

# Profiteren van de Turkse zon

**In Turkije verrijst een demonstratiekas om Nederlandse tuinbouw-expertise aan de man te brengen. Ton Schrover van kassenbouwer Dalsem en onderzoeker Ruud Maaswinkel gingen er op werkbezoek. 'Als we jonger waren, verhuisden we naar Turkije.'** TEKST KORNE VERSLUIS FOTOGRAFIE DENIZ GUZEL/LINEAIR



**H**eb je de foto's gezien? De dikke en de dunne in Turkije', zegt Ton Schrover bij binnenkomst in het Bleiswijkse kantoor van Wageningen UR Glastuinbouw, onderdeel van Wageningen UR. De 'dunne', Ruud Maaswinkel, komt net aangelopen bij de receptie. Hij is niet graatmager, maar naast Schrover inderdaad wat schrieltjes. Schrover, export manager van kassenbouwer Dalsem, en Maaswinkel, onderzoeker in Bleiswijk, waren half april met een Nederlandse handelsdelegatie naar Turkije. Eén van de reisdoelen was een kas in aanbouw bij Aydin. Een deel ervan wordt ingericht als demonstratiecentrum van Nederlandse expertise op het gebied van de glastuinbouw. Het ontwerp van de kas is gebaseerd op een

samenwerking tussen Ruud Maaswinkel en zijn collega Silke Hemming van Wageningen UR Glastuinbouw met Horti-X, een organisatie van kassenbouwers en toeleveranciers. Dalsem bouwt de kas van 4,1 hectare, die wordt verwarmd met behulp van aardwarmte.

## BETERE GROEI

Heet water van 170 graden uit de Turkse bodem zorgt voor een overdaad aan warmte. Een deel daarvan wordt gebruikt om elektriciteit op te wekken, de rest verwarmt de kas. Schrover: 'De energiekosten zijn zo'n beetje nul.' En alsof dat nog niet genoeg is, bevat het opgepompte water ook nog eens een hoge concentratie CO<sub>2</sub>, dat gebruikt kan worden om de tomaten in de

kas beter te laten groeien.

Schrover en Maaswinkel kennen elkaar al een jaar of vier. Schrover: 'Ik was bezig met een subsidieprogramma voor export naar Turkije. Het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie vond dat het plan verbreed moest worden tot een initiatief van de hele sector.' Zo is Wageningen UR er ook bij gekomen. Schrover zat destijds niet te wachten op al te veel concurrenten die konden meeliften op zijn initiatief, maar is meer dan tevreden over de gedwongen samenwerking met Wageningen UR Glastuinbouw. 'Wageningen is een naam, dat helpt enorm. Wij kunnen wel vertellen dat iets wel of niet werkt, maar als een derde partij met een goede naam dat zegt, kom je veel



Ton Schrover en Ruud Maaswinkel in de demonstratiekas in aanbouw.

makkelijker binnen.’  
Kassenbouw is *booming business* in Turkije. Grote investeerders hopen er mooie rendementen mee te halen. Het zijn vaak ondernemers die hun geld in andere sectoren van de economie hebben verdiend, zoals de bouw en de textiel. Schrover: ‘Als je het goed doet, kun je je investering in vier, vijf jaar terugverdienen.’ Dat heeft onder meer te maken met de omstandigheden in Turkije. Maaswinkel: ‘Je hebt daar veel meer lichturen dan hier in Nederland. Zelfs in de winter heb je nog best veel licht. Je kunt daardoor het jaar rond telen.’

### MOOIE OOGST

Maar wie denkt dat de Turkse zon ook zonder hightech kas wel een mooie tomaten-

oogst levert, heeft het mis. Maaswinkel: ‘Van de vollegrond haal je misschien vijf kilo tomaten per vierkante meter. Een Nederlandse kas levert vijftien keer zoveel op. En een kastomaat is schoner, omdat je biologische bestrijders gebruikt in plaats van bestrijdingsmiddelen.’

Ondanks de goede omstandigheden halen Turkse telers niet de opbrengsten die in Nederland worden gehaald. Waarschijnlijk omdat veel kassen niet optimaal geschikt zijn voor het klimaat. Maaswinkel: ‘Als je het goed doet, kun je ervoor zorgen dat het bijna nooit te warm wordt. Als de temperatuur te hoog oploopt, sluiten de planten hun huidmondjes en nemen ze geen CO<sub>2</sub> meer op. Dan heb je een dag verloren.’

De kas in Aydin heeft bijna alle techniek in

huis die Nederlandse telers in staat stelt topopbrengsten te realiseren. Alles, behalve groeilampen, die leveren hun geld niet op in het zonnige Turkije. Schrover: ‘Ik denk dat ze daar nog beter gaan presteren dan Nederlandse tuinders.’

De meeste Turkse investeerders mikken met hun kassen op de export, maar Schrover zou het dichter bij huis zoeken. ‘De economie daar ontwikkelt zich enorm snel. Grote supermarktketens, zoals Carrefour, openen er wekelijks een winkel. Die willen goede spullen zonder bestrijdingsmiddelen. Op de binnenlandse markt krijgen Turkse telers veel betere prijzen, en de groei is er nog lang niet uit. Als wij jonger waren, wisten we het wel. Dan gingen we ook naar Turkije, toch Ruud?’ ■