

## 25 jaar thee

*Merrill J. Fernando richt in 1988 het Sri Lankese theebedrijf Dilmah op. Hij is dan 58, met al een heel theelevens achter de rug. Het bedrijf heeft aanvankelijk de wind tegen, wat vooral komt omdat Fernando niet werkt volgens gekende patronen. Hij wil de consument een echte Sri Lanka kwaliteitsthee verkopen en niet de namaak Ceylon die de supermarkten ons opdringen. Om de kleine theeboeren te helpen neemt Dilmah het op tegen de grote theemonopolisten. En wie aan de poten van de grootindustrie zaagt, krijgt het moeilijk, daar kun je op wachten.*

# hoop en toekomst



Echte liefhebbers lopen weg met thee uit Ceylon, zoals het eiland Sri Lanka in de koloniale tijd heette. Ceylon is synoniem voor topkwaliteit thee. Daar is de klad in gekomen doordat de grote

Fernando is er van meet af op uit, om de grote distributeurs zoals Tetley, Lipton, Twinings en Unilever, te tarten. Het geld moet naar Sri Lanka, naar de kleinere theeboeren en niet alleen verdwijnen in de gestaag dikker wordende beurzen van de wereldhandelaars.

Opmerkelijk aan zijn manier van werken is dat hij flinke delen van de gemaakte winst steekt in projecten die zijn arme landgenoten (terug) op de rails moeten zetten. Hij helpt ze aan zelfstandigheid en aan waardigheid, zoals hij tijdens ons gesprek bij herhaling benadrukt.

Merrill J. Fernando zit als een vorst in zijn fauteuil in de bar van het Hilton Hotel in Amsterdam. Hij heeft een fors postuur voor een tachtiger en ziet er kerngezond uit. Zijn handdruk is ferm, maar zacht. De andere hand legt hij bovenop de jouwe. Door zijn manier van praten weet je dat hij gewend is dat men naar hem luistert. Zijn oudste zoon Dilhan zit erbij en licht op een vingerwijzing het verhaal toe met voorbeelden. De naam Dilmah is een



samentrekking van zijn eigen naam en die van zijn broer Malik.

‘Thee is nobel, thee is heilig,’ steekt mister Fernando rustig van wal en blijft ruim een uur aan het woord. ‘In dertig jaar tijd hebben de grote bedrijven 70% van alle theebedrijven op Sri Lanka opgekocht. Zij controleren zowel de productie, als de handel en daardoor is er geen competitie in kwaliteit en service. Dwarsliggers zijn weggewerkt, het onderscheid is geëlimineerd. Daarmee is ook de echte goede thee verdwenen. Die lui kopen zo goedkoop mogelijk in, om het via uitgekiende marketing zo duur mogelijk te verkopen. Het is een enorme markt waar visie ontbreekt. Ceylon thee is een fabel geworden, ze kopen bijna niet meer in bij ons, het is thee uit Kenia of Pakistan. Veel kleine producenten dreigden er aan kapot te gaan. Toen ik dat ontdekte, heb ik mijn plan ontwikkeld. In Londen had ik geleerd hoe je thee moet vermarkten, dus ben ik een eigen merk begonnen. We zijn de eerste voormalige kolonie die zelf thee is gaan blenden en verpakken.

Daardoor blijft de winst bij ons. We gaan de grote jongens verslaan met verse, gezonde thee. Natuurlijk dreigden ze met een boycot van onze ruwe thee. De uitvoer naar Engeland zakte van 80.000 ton per jaar naar 18.000. Australië nam nog maar 4000 ton af terwijl het voor die tijd goed was voor 23.000 ton. Daardoor sribbelde onze regering tegen, toen ik mijn plannen voorlegde, maar ik heb ze kunnen overtuigen. We hebben de consument veroverd met vers geplukte, eerlijke, integere Ceylon thee. Dankzij Dilmah

-----  
**We hebben de  
consument voor  
ons gewonnen met  
vers geplukte,  
integere thee**  
-----

heeft de kleine producent zijn vrijheid terug en is overal bij betrokken. Het systeem van uitbuiting is veranderd

-----  
**Geef de mensen  
hun waardigheid  
terug**  
-----

inkopers het imago misbruiken. Ze kopen ruwe thee in op Sri Lanka en maken daar in eigen huis een Ceylon blend van, doodleuk gemixt met thee uit Kenia, Turkije of Pakistan. Die leveren ze in kleurrijke, namaak authentieke verpakkingen aan de supermarkten. Het geld dat ze er mee verdienen, gaat voor het grootste gedeelte naar de handel en maar met mondjesmaat naar de kleine theeboer. Dat is de bekende afhankelijkheids- situatie van koffie-, thee- cacao- en kokosboeren in ontwikkelings- landen.



in een industrie van hoop en uitzicht op een beter leven. Anders dan bij Fair Trade, vaart de kleine man er wel bij.' Wat nou, alweer commentaar op Fair Trade? Juist nu grote supermarkten dat soort producten standaard aanbieden is er de nodige kritiek op deze organisatie. Dat vraagt om uitleg, want soms lijkt het alsof het nooit goed is.

