

Pelgrimage

Biologische boeren en tuinders in Nederland moeten ophouden met klagen. Wie nog één keer zeurt, moet verplicht naar de Verenigde Staten afreizen. Ideeënboekje mee, om op te schrijven hoe Amerikaanse boeren hun gewassen tot culinaire eindproducten verwerken, die te pronk staan in de mooiste *organic* winkelketen van de hele wereld: Whole Foods. Het is een succesvol winkelconcept dat bewijst dat biologisch geteelde eindproducten *gourmet* en *deli* zijn. En daarom mag het ietsje meer zijn.

Bakkerij Erick Schat

De lange rij wachtende Amerikanen heeft alle tijd van de wereld om de bakkerij goed te bekijken. De winkel heeft nog het meeste weg van een levende tentoonstelling in topkwaliteit deegwaren. Vijfhonderd dagverse producten. Er kan onderweg gratis worden geproefd, van het heerlijkste appelbrood tot aan de specialiteit van het huis: gepatenteerd *Shepherd bread*. En te lezen is er ondertussen ook van alles. Daar liggen de 'Olliebol-len'. Een van de soorten bruin brood heet gewoon 'volkoren', wat voor Engelstaligen toch een vreemde tekst moet zijn. Maar dat is juist de bedoeling, deze 'etnische' benamingen, die nog verder bijdragen aan de exclusiviteit van de zaak. Op de reclameborden voor de winkel staat dan ook letterlijk 'Erick Schat's Bakkerij'. Op feestdagen is het hier in Bishop aan de oostelijke Sierra zo druk, dat de bakkerij het verkeer in het stadje volkomen ontregelt.

Op deze zondag in juli staat er ook een Duitser in de rij, die zich heel erg thuis voelt. Hier ruik je de geur van pas gebakken brood, wie zu Hause, gemengd met de zoetheid van kaneel en gebrande suiker. Wanneer de Mexicaanse bediening aan hem vraagt of hij graag koffie wil, antwoordt hij kortweg: "Nein...". Tot zijn verbazing worden hem even later, aan zijn lunchtafeltje, maar liefst negen kopjes zelf gebrande gourmet-koffie gebracht. Dat was toch immers de bestelling?

Bakker Schat, een broer van de vorig jaar overleden componist Peter Schat, doet een beetje denken aan die andere Nederlander, die door zijn succes in de States nog Amerikaanser dan de Amerikanen zelf is geworden: filmregisseur Paul Verhoeven. De bakker maakt van een rondgang door zijn bakkerij een klein feestje. Alle hem bekende klanten drukt hij iets lekkers in handen. De speurtocht naar kwaliteit is voor Schat zo ongeveer een obsessie.

Daarom zit hij ook hier in deze wintersportplaats, en niet in de San Francisco Bay Area, waar inmiddels een massapubliek elke dag een bewuste keuze voor kwaliteitsvoeding maakt. Dit onder het motto: 'You are what you eat'. "Hier heb ik mijn eigen waterbron, gevoed uit de bergen", stelt Schat. "Voor goed brood is water het begin en het einde van de smaak. Wat ik hier bak, kan ik in heel Californië niet maken. Dus komen ze hier naar toe."

Zo heeft hij precies aan de andere kant van de bergen een ander adresje in Fresno voor zijn rozijnen, alle chocolade komt uit België, zijn steenovens uit Duitsland, zijn ijsmaker uit Italië, zijn bloem uit de staat Montana, waar het beste graan groeit. Natuurlijk en ongebleekt, want anders raakt hij de mineralen kwijt. Hij koopt ook wel biologische, oftewel *organic* grondstoffen in, maar maakt er geen wet van. In de winkel staan vrij prijzige potjes met jams, die zijn 100 procent *organic*. Het is voor een deel van zijn clientèle een extra aanbeveling, een bewijs dat ze bij Schat aan het goede adres zijn. Sommige Amerikanen rijden er honderden miles voor om, voor deze topkwaliteit.

The Rainbow Grocery

Het wijngedebied Nappa Valley boven San Francisco zindert in de zomerzon. Het is druk aan de picknicktafeltjes van de wijnboeren, die vanuit hun voorraad direct aan klanten flessen verkopen. De slimsten hebben van hun wijnboerderij een complete delicatessenzaak gemaakt, met een uitgebreide selectie aan (Europese) kaasjes en broden.

