

# ‘Voorkomen dat we onze eigen toekomst opvreten’

**René Pluijm**

Tekst: Jacques Geluk

René Pluijm heeft al zes seizoenen lang ‘Pluijm’s eetbare wereld’ gemaakt voor RTL 4. Daar is hij trots op. Toch slaat de tv-kok een seizoen over. Tijdens deze denkperiode wil hij een ander stukje Pluijm laten zien en een ‘mind shift’ teweegbrengen. “Ik wil mensen ervan overtuigen dat minder – maar wel van hoogwaardige kwaliteit – beter is dan ‘meer, meer, meer.’” Dat geldt voor eten, maar ook voor ons hele consumptiegedrag.”



"Het is best een sprong in het diepe om een pauze in te lassen", zegt tv-kok René Pluijm. Een keiharde garantie dat hij daarna gewoon kan doorgaan met programma's maken voor RTL 4 is er immers niet. Hij neemt dat risico bewust. "Ik vind het belangrijk tijd te nemen om mezelf te ontwikkelen en te focussen op mijn ambities en kernwaarden. Daarbij gebruik ik de keuken en het restaurant als machtige metaforen voor allerhande zaken, niet alleen sec eten. Ik heb meer interessevelden, ook op het gebied van kunst en cultuur en wat met ons en de aarde gebeurt." Het is duidelijk. René wil en kan niet stilzitten gedurende zijn denkperiode. Doordat hij 'Pluijm's eetbare wereld' even op pauze heeft gezet, is er ruimte om tijdens presentaties, demonstraties, lezingen en workshops te vertellen over zijn visie en missie. "Dat wil ik ook gaan doen in mijn nieuwe productiebedrijf annex -keuken Base Cooking Store aan de Halkade in IJmuiden. Daar vind je ook de rest van mijn 'Eetbare wereld', alle keukeninstrumenten en binnenkort een kookstudio. Er is veel lekkers te proeven. Met alles wat ik doe probeer ik toe te leven naar een samenleving waarin sociale gelijkheid en compassie heersen en het maatschappelijke boven het economische belang uitstijgt." Commercieel zijn en geld verdienen mag best, ook zijn pijp moet blijven roken, maar wel op zo'n manier dat hij kan bijdragen aan het maken van betere en gezondere keuzes. "Daar wil ik later ook wat aan doen op televisie én in het boek waaraan ik werk, over eten in combinatie met verschillende thema's, zoals geloof, sport, liefde, muziek, mode, kunst, cultuur, dood, leven en filosofie."

"De mens is de enige diersoort die, gedreven door zijn omgeving, meer neemt dan de wereld aankan", constateert René. "Dat blijft zo als wij ons consumptiegedrag niet aanpassen en onverminderd doorgaan met spullen produceren. Een groot deel van wat wij met z'n allen inkopen verdwijnt keihard op de afvalberg. Dat is een schandaal. Hetzelfde geldt voor voedsel. Wij gooien zoveel weg, terwijl aan de andere kant mensen kapotgaan van de honger. Straks gaan we, als we

met negen miljard mensen op aarde zijn, bijvoorbeeld varkensflats bouwen en nog meer vlees produceren, terwijl nu al sprake is van een overschot. Tenminste als we alles wat er is beter verdelen en minder, maar kwalitatief hoogwaardiger en voedzamer voedsel consumeren. Het is beter te delen dan te vermenigvuldigen. Als we dat niet doen komen we nooit uit die cirkel van steeds meer willen hebben. Dan vreten we onze eigen toekomst op en loopt het leven als een batterij langzaam leeg. Daarom zie ik het als mijn rol mensen te motiveren en te zorgen voor een

## *'Een mals stukje vlees, mevrouw? Sodemieter op!'*

'mind shift'. Anders denken is keihard nodig. We zitten op een groot schip dat op een waterval afstevent en naar beneden dreigt te vallen. Als we zo blijven omgaan met onze aarde maken we kennis met een nieuw verschijnsel: klimaatvluchtelingen."

