

Michael Luesink haalt alles uit de boon

's-Hertogenbosch, 11 december - Sinds 2015 zet Michael Luesink met zijn bedrijf de boon op de kaart: een product dat nauwelijks belastend is voor het milieu. Luesink doet dat met duurzame bedrijfsvoering, slimme marketing en aanstekelijk enthousiasme. Zijn aanpak krijgt van de provincie een Agrofoodpluim.

Luesink is fan van de boon en richtte in 2015 in 's-Hertogenbosch het bedrijf BOON op, toen hij 'Food innovation' studeerde aan de HAS. Zijn afstudeeropdracht wijdde hij aan de overgang van dierlijke naar plantaardige eiwitten. Luesink: "De meeste aandacht ging in die tijd naar soja, insecten, lupine en zeewier, maar ik zag kansen in bonen." Dit had hij geleerd tijdens zijn reizen naar Zuid-Amerika en Azië, waar bonen volledig geaccepteerd zijn.

BOON lag al in het eerste jaar in de schappen van Albert Heijn en inmiddels in de meeste supermarkten. Het bedrijf is in korte tijd uitgegroeid tot een bepalende factor in de eiwittransitie. Afgelopen maand werd bekend dat twee investeerders hem ondersteunen met een krediet van één miljoen euro om ook de Europese markt te gaan bedienen.

Bijna alles in eigen hand

Bonen zijn gezond vanwege goede koolhydraten, vezels, eiwitten, weinig vet en bouwstoffen zoals ijzer, calcium, zink, kalium en vitamine B. Daarnaast zijn bonen goed voor het klimaat, het milieu en het welzijn van dieren. BOON wil het Nederlandse voedingspatroon verduurzamen en geeft het goede voorbeeld met een duurzame bedrijfsvoering.

Gedeputeerde Anne-Marie Spierings licht de agrofoodpluim voor BOON toe "Het bedrijf neemt de verantwoordelijkheid voor de keten grotendeels in eigen hand. De kwaliteit, de leveringsketen, de verkoop en de marketing verzorgt BOON zelf." Alleen de productie vindt plaats bij zes partners waaronder de Brabantse voedingsproducent Dalco. BOON produceert en verkoopt allerlei producten van bonen, zoals broodjes bapao, nuggets, chili's en curry's. Daar komt geen enkel dierlijk product aan te pas, dus ook geen vis, melk of ei.

Lastige verandering

Luesink beseft dat gedragsverandering de lastigste verandering is: "Het is heel moeilijk om mensen zover te krijgen dat ze een ander rondje lopen in de supermarkt." Vandaar dat BOON zijn pijlen ook op andere plekken richt. Muziekfestivals bijvoorbeeld, omdat mensen daar open staan voor andere, meer experimentele voeding. "Kennismaken met de boon is belangrijk, want als je dat doet, dan ga je voor de bijl,' weet Michael Luesink, zelf veganist. "Op dit moment wordt de boon vooral gezien als een vleesvervanger. Maar ik denk dat dit slechts een tussenfase is en dat het straks heel normaal is om chili sin carne te eten."

Bijlagen



Hyperlink [Video Agrofoodpluim voor BOON](#)



1.9 MB jpg Michael Luesink en Anne-Marie Spierings koken in laboratorium van BOON



2.1 MB jpg Team van BOON ontvangt Agrofoodpluim
