

LAND- EN TUINBOUW



Kinderen zijn vaak verzot op suikermais omdat die zoet smaakt en omdat ze suikermais met de handen kunnen

eten, weet agrarisch ondernemer Giel Hermans uit Kessel.

foto Wendy Vluggen

Kindere[n] aan de suikermais

Boeren en tuinders hebben bij de provincie ruim honderd plannen ingediend voor vernieuwende agrarische initiatieven.

In deze serie stellen we enkele van die vernieuwers voor. In deze laatste aflevering suikermaisteler Giel Hermans uit Kessel die met een programma van sport, spel en eten de schooljeugd aan de groente wil krijgen.

door Jan Hensels

„Mijn kind eet dat toch niet”, zeiden de ouders van een kind dat ik tijdens de Floriade een schijfje suikermais aanbood. Later bleek dat het kind de mais wel lustte. Vervolgens kreeg ik bedankjes van de ouders: „Dankzij u heeft mijn kind groente leren eten”, vertelt Giel Hermans uit Kessel. De suikermaisteler liet tijdens het land- en tuinbouwevenement een

miljoen schijfjes mais uitdelen. „Het bleek te werken, want de vraag naar suikermais in de supermarkten nam daarna beduidend toe. Uit ervaring weet ik dat 99 procent van de kinderen suikermais lekker vindt. Het is zoet en je kunt het met de handen eten”, lacht Hermans. „De suikermais staat bovendien in vijf minuten op tafel.” De ervaringen tijdens de Floriade in Venlo in 2012 sterkten hem in zijn overtuiging over het belang van marketing juist ook voor de agrarische sector. Het aanboren van een nieuw publiek, van groot

belang bij een nicheproduct als suikermais, houdt hem voortdurend bezig. „Ik verwacht dat het belang van marketing in de land- en tuinbouw de komende jaren sterk gaat toenemen. Dat is zeker zo belangrijk als teelttechniek.” Zeker met suikermais heeft hij nog een wereld te winnen in Nederland. „Een deel van het publiek brengt mais nog altijd in verband met de gewone mais die als veevoer wordt gebruikt. Die kennen de zoete suikermais niet. In landen als de Verenigde Staten ligt dat beduidend anders. Daar eten ze

jaarlijks 10 kilo suikermais per persoon, hier blijft dat steken op 60 gram.” Giel Hermans dacht lange tijd na over hoe hij de Floriade-aanpak een passend vervolg kon geven. Een gesprek met jeugdige marketingmensen van het Noord-Limburgse bureau Crinno Marketing bracht hem op het idee om iets met groente en schoolkinderen te doen. „Er speelt daarbij nadrukkelijk ook de overtuiging mee dat overgewicht bij kinderen een pro-

“Marketing in de land- en tuinbouw is zeker zo belangrijk als teelttechniek.

Giel Hermans

bleem vormt en dat gezondere voeding en meer bewegen daartegen helpt. Natuurlijk is er ook een commercieel belang. Je wilt je product verkopen.” In eerste instantie had Hermans het idee om een lespakket voor scholen te maken over gezonde voeding. „Maar dat hebben we aan de kant geschoven. Dat is best saai en we willen ook niet met het vinger-tje wijzen.” Om de jeugd te bereiken werkt een meer speelse aanpak het beste, denkt hij. Voor het uitwerken van zijn idee klopte Giel Hermans aan bij de provincie voor een subsidie voor innovatieve agrarische projecten. Creatieve vormen van marketing vallen in zijn ogen ook onder innovatie. Het idee nam vastere vormen aan nadat Hermans in aanraking kwam met trainer en personal coach Jack van Kessel van BuitenZinnen, een bedrijfje uit Kessel dat ook een soort bootcamp-achtige trainingen in de buitenlucht verzorgt. Uiteindelijk rolde er het idee uit om een speels programma aan te bieden

voor basisschoolleerlingen met sport en spel in de buitenlucht, educatie en lekker eten bij een kampvuur. Een rondleiding op zijn bedrijf, bij het verwijderen van de beschermende bladeren die gewikkeld zitten om de kolf, hoort er ook bij evenals een bezoek aan de aangrenzende pas geopende slagrij waar hij het vlees van zijn Herefordrunderen verkoopt. De runderen voeden zich met de resten van suikermais. Bij zijn bedrijf in het buitengebied van Kessel is ook plek voor een afsluitend kampvuur. „Nog voor de zomer willen we enkele try-outs doen met enkele basisscholen in Peel en Maas. In het nieuwe schooljaar willen we dat doen met zoveel mogelijk basisscholen in de gemeente. De benaderde scholen hebben enthousiast gereageerd.” Als het concept aanslaat wil Giel Hermans het uitrollen op andere plaatsen in de provincie en indien haalbaar ook daarbuiten. „Het concept is ook uit te breiden met andere agrarische producten.”