Wat een vreemde gewaarwording, om vanuit dit warme klimaat komende de Golden Gate Bridge gehuld in de mist te vinden. Nogal wat inwoners weten in een week als deze de schrijver Mark Twain te citeren, die verbaasd stelde: "Ik heb nog nooit zo'n koude winter meegemaakt als de maand juli in San Francisco." De koude golfstroom langs de kust en het hete achter-



Na de 'Summer of Love' trokken sommige hippies het platteland op om daar biologisch voedsel te gaan verbouwen.

land zorgen samen voor een wolkenlaag, die de toerist diep in de koffer doet duiken, op zoek naar een warme trui. Is dit de plek waar de 'Summer of Love' het begin markeerde van veel bewust denken? Die hippies hebben moeten zitten bibberen, in het park, met die bloemetjes in hun haar. Vooral in deze stad begon het denken over natuurlijke voeding. Bloemenkinderen kregen ineens minder zin om dieren op te eten. Alsof hasjesj - en zwaardere drugs als LSD - het idee van dood vlees verheevden. Toch duurde het nog enkele jaren voordat deze weerzin een vertaling kreeg in de vorm van ideologisch getinte winkeltjes, waar producten te koop stonden van boeren die geen gifstoffen en kunstmest meer gebruikten om hun groenten te telen.

Al deze winkeltjes zijn inmiddels verdwenen, stuk gegaan aan goed bedoeld amateurisme. Op één winkel na, de Rainbow Grocery. Begonnen in 1973 als spirituele gemeenschap oftewel *ashram*, prijkt er boven het droevige deel van Folsom Street in San Francisco nog steeds een bord met daarop de trotse mededeling: *A Worker Co-Operative*. De vele eigenaren doen echter hun uiterste best om elke vorm van enthousiasme te temperen. Kan er met een van de oprichters gesproken worden? Die zijn er niet? Ook niet telefonisch bereikbaar? Alleen met de *public relations committee*? Maar daarvan is er ook niemand aanwezig? Mag er dan überhaupt in de winkel rondgelopen worden? Dat wel, maar gefotografeerd mag er niets. Elke vervolgvraag wordt door de zwarte man aan de Infobalie behandeld alsof er direct geïnformeerd wordt naar een staatsgeheim, waarmee de toekomst van de hele United States is gemoeid.

De Rainbow Grocery is een kale, overdekte markthal, die vooral aanvoelt als een groothandel, type Makro. Net als bij bakkerij Schat overheerst ook hier het gevoel van een tentoonstelling. Verbazing, dat er in de afgelopen dertig jaar zoveel organische merken en eindproducten zijn ontstaan. Al die soorten eetbare zeewier ook. De groenten en het fruit parelen van versheid.

De mevrouw van de kaasafdeling staat een lang verhaal tegen een klant te houden. Het gaat over de werking van de hersenen, en de invloed van voeding daarop. En dat op maandagochtend om 9.15 uur. Ze mist een voortand, aan de linkerkant. Wel goed uitgebalanceerde hersenen, maar geen tijd om een tandarts te bezoeken. De drie kassamedewerkers vormen een menselijk voorbeeld van politieke correctheid: een overduidelijke lesbienne, een overdreven Mexicaanse en een zwart geklede alto, met een zware verzameling metaal op diverse plaatsen in de hoofdhuid geprikt. De achtergrond: een psychedelische muurschildering met een lange opsomming van alle *community-organisaties* die op donaties van de Rainbow Grocery kunnen rekenen. Briefjes met oproepen tot actie tegen Koreanen die honden eten, *our friends*.

Een lief meisje staat op een veel te hoge trap de vakken bij te vullen. Hoe moeten klanten ooit zo hoog rijken? Ze laat nog het nodige vallen ook. Een complimentje over de enorme uitstalling waardeert ze. Toch de opmerking: "En nóg zijn de klanten niet tevreden. Ze vragen om nóg meer." Wat dan? "Tonijn, dat wordt de laatste tijd veel gevraagd." Deze niet erg duurzaam gevangen vissoort komt blijkbaar de vergadering van de eigenaren niet door. Het is beter voor de wereld - en de klanten zelf - om tofu of andere sojaproducten te eten, vindt de coöperatie eigenwijs, boos op wel snel groeiende concurrentie die de grenzen tussen biologisch en niet-helemaal-biologisch doet vervagen.