### **BITTERZOETE KIJK**

René heeft zich in 'Pluijm's eetbare wereld' altijd hard gemaakt voor het gebruik van hoogwaardige, liefst lokale ingrediënten in eenvoudige, doch gezonde en zeer smakelijke gerechten. Zonder tekeer te gaan met het Nederlandse belerende vingertje ontmoet hij vakbroeders, met wie hij zonder script of bemoeienis van de sponsor spontaan praat en kookt. "Ik laat zien hoe het ook kan. Eet minder vlees, maar als je het doet koop het dan van een boer die toegewijd is en van zijn dieren houdt of haal kaas bij een boer die drie keer per nacht opstaat om voor zijn geiten te zorgen. Die mensen raken mij." Tegelijk heeft hij een bitterzoete kijk op ons hedendaagse eetgedrag ontwikkeld. "Voedsel is de essentie van ons

bestaan, gaat ons allen aan en is wat wij zijn. Het is daarom des te verbazingwekkender hoe wij het met al onze kennis, wetenschap en geld voor elkaar hebben gekregen een eetgedrag te creëren dat zo structureel ongezond is. Een knappe prestatie!", zegt hij met een sarcastische ondertoon. "Wij behoren tot de rijkste landen ter wereld en besteden zowat het minst in verhouding tot ons inkomen aan eten en drinken. Dat betekent dat we veel goedkope, ongezonde producten eten. Zoveel dat obesitas ook bij ons de snelst groeiende ziekte is. Er zijn nu wereldwijd meer obesitaspatiënten dan mensen die honger hebben. Suikerziekte en Alzheimer komen daardoor ook vaker voor. Het is allemaal het gevolg van onze schijnbare onstuitbare drang tot consumeren."

De culinaire avonturier zegt de gelukkigste man op aarde te zijn en dat straalt hij uit. "Ik ben ongelooflijk dankbaar voor de liefde, gezondheid, kracht en energie die ik in mijn leven ervaar. Daardoor kan ik doen wat ik wil met alle kansen en inzichten die ik heb gekregen. Het laten horen van een bitterzoet geluid is daarbij voor mij een belangrijke drijfveer om iets bij te dragen of tot stand te brengen in de wellicht tachtig jaar dat ik op aarde mag meegaan." Bitter is volgens hem wat de jeugd op school tot zich neemt, het eten dat sportkantines serveren of de witte boterhammen met margarine – "die op het plastic lijkt waar het inzit" – en het doorgekookte voer dat patiënten in het ziekenhuis krijgen. "Ligt dat aan het budget waarmee de ziekenhuizen schermen? Onzin. Ze hebben professionele keukens, die ze nu vaak niet of alleen gebruiken om eten op te warmen. Dat maakt me droevig. Ik wil de handschoen oppakken en een gezond voedingsconcept bedenken voor de zorgsector, waarvan ik je verzeker dat het juist geld oplevert. Nu wordt veel voeding weggegooid. Patiënten moeten vandaag beslissen wat zij morgen willen eten. Ze willen niet te weinig, kruisen te veel aan, dus gaat de helft de prullenbak in. Alleen al door hen in het moment te laten kiezen en te vragen wat ze nu willen eten, valt heel wat te besparen." Dat is zoet.

## GEEN TIJD OM TE KOKEN

Met lachende ogen vertelt René dat zijn moeder hem de liefde voor eten heeft bijgebracht en nog steeds zo'n tweeënhalf uur per keer in de keuken staat. Bij de gemiddelde Nederlander is dat dertien minuten, terwijl die wel tijd heeft naar allerlei kookshows te kijken. Een horrorscenario. "We stoppen diepvriespizza in ons hoofd terwijl we naar culinaire programma's kijken en het tegelijk te druk hebben – of dat als excuus gebruiken – om wat we zien in praktijk te brengen. Hoe fijn is het om met de kinderen de keuken in te gaan. Niet alleen ontstaat een veel beter onderling contact, want koken verbreedert, maar kinderen vinden dingen die ze zelf hebben gemaakt ook lekker. Zelfs wanneer ze eigenlijk nooit wat lusten. Vertel ze over een tomaat en een komkommer, dan worden ze vanzelf enthousiast. Het is ook een fabel dat koken met verse producten meer tijd kost. Ik weet zeker dat ik even snel klaar ben als iemand die bewerkt gemakvoedsel in de supermarkt haalt." De voedingsmiddelenindustrie – "een vreselijk woord dat geeft dat voeding blijkbaar is verworden tot een industrie" – maakt helaas steeds meer voedselachtige substanties en prefab-voedsel dat op voeding lijkt, maar het niet is. "Al die bewerkte producten zijn prut en absoluut niet voedzaam. Pakjes zijn overbodig."