Fernando: 'Jammer genoeg is Fair Trade niet veel meer dan een marketingidee. De tien procent die de consument bereid is voor het goede doel extra te betalen, komt voor nog niet één procent bij de

geld. Wij weten wat de consument wil, zeggen ze, maar ze zijn te arrogant om er echt belangstelling voor te hebben. Wij kregen brieven van mensen die dankbaar waren dat we hen de vertrouwde Ceylonthee terug gegeven hadden. Tegenwoordig zijn we nummer twee, daarginds. Het succes is opvallend omdat ze *down under* nogal pro Australische producten zijn. Maar wij verkopen thee met een verhaal, het verhaal van de kleine man die we helpen. We zijn niet anoniem. Daarna kwam Nieuw Zeeland en toen de rest van de wereld. We begonnen in 1988 met achttien man. Nu zijn het er 1400.'

Duurzaamheid is het nieuwe toverwoord, maar zodra grote bedrijven als Unilever ermee gaan schermen, is het zaak alert te blijven. Dilmah Tea is begaan met de zorg voor de natuurlijke omgeving, dat spreekt vanzelf, dat zit in de bedrijfsziel opgesloten. In een speciale verklaring staat dat het bedrijf ervoor zorgt dat de impact van hun activiteit op het milieu zo klein mogelijk is. Daarbij speelt het menselijk welzijn een grote rol. Fernando heeft er een

## Je leert het van je grootmoeder als je vijf bent en op je twintigste begrijp je wat ze zei

kleine producent terecht. Het is een verkooptruc om de Westerse consument van zijn schuldgevoel af te helpen. Het is een enorm bedrijf geworden dat nauwelijks gecontroleerd wordt. Als je weet wat je moet betalen om voor een Fair Trade stempel in aanmerking te komen, ga je vanzelf nadenken.'

Fernando c.s. zijn begonnen met de bewerking van de Australische markt: 'De consument daar had snel door dat er weer ouderwetse kwaliteit Ceylon op de markt was gekomen. De grote jongens probeerden tegengas te geven met prijsverlagingen, want het gaat hen niet om kwaliteit maar om het



eigen visie op: 'Duurzaamheid is ook zorgen voor je buurman en voor het unieke dorpsleven op ons eiland. Die manier van denken hebben we vanaf het begin ingezet. Niemand is bij ons een vreemde. Onze thee is het product van een theefamilie. Familiewaarden leer je van je grootmoeder als je vijf bent en op je twintigste begrijp je pas goed wat ze tegen je heeft gezegd.' Op basis van die familie-gedachte is Dilmah met de MJF Foundation begonnen: 'Een groot deel van onze winst delen we met mensen die het niet breed hebben. We steunen goede doelen op Sri Lanka, maar ook in Nieuw Zeeland, Rusland, West-Afrika en Australië. We helpen onze medewerkers met medische hulp, met studiebeurzen en huizen en we hebben veel projecten

voor kansarmen opgezet. Ik geef je wat voorbeelden. Chandrasena is een voormalige gevangene, die met onze steun een confectiefabriekje is begonnen waar hij militaire kleding maakt. Nu heeft hij 14 man in dienst. We kennen op Sri Lanka een recidive van 90%, maar als je die mensen helpt en hoop geeft, komen ze vanzelf uit die cyclus. Bakker Dharmadasa bakte dagelijks wat koekjes die hij op straat verkocht in Moneragala. Wij hebben hem geleerd hoe je dat beter kunt aanpakken. Zijn bakkerij is verbeterd, we hebben een verpakkingsmachine gekocht en mensen uit het dorp zijn betrokken bij de distributie. We schenken sinaasappelboeren nieuwe bomen en helpen hen met de verwerking van hun oogst. We hebben ook een aantal mensen geholpen met hun pottenbakfabriekjes. Jamie Oliver neemt tegenwoordig heel wat schaaltes bij hen af.'

