

Sector kan voorlopig nog wel even doorgroeien

Kasproducten in een groeimarkt

door Marjel Neefjes

De keten van plant tot klant, van kas tot winkel- schap, hoeft niet zo lang te zijn. Maar meestal zit daar toch nog een partij tussen: de groothandel. Een belangrijke speler is Eosta uit Waddinxveen, importeur van overzees fruit en handelaar in kasproducten, en dit alles biologisch of biologisch- dynamisch. Volgens Gert Kögeler van Eosta is hun plek in de keten voor de biologische tomaat eigenlijk meer organisatorisch dan logistiek.

“Liefst koppelen we een teler en een afnemer zo direct mogelijk aan elkaar. Dus als een tuinder in het Westland tomaten teelt voor de Engelse supermarktketen Tesco, dan hoeven die tomaten echt geen tussenstop te maken bij ons in Waddinxveen”, zo vertelt Kögeler. Je zou bijna denken dat die teler dan ook wel direct afspraken kan maken met Tesco, maar Kögeler denkt dat Eosta tuinders toch wel meerwaarde te bieden heeft. “Naast het regelen van een afnemer, begeleiden we telers ook bij areaalplan- ning en raskeuze, zodat de markt niet bijvoorbeeld onver- wacht met een enorm overschot aan komkommers komt te zitten. Ook hebben we iemand in dienst die tuinders adviseert over hun compost. En dan is er nog ons eigen traceerbaarheidsmerk ‘Nature & More’ (zie kader).” Dat deze aanpak werkt, bewijst de gestage groei van het bedrijf, met gemiddeld 15-35% per jaar.

Nature & More

Het Eosta-merk ‘Nature & More’ zit met een sticker of stengellabel aan producten van telers die een speciale audit hebben ondergaan op kwaliteits-, ecologische en maatschappelijke aspecten. Het leuke van het merk is dat op de sticker of label een productcode staat (bij- voorbeeld code 137 voor de ‘Wild Wonders’-tomaat uit Zeeland), waarmee de consument op de website www.natureanmore.com kan zien hoe het product gescoord heeft in de audit, waar het geteeld is, met foto’s en een interviewtje met de teler. Het merk heeft dit jaar de publieksprijs gewonnen voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de land- bouwsector



AANHOUDENDE GROEI

Of die groei aanhoudt, valt natuurlijk moeilijk te zeg- gen, maar Kögeler heeft er wel vertrouwen in: “Als de aan- bod en de markt elkaar een beetje in evenwicht blijven houden, kan de sector voorlopig nog wel even door- groeien. In het buitenland zijn sommige supermarkten al heel ver in de aanbieden van biologische producten. We exporteren niet voor niets zo’n 95% van onze tuinbouw- producten. Maar ook in Nederland gaat het steeds beter. Dat nu zelfs de Aldi biologische druiven verkoopt, is teke- nend voor de bereidheid van supermarkten om biologisch in de schappen te leggen. En onder andere door de cam- pagne ‘Biologisch, eigenlijk heel logisch’ zit er ook nog steeds groei in het natuurvoedingskanaal.”