boer?

Eerst even terug naar de vraag: waarom kopen mensen wel fairtrade koffie en 'slaafvrije' chocolade, maar zijn ze nauwelijks bezig met de herkomst van specerijen? Mulder moet er ook naar gissen. „Nederlanders geven relatief weinig geld uit aan eten. En we hebben een gemakcultuur. Als je van Ottolenghi houdt, heb je wat meer in huis, maar de meeste mensen gebruiken nauwelijks specerijen.”

En eerlijk is eerlijk: hoe kun je als consument weten dat kaneel of kurkuma zoveel méér smaak kan hebben als de beste kwaliteit simpelweg bijna nergens te koop is?

Ze dook dieper en zocht naar kleine importeurs van duurzame specerijen. Toen ze uiteindelijk in de Verenigde Staten een succesvol bedrijf vond dat vanuit de woonkamer met zwarte komijn uit Afghanistan was begonnen, dacht ze: „Ik ben dus niet helemaal gek. Het kan wel.”

Door alles wat ze er gaandeweg over geleerd had, wist ze dat ze naar Noord-oost-India moest, om daar op zoek te gaan naar Lakadong-kurkuma en naar goede partners. 2019 was het. Ze vond een tussenhandelaar met wie ze hetzelfde

‘Waarom zijn we nauwelijks bezig met specerijen, er zit zó'n geschiedenis achter’



de „wereldbeeld” deelde. Ze bezocht boeren en nam een paar kilo kurkuma mee - het begin van haar bedrijf.

En toen kwam corona. Reizen ging niet meer. Een webwinkel bouwen kon wel. Meteen bleek een derde van de klanten haar te vinden zonder dat ze haar kenden. „Er waren dus mensen bereid voor mijn specerijen te betalen.” Het was de bevestiging die ze nodig had om door te gaan en ook gember en peper te importeren.

Dit voorjaar kon ze eindelijk naar Sri Lanka, waar boeren in de Kandyan Forest Garden al eeuwen kleinschalig, deels in bossen en met gemengde teelten, duurzame specerijen zoals wilde kaneel, produceren. Andere manieren van werken dan in India, andere mensen, maar ook hier vond ze een leverancier die de lokale gemeenschap kent, en die ze vertrouwt.

Verwachtingen

Ze maakt een doosje open en haalt er een zakje Riverside Sweet Paprika uit. Zelfs als je enigszins sceptisch je neus boven het zakje poeder houdt - hoe groot kan het verschil nou helemaal zijn - is de geur overweldigend. Zoet en friszuur, alsof er vers gesneden paprika in het zakje zit.

Sinds haar gesprekken met Hongaarse producenten weet ze waarom maar weinig Hongaarse paprikapoeder zo fruitig ruikt en smaakt. „Het mag al zo heten als er 5 procent Hongaarse paprika in zit. Meestal bestaat het grootste deel uit inferieure paprikapoeder uit China.” Er zijn maar een paar producenten in Hongarije, ontdekte Mulder, die geld weten te verdienen met kwalitatief goede 'single origin' paprikapoeder.

Het Hongaarse verhaal zegt iets over de hele markt. Net als voor koffie geldt dat de beste specerijen 'single origins' zijn - afkomstig van één boer of uit één streek. Maar niet elke oogst levert de beste smaak op. „Bij wijn is het geaccepteerd dat het ene jaar beter is dan het andere, maar voor grote specerijenbedrijven is dat - net als bij koffie en thee - lastig. Liever kopen ze blends in, zodat de consument een consistent product krijgt. Een te goede oogst schept verwachtingen. Daarom mengen veel Hongaarse producenten goede kwaliteit paprikapoeder met oude voorraden.”

Mulder wil daar niet in mee. Dan maar wat beter uitleggen aan klanten dat ze een natuurproduct kopen, dat het tweede potje anders kan zijn dan het eerste. Of dat de beste kaneelsmaak komt van stokjes die er niet zo eenvormig uitzien als je gewend bent.

Het opmerkelijke is: bij een potje kaneel van 80 cent stelt niemand vragen. Maar als je 6,40 euro vraagt voor een zakje paprikapoeder, of 8,60 voor wilde kaneel, heb je iets te verantwoorden. De site van The Good Spice meldt met hoeveel boeren ze werkt (14), hoeveel procent die gemiddeld boven de marktprijs krijgen (20), hoe ze werken, hoeveel schakels er per product tussen boer en bord zitten en welk voordeel rechtstreekse handel met boeren of één tussenhandelaar heeft voor de smaak.

Maar een keurmerk hebben haar producten niet en ze zijn ook niet biologisch. „Certificering is duur voor boeren maar dat zien ze niet terug in de prijs.” Hoe weet je dan of alles goed gaat? Ze heeft geen afdeling die controleert of er geen pesticiden worden gebruikt en de kinderen van de boer wel naar school gaan. „Juist daarom is het zo belangrijk om te werken met mensen met wie je dezelfde waarden deelt.”

En als de kwaliteit ondermaats is, zoekt ze dan nieuwe leveranciers? Ze denkt aan haar eerste partijen kaneel. „De eerste batch was geweldig, de tweede veel minder. Toen zijn we met onze partner daar gaan praten: hoe kan het beter? Nu hebben we, om de beste kaneel te selecteren, een bomenproever ingehuurd.”

