

Hollandse ui in de aanval

DE UIENSECTOR stak vorige week de koppen bij elkaar op het eerste Nationale Uiencongres in Wageningen om te brainstormen over de toekomst van de ui. Niet alleen ontvangt de uienteler tegenwoordig een lage vergoeding - soms minder dan de kostprijs - ook de export naar de ons omringende landen loopt terug. Jaarlijks exporteren we zo'n vijfhonderdduizend ton, vooral naar Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië. Maar die landen produceren steeds meer uien zelf of halen ze liever uit Spanje of Polen. Nederlandse uienhandelaren zoeken daarom naar afzetmogelijkheden in steeds verder gelegen oorden, zoals Rusland, Afrika en Zuidoost-Azië, wat hogere transportkosten met zich meebrengt.

Ondanks de malaise blijft Nederland met vijfhonderdduizend ton per jaar 's werelds grootste uienexporteur. Ongeveer 85 procent van onze productie gaat de grens over. Als uienproducent behoren we echter tot de middenmoot: China, India en Turkije produceren jaarlijks vijf miljoen ton, maar dat is vooral voor de binnenlandse markt.

Traditioneel is de Nederlandse ui door zijn goede bewaarbaarheid en onvoorspelbare oogst een gewas waarmee veel wordt gespeculeerd. De teler of handelaar slaat de oogst op in gekoelde ruimtes en wacht een moment van schaarste en daarmee een betere prijs af. Maar door het groeiende aanbod van uien uit andere landen blijft die prijs tegenwoordig laag. Het zijn vooral de supermarkten die van de bodemprijzen profiteren.

Om de afzet van de Nederlandse ui te versterken wil de uiensector de marketing verbeteren. Een leuke verpakking is daarbij niet onbelangrijk. Steeds vaker worden de uien in kleine netjes aangeboden. Andere mogelijkheden liggen er in het gecombineerd aanbieden van verschillende uiensoorten in een bakje met

Het gaat niet goed met de Nederlandse ui. Eind vorig jaar daalden de beursprijzen tot een absoluut dieptepunt. Het is tijd voor een nieuw offensief, vindt de uienhandel.

door ANNEMIEKE VAN ROEKEL

een cellofaantje erover, zoals bijvoorbeeld ook de paprika als *tricolor* (een gele, rode en groene) wordt aangeboden.

Ook de uien snack die bij de borrel kan worden genuttigd biedt kansen om de Nederlandse consument, die nu zo'n vijf kilo uien per jaar eet, tot een grotere consumptie aan te zetten. Datzelfde zie je bij de aardappel. De oogst van bintjes verdwijnt voor een belangrijk deel regelrecht de chipsfabrieken in en is dus een gegarandeerde afzetmogelijkheid voor aardappeltelers. In de Verenigde Staten is de uien snack in ieder geval een groot succes geworden.

De telers en handelaren willen ook andere uiensoorten actiever gaan promoten. Wij eten vooral de gele ui, die in twee maten op de markt is. De witte en rode ui, het sjalotje en de bosui worden veel minder gegeten. Sinds kort is ook de uit Chili afkomstige 'milde ui' te koop, zoeter van smaak en "te snijden zonder tranen". De tomatensector, die enkele jaren geleden in het slop zat, heeft op soortgelijke wijze gereageerd met het brengen

van andere tomatensoorten zoals cherry- en trostomaatjes. De consument wil voor dergelijke producten best meer betalen, zo is gebleken. En erg prijsbewust schijnt de consument bij het kopen van een ui toch al niet te zijn.

"Voor het op de markt brengen van een nieuwe Nederlandse ui die anders smaakt dan de traditionele, scherp aromatische gele ui zijn wel mogelijkheden," zegt Chris Kik van het Wageningse Centrum voor Plantenveredelings- en Reproductieonderzoek (CPRO-DLO). "We zijn in staat om zachtere smaken te ontwikkelen door met andere rassen te kruisen. Want het is geen goede ontwikkeling als exotische soorten uit verre oorden geïmporteerd moeten worden als we die uien in Nederland ook kunnen telen."

Maar bij plantenveredeling moet men niet alleen denken aan het veranderen van de smaak van een gewas. De laatste jaren houden veredelaars zich vooral bezig met het ontwikkelen van uienrassen die onder milieuvriendelijker omstandigheden geteeld kunnen worden omdat ze resistent zijn gemaakt tegen schimmellekten. Vooral de gele ui is hier erg gevoelig voor. Kik: "Hiervoor wordt gebruik gemaakt van verwante soorten die nog in het wild in Azië voorkomen, zoals in het Himalaya-gebergte. Het gebruik van bestrijdingsmiddelen is de afgelopen tien jaar teruggebracht van zeventien naar vijf kilo actieve stof per hectare. Ook gebruikt de teler minder anti-spruitmiddel, dat ervoor zorgt dat de ui tijdens de opslag in koelhuizen en bij de consument thuis niet gaat uitlopen. Maar ook hier zou de plantenveredeling het gebruik van chemicaliën nog verder overbodig kunnen maken. Momenteel zoeken we naar genen die betrokken zijn bij het uitlopen van de ui. Uiteindelijk kan deze kennis door de plantenveredelaars worden gebruikt voor het ontwikkelen van een beter bewaarbare ui."