Een ander probleem van onze visuele wereld is dat op paprika's geen plekje mag zitten, net zo min als we rimpels willen op ons gezicht. De buitenkant lijkt belangrijker dan de inhoud. Dat slaat op alles, maar wat voeding betreft gelden steeds andere inzichten. Eerst kon vet niet meer en ontstond een light-cultuur, die tot niets heeft geleid. "Nu zitten we in de anti-koolhydratenperiode. Dag brood en pasta. Binnen vijf jaar is

er weer iets anders dat we niet mogen. De voedselmafia komt steeds weer met nieuwe trends, zodat producenten en de farmaceutische industrie, die dan weer nieuwe pillen kan uitvinden, geld kunnen blijven verdienen. Bovendien verkrachten allerlei labels op verpakkingen de waarheid. Stempeltjes als bewuste en beste keuze, MSC of biologisch zorgen ervoor dat de consument de weg kwijtraakt. Hoe kan een fles sinas in vredesnaam een bewuste keuze zijn!"

Wat we ook kopen of eten: Mate is volgens René het sleutelwoord bij het motiveren van mensen anders te denken en, wat voedingsmiddelen en vlees betreft, te kiezen voor kleinere porties van hoogwaardige kwaliteit. "Waarom kopen we nog steeds kipfilet en zeker als dat voor meer dan een derde uit water bestaat? Waarom zegt de slager nog altijd: 'Een mals stukje vlees, mevrouw?' Sodemieter op. Geef me een lekkere côte de bœuf met een uitstekend bot waarop ik moet kauwen. Het gaat om smaak, niet om mals."

## HOOP

"Er is hoop", zegt René, die constateert dat een groeiende groep mensen geïnteresseerd is in wat zij tot zich nemen. Het aantal ecologische en biologische supermarkten neemt toe. Er komen steeds meer culinaire televisieprogramma's en kookboeken zijn, met drie à vier nieuwe publicaties per week, de snelst groeiende categorie in de boekhandel. Dat is geweldig, zeker nu de grootste gemene deler uitmaakt wat blijft en verdwijnt." Ondanks zijn pleidooi voor gezond, lokaal geproduceerd eten wil René Pluijm zichzelf geen voedingsevangelist noemen. "Ik vreet ook wel eens een zak drop terwijl ik voor de televisie hang. In een praatshow van Catherine Keyl was ik enkele jaren geleden te gast met vega-

nisten en 'raw food'-aanhangers. De laatste groep ziet voeding als een soort medicijn. Ze keken gek op toen ik de zaal inliep met lekernijen, zoals Italiaanse truffelsalami, en uitdeelde. Af en toe wat lekkers moet kun-

**'Er zijn nu wereldwijd meer obesitaspatiënten dan mensen die honger hebben'**

nen. Ik kan niet tegen mensen die in een soort mechanisme komen en in de stress schieten als er wat anders gebeurt."

Ten slotte hebben we het nog over RTL 4. Die zender heeft hem de kans gegeven zijn programma's uit te zenden en daarom is hij – ook al vindt hij sommige shows wat 'te hilarisch' of competitief – zeer loyaal. "Het is de commercieelste zender, maar ik ben er blij mee. Ik word op straat door zowel stratenmakers als advocaten herkend, wat ervoor zorgt dat ik mijn visie bij iedere bevolkingsgroep kwijt kan." En Coop als sponsor? "Wanneer ik iets in de hof van de leeuw kan verbeteren doe ik dat. Als ik het percentage gezonde producten kan vergroten met twee procent tot zeventien procent, bereik ik daar miljoenen mensen mee. Samen hebben we de lijn Top van Coop opgezet, met twintig producten waar ik zeker achter kan staan." 🍌

René Pluijm is (tv-)kok en programmamaker (RTL 4: 'Campinglife', 'Pluijm op pad' en 'Pluijm's eetbare wereld'). Nu werkt hij aan een boek, een nieuwe televisiereeks en geeft hij lezingen, workshops en trainingen op het gebied van gastgerichtheid aan onder andere horecabedrijven (waaronder Bagels & Beans en Holland Casino van deur tot directie), zorginstellingen en banken. Samen met Bjørn Aris verzorgt hij 'performances', waarin gevechts- en kookkunst versmelten. Eerder werkte hij bij De Hoefslag in Bosch en Duin, Greve in Den Haag, Hotel Arena, Hortus Botanicus, de Stadsschouwburg en De Jaren in Amsterdam en in het buitenland. Hij was initiatiefnemer/eigenaar van een gezonde snackbar in Amsterdam en Pluijm Boerendelicatessen in Hilversum. [renepluijm@speakersacademy.nl](mailto:renepluijm@speakersacademy.nl)