'Meestal trekken we ons na twee jaar terug en op voorwaarde dat ze zelf binnen twee jaar ook weer andere mensen helpen, mogen ze de investering

houden. Het gaat om een bedrag van maximaal 500 dollar. Ook bij de tsunami hebben we slachtoffers geholpen hun bestaan weer op te bouwen, met opleidingen of met bomen voor hun cashewnoot plantages. Je kunt ze wel geld geven en weer weggaan, maar dat is onwaardig. Ze willen niet bedelen, ze willen hun toekomst in handen hebben. Je moet het holistisch benaderen, vanuit de gemeenschapsgedachte. We werken veel in de sloppen en in gevangenissen. We geven de mensen eerst eten en dan hun waardigheid en hoop. Waarom we dit allemaal doen? Je komt op deze aarde

met niks en je gaat met niks weer weg. De rijkdom die je hebt verworven blijft achter. Daarom moet je die delen met mensen die het niet breed hebben. Wat voor onze thee geldt, gaat ook op voor de kleine koffie-, kokos- en cacaoboeren. Probeer uit het conventionele systeemdenken te stappen, dat is een kwestie van willen. Er is genoeg geld in de wereld, maar het verdwijnt in het verkeerde gat. Geld moet stromen. Geen dam opwerpen, daarmee verhinder je het stromen. Geld op de bank? Banken zijn stagnatie, dat is tegen de natuur. Geef en ontvang. Business is flow.

### Thee is gezond

Thee is in China en Japan heel lang een medicijn geweest, onder meer als bescherming tegen de pest. In Europa is thee pas in de zeventiende eeuw bekend geworden. In het begin zeker ook als medicijn. Vraag maar aan de heren Tulp en Bontekoe die in de zeventiende eeuw de medicinale krachten aanprezen. Thee zou goed zijn voor een fit en actief lichaam; helpen tegen hoofdpijn en duizelingen; goed voor de werking van de milt; goed tegen stenen en gruis in nieren en urineleiders; goed tegen verstoppingen en om zware dromen te overwinnen. Sinds een jaar of twintig is thee serieus onderwerp van wetenschappelijk onderzoek. Trouwe theedrinkers, zo is aangetoond, lopen minder kans op chronische ziekten als kanker, hartinfarcten, diabetes, beroertes, botontkalking, infecties en leveraandoeningen. Dat geldt overigens voor zowel groene als zwarte thee. Voor een optimaal effect drink je vijf koppen per dag. Thee bevat overigens geen looizuur. Looistof en looizuur zijn ten onrechte gebruikt als benaming voor theepolyfenolen die chemische gelijkenis vertonen met looizuur.

### Foodmatching

**Thee en kaas** gaan heel goed samen: Complex smakende **Soushong thee** combineert goed met **blauwader kaas**. **Geitenkaas** doet het goed bij **groene thee** of **gezoete Assam**. **Gerookte kaas** smaakt goed bij **gemberthee**. **Oolong thee** maakt **roomkaas** van koemelk lekkerder. **Darjeeling** gaat goed met **Camembert**.

Thee doet het ook uitstekend bij **fruitige desserts** of bij **chocolade**. **Natural Ceylon Ginger Tea** bij **sinaasappelchocolade**. **Souchong** bij **99% pure chocola**. **Ceylon Pekoe** bij **spicy chocola**. **Mediterranean Mandarin** bij **pure mint chocola**. **Baklava** gaat goed samen met **Darjeeling** of **Oolong**. **Appeltaart** met **Darjeeling** of **kamille**. **Koffie- of mokkadessert** met **Assam**, **Pu-erh**, **Prince of Kandy**. **Cheescake** met **Sencha**, **Oolong**, **Assam** en **groene** of **zwarte thee**.

# FLEURIGE SALADE

## Benodigdheden:

Kaasjeskruid bloemen  
Teunisbloemen  
Madeliefjes  
Boragebloemetjes (komkommerkruid)  
Paardenbloembladeren  
duizendblad

Maak een dressing van de olijfolie, limoen-, sinaasappel- of grapefruitsap, peper en zout. Doe de gehakte munt, peterselie en bieslook erdoor en giet de dressing voor het opdienen over de sla. Voor een extra touch kan er een druppel oranjebloesemwater bijgevoegd worden.



Boek Ongewild  
van Natasha Tistachova  
Uitgever  
Uitgeverij Komma  
Verkoop en distributie:  
www.dejongebond.nl  
ISBN 9789491525049