Wildwood Natural Foods

Een stukje onder San Francisco ligt een landbouwgebied, dat op het eerste gezicht aan doet alsof de tijd van de neger-slaven nog steeds bestaat. Grote groepen zwarte mannen wieden en oogsten op rij. Hier in Watson verwerkt directeur Tom Lacina de laatste aantekeningen in een *spreadsheet*, waarin hij aangeeft hoe zijn Wildwood Natural Foods een internationale expansie

Van hippie tot deli



Sojaboer Tom Lacina valt in de prijzen met zijn eindproduct: delicatessen soyoghurt.

kan krijgen, door commerciële samenwerking met een gelijkgestemde Koreaanse producent aan te gaan. Op zijn bureau ligt een prachtige brief, gedateerd 23 juli 2004, verzonden door het American Culinary Institute. "Congratulations on your recent win of the American Culinary Institute's 2004 Chefs Best Taste Award for the category of Soy Yoghurt."

Lacina verwerkt ook de nieuwste prognoses. In 2005 zullen de VS naar verwachting 4,7 miljard omzetten aan sojaproducten, een verhoging van 844 procent ten opzichte van 1990. In deze tijd, waarin steeds meer Amerikanen als eenden over straat waggelen - zo vet zijn ze geworden door hun *fast food* gewoonten - is *low carb* de mantra geworden. Soja draagt wetenschappelijk bewezen bij aan een lagere cholesterol, een verlaging van hartziekten, levert de negen essentiële voedingsbestanddelen die ook in vlees zitten, maar met een veel lager vetgehalte. Nog belangrijker: tv-presentatrice Oprah gaf openlijk haar steun aan het eten van sojaproducten.

Lacina levert de soja vanuit zijn *farm* in het mid-westen. "De staat Iowa levert de bulk van de soja voor de hele States", weet de producent, "maar de boeren eten het zelf niet. Soja is iets voor de koeien en de varkens, vinden ze." Wildwood is bovendien uitzonderlijk omdat het nog degenlijke, niet genetisch gemanipuleerde soja verbouwt. Maar Lacina weet, ook dit is niet het doorslaggevende argument. "Niet gezondheid, maar smaak staat bovenaan. Mensen zullen nooit extra geld uitgeven omdat het goed is voor de wereld, of voor henzelf. Het moet lekkerder zijn dan andere producten. Daarom hebben wij heel wat tijd geïnvesteerd in natuurlijke rijpingsprocessen, die onze yoghurts die bijzondere zachtheid geeft." En waarom zit de fabriek in een landbouwgebied waar geen soja wordt verbouwd? Domme vraag. "We zitten hier omdat hier onze belangrijkste markt zit en onze belangrijkste verkoopkanalen. Heb je onze producten nog niet gezien in Whole Foods?"

Wildwood begon in 1978 in Fairfax, even boven San Francisco: het gebied dat de bijnaam kreeg van *Organic County*. "Daar wonen de liberaalsten onder de liberalen van Californië; meer nog dan de mensen die je rondom de universiteit van Berkeley vindt. In Marin County vind je de *gourmets* die altijd bereid zijn nieuwste dingen uit te proberen."

Chez Panisse

Een kanttekening is hier nodig. Niet Marin County, maar universiteitsstad Berkeley kan zich laten voorstaan op een 'Gourmet Ghetto', een stuk straat dat louter bestaat uit toprestaurants. Hier was het, in 1973, dat kokkin Alice Waters haar restaurant Chez Panisse begon, en aan alle klanten vertelde bij welke boeren zij haar biologische ingrediënten vandaan haalde. Het verschil met de andere biologische restaurants uit die tijd: wat pionier Alice kookte, at je niet omdat het goed voor je was en je verplicht al die gezondheid zat te vermalen, maar ze kookte heerlijk en maakte van de menukaart en haar dagelijks wisselende schotels een lofdicht op de smaak en een lust voor het oog. Tot op de dag van vandaag. "Spit-roasted Magruder Ranch grass-fed beef loin with cognac sauce and eggplant and tomato Napoleon". Een volledig menu kost 75 dollar per persoon, wat tamelijk hoog is voor Amerikaanse begrippen. Waters heeft inmiddels de status van *benchmark* voor *haute cuisine cooking* bereikt en trok haar hele omgeving mee omhoog.

