

## Startschot campagne Curcuma, roots for moods

In de foodstudio van specerijenproducent Verstegen Spices & Sauces is woensdag 30 mei de campagne 'Curcuma, roots for moods' gelanceerd. Onder het toezien van circa 35 belangstellenden ging de campagne van de zes kwekers, verenigd in de Stichting Curcuma Promotie Nederland, met het heffen van het glas officieel van start.

Uit medische hoek is er steeds meer belangstelling voor de bijzondere specerij kurkuma, die wordt gewonnen uit de wortels van een speciaal geteelde variant – dus niet de sierplant – van curcuma. De werkzame stof curcumine heeft een breed scala van gunstige effecten op kanker, maar mogelijk ook op andere aandoeningen. Door de sierplant te koppelen aan gezondheid hopen de initiatiefnemers in te spelen op de groeiende maatschappelijke ontwikkeling naar meer aandacht voor gezondheid.

### 25 cent per plant

In samenwerking met Stichting Nationaal Fonds tegen Kanker, het International Curcumin Research in het AMC en Verstegen Spices & Sauces leveren de curcumatelers een bijdrage aan het onderzoek naar de geneeskrachtige werking van curcumine. Per verkochte plant via het nieuwe concept wordt gemiddeld 25 cent gedoneerd aan internationaal onderzoek. De kwekers hopen over vijf jaar jaarlijks circa 300.000 planten via het nieuwe concept te verhandelen. Om dat te



FOTO: GERDIEN DE NOOY

Tijdens de presentatie van onderzoeker Michal Heger kwam naar voren dat het eten van de specerij kurkuma qua gezondheid weinig uithaalt.

bereiken gaat de website rootsformoods.nl volgens de initiatiefnemers een belangrijke rol spelen. Maar ook via sociale media en vakbeurzen wordt het concept onder de aandacht van consumenten en afnemers gebracht. Bij aankoop van een plant ontvangen consumenten tevens een zakje kruiden en een informatieboekje over de actie. Ondanks dat curcumine goed werkt tegen allerlei kwalen, zal de specerij kurkuma in eten echter weinig uithalen onder meer omdat de werkzame stof slecht wordt opgenomen in de darmen. Via bijvoorbeeld een capsule heeft het innemen van curcumine weer wel effect. Het initiatief voor de campagne kwam anderhalf jaar geleden van kweker Aad van der Knaap, algemeen directeur van KP Holland. „Ik werd destijds door een alerte medewerker erop gewezen dat er in Oostenrijk capsules verkocht werden met curcumine die goed zouden zijn voor de gezondheid”, legt Van der Knaap uit. „Ik ben toen op internet gaan zoeken en kwam er al snel achter dat er honderden publicaties bestonden met dezelfde positieve boodschap over de specerij.” Van der Knaap zocht in zijn enthousiasme contact met collega-kweker Emiel Barendse. „Samen zijn we toen op zoek gegaan naar meer houvast en hebben onder meer alle curcumakwekers erbij betrokken”, vervolgt Van der Knaap. „Omdat curcuma, toch een relatief klein sierteelproduct is, was samenwerking een vereiste om verder te komen.”

### Maatschappelijke kant

In de verdere zoektocht om curcuma als meer dan zomaar 'een plant' in de markt te zetten werd contact gelegd met Paul Ras van sense marketing & more, Neel Buijs van stichting Nationaal Fonds tegen Kanker, Michal Heger, onderzoeker in het AMC, en Jan den Heijer en Jeroen de Graaf van Verstegen. „De cirkel kwam rond. Een unieke verbinding tussen sierteelt en voeding”, oordeelt Van der Knaap. „Wat de mensen bijzonder aanspreekt is de maatschappelijke kant van onze actie.”

Dat vond ook het Productschap Tuinbouw, dat eerder al krap € 43.480 uit Flower & Food beschikbaar stelde aan de speciaal opgerichte Stichting Curcuma Promotie Nederland. Die stichting bestaat naast KP Holland uit BK Plant, Kwekerij Meeslouwer, Rijnplant, G.F.J. van Seters en Kwekerij Zwethlande.

De zes deelnemende bedrijven overhandigden tijdens de start van de campagne tevens een cheque van € 2.000 aan Stichting Nationaal Fonds tegen Kanker. Op 11 juni zal ieder van hen ook een kar Curcuma, roots for moods aanbieden op de klok waarvan de opbrengst volledig ten goede komt aan het goede doel. Het zal overigens de enige keer zijn dat planten van het concept via de klok worden verhandeld. De telers benadrukken dat het product verder wordt afgezet in een gesloten keten. <