Whole Foods

De dichtbevolkte staat Californië is de vijfde of zesde economie ter wereld, de plaats op de ranglijst hangt erom. Een product dat hier economisch succes heeft, is klaar voor het veroveren van de wereld. Dat

"Geen salad bar in Amerika zo goed als die van Whole Foods"



Specialiteitenbakker Erick Schat combineert Hollandse topkwaliteit met natuurlijke ingrediënten.

belooft wat, want *organic food* is hier aan de oostkust van de States bijna een geloof, met een tempel die Whole Foods heet. De nieuwste vestiging zit nota bene in dezelfde Folsom Street als de Rainbow Grocery, maar dan in het goede deel, vlakbij belangrijke verkeersknooppunten. Voor klagende Nederlandse biologische boeren en tuinders is een pelgrimage naar deze keten een verplichting, het meenemen van een ideeënboekje ook. Whole Foods toont aan hoe het wél kan. Er is geen *salad bar* zo goed als die van Whole Foods, proefondervindelijk vastgesteld in vier weken rondreizen. De zelfgemaakte limonade van verse citroen is van een kwaliteit die alleen ouderwetse Amerikaanse oma's soms nog leveren. Er is in het hele land geen viswinkel met zo'n schitterende uitstalling van dagverse soorten, inclusief vermelding welke vis duurzaam gevangen is. Alle producten zijn biologische geteeld, en alle producenten zorgen ervoor dat hun label uitblinkt in kleur en creativiteit. Whole Foods hoeft er niet eens het adres van de boeren bij te zetten, dat doen de producenten zelf wel. Hier ligt een staalkaart van eindproducten, die *organic* telers zelf kleurig hebben vormgegeven. De maker van biologische chips fotografeert zichzelf en zijn dochter en een hooivork op de verpakking, om te laten weten dat hij hoogst persoonlijk garant staat voor de kwaliteit. Een team van Japanse koks staat de hele dag *live* de prachtigste sushi te rollen; net zo vers als in een restaurant. De *coffeecorner* kan de moordende concurrentie met de succesketen Starbucks makkelijk aan. Ook hier *gourmet*-koffie die op basis van Fair Trade is ingekocht. Ook hier krijgen klanten alle tijd om urenlang de krant te lezen, of op hun laptop te werken. Het verschil: de muffins zijn er beter dan bij Starbucks, het aanbod van gebak in de winkel gigantisch en bijna net zo goed als dat van Bakkerij Schat. En wie afreken, ziet zichzelf aan de kassa beloond met de mededeling dat er is gekocht bij een zaak die bestemd is voor *Whole People*. Het is een nauwelijks te vertalen begrip

omdat het verwijst naar een holistisch wereldbeeld, waarin een evenwichtige balans bestaat tussen mens en natuur. Maar het voelt wel goed, wanneer het eindbedrag aan de kassa een beetje tegenvalt. De expansie van Whole Foods is verbluffend. Net als de Rainbow Grocery begonnen in de vroege jaren zeventig van de vorige eeuw, onder meer in de Pacific Grove in Californië, groeide de keten de afgelopen tien jaar razendsnel door een lange reeks van uitbreidingen, acquisities en samenbundelingen. Het commerciële concept komt uit Texas, waar 'pas' in 1980 de naamgever Whole Foods startte. De keten claimt inmiddels met 160 vestigingen de grootste aanbieder van organische producten in de Verenigde Staten te zijn, met maar liefst 36 vestigingen in Californië alleen al. Het nieuwste vlaggenschip is een gigantische zaak op Columbus Circle in New York, niet ver van het Central Park. De aandelen van Whole Foods op de Nasdaq doen het ook niet slecht; de omzet bedroeg in 2003 al 3,1 miljard dollar. De eerste internationale expansie is dit jaar in Groot-Brittannië te zien, waar voor 39 miljoen dollar de Fresh & Wild-keten werd opgekocht, met vestigingen in Londen. Wat zou het mooi zijn wanneer deze expansiestrategie ook in Nederland zou slagen, en een Nederlandse keten van natuurvoedingswinkels een lift omhoog zou kunnen krijgen. Welke keten is bereid de stoffige ramen te lappen?

www.rainbowgrocery.org
www.wildwoodnaturalfoods.com
www.chezpanisse.com
www.wholefoods.com