

# ‘Consument profiteert van l

De Nederlandse pot- en perkplantensector heeft een sterke positie. Komende jaren wordt een groei van 4 procent per jaar verwacht. Toch lukt het ondernemers uit de branche niet om een super rendement te behalen. Tijdens het symposium vasteplantenteelt op 30 juni jl. presenteerde de Rabobank haar visie op de toekomst van de sector. Daarnaast ging Ronald Houtman in op de ontwikkeling van nieuwe planten.

Tekst: Jeannet Pennings  
Foto's: René Faas

In samenwerking met CNB organiseerde de Rabobank Bollenstreek donderdag 30 juni het symposium vasteplantenteelt. Paul Peters van CNB, gastheer van de dag, heette de ongeveer 70 aanwezigen welkom. De salesmanager schetste kort de positie van de vaste planten binnen het handelsbedrijf. “Wij hebben twee teams, het Greenteam en het VADA team, die bemiddelen in vaste planten en boomkwekerijproducten. Ondanks geluiden in het vak dat het steeds minder en minder wordt, constateren wij dat de handel in landplanten stabiel is. Naar verwachting zal dit iets afnemen komende jaren, maar niet zo drastisch als dat we om ons heen horen. De handel in stekken zien we flink toenemen en ook de noviteiten en kwekersrechtelijk beschermde soorten hebben een enorme vlucht genomen.” Peters gaf aan dat CNB de dienstverlening rondom ‘New Plants’ daarom komende jaren zal vernieuwen en optimaliseren.

## MACHT GROEIT

Ton Selhorst, directeur Rabobank Bollenstreek, meldde in zijn openingswoord dat de productiewaarde van de sierteeltsector 7 miljard euro

bedraagt. “De vaste planten nemen een aandeel van ongeveer 125 miljoen euro voor hun rekening en dat is aanzienlijk voor een relatief kleine sector. Daarbij zijn de producten die uit de planten voortkomen, zoals het groeiende aantal snijbloemen, nog buiten beschouwing gelaten. In de Bollenstreek wordt 220 hectare grond voor de teelt van vaste planten gebruikt, zo’n 15 tot 20 procent van het totale areaal in Nederland. Er is echter veel aan de hand in de markt, waardoor de risico’s voor de ondernemer toenemen. Ik noem de toenemende macht van het grootwinkelbedrijf. Dit leidt tot margesverlaging en kostprijzdaling en het voordeel verdwijnt in de zak van de consument. Ook is er sprake van toenemende concurrentie uit het buitenland. Als ondernemer wordt je gedwongen om keuzes te maken en de Rabobank helpt graag de juiste keuzes te maken.”

In ‘Groeien in waarde’ geeft de Rabobank haar visie op de toekomst van de Nederlandse pot- en perkplantensector. De studie vormde de rode draad van het symposium. Marcel Man, sectormanager Food & Agri Rabobank Nederland: “De afzet van de pot- en perkplanten is de afgelopen tien jaar met gemiddeld 5 procent per jaar gegroeid. De helft van die groei wordt



‘Ondernemerschap is waardecreatie’, aldus Marcel Man

veroorzaakt door Phalaenopsis, maar die groei zien we nu afvlakken. We verwachten dat de totale afzet de komende jaren nog 4 procent per jaar zal groeien. Waarom? De welvaart stijgt, met name in Midden- en Oost-Europa, en dus neemt het bestedingsniveau toe. Bovendien zijn er nog onbenutte marktkansen. Denk bijvoorbeeld aan de toenemende vraag naar groen binnen bedrijven, zowel in als om de kantoren. Zelfs in productiehallen doet groen zijn intrede, want onderzoek heeft aangetoond dat de productie in een groene omgeving omhoog gaat. Verder is ‘gemak’ een belangrijke trend waar kwekers met potplanten op inspringen. Die vertaling kan ook gemaakt worden naar de vaste planten.”

## STERKE POSITIE

Momenteel zijn Nederland en Duitsland veruit



Paul Peters: ‘Handel in stekken en noviteiten neemt toe’



Ton Selhorst: ‘Macht grootwinkelbedrijf neemt toe’

# kostprijsdaling'



sterke positie en dat zal volgens Man zo blijven. "We hebben de hoogste productiviteit ter wereld, een goed georganiseerde logistiek en afzet en lopen voorop in duurzaam produceren. Het is eigenlijk raar dat met deze gegevens het ondernemers niet lukt om een super rendement te behalen."

## 'Groeiende welvaart in Midden- en Oost-Europa biedt afzetkansen'

Willen we dat resultaat beïnvloeden, dan komt het volgens Man aan op ondernemerschap. "Dat is waardecreatie. Natuurlijk gaat het om de winst, maar minstens zo belangrijk zijn de niet-financiële waarden. Denk aan kwaliteit, klantrelaties, technologie, duurzaamheid, innovatie, goed personeel, allianties en merkwaarde. Zoek versterking daar waar je minder goed in bent. Dat maakt je tevens flexibeler en dat is enorm belangrijk. De groeiende automatisering zorgt voor een lagere kostprijs, maar ook voor minder flexibiliteit. Bedrijven kunnen niet meer makkelijk switchen." Man benadrukte verder de toenemende complexiteit van bedrijven en het belang om de risico's in beeld te brengen. Verder moeten ondernemers in eindproducten en productlijnen denken. "Kijk niet alleen naar de volgende schakel in de keten. Een goed voorbeeld komt uit de voedingsindustrie waar een groep telers de schappen van Albert Heijn vult. Zorg tot slot voor exclusiviteit in de keten. Maak bij de introductie van nieuwe, exclusieve cultivars keuzes in de afzet. Zoek samenwerking met een aantal handelspartijen, zodat je als kweker sturing behoudt."

de belangrijkste afzetmarkten voor de plantensector. Een steeds belangrijkere rol is weggelegd voor Midden- en Oost-Europa. "De afzet naar deze landen groeit in dubbele cijfers", zegt Man. "Daarnaast is er ook in West-Europa markt te winnen, vooral in Italië, Frankrijk en Spanje waar de uitgaven aan planten nog relatief laag zijn. Concurrentie met andere landen qua export is er nauwelijks. Nederland concurreert op zijn afzetmarkten voornamelijk met lokale productie. Duitsland is sterk in de teelt van producten die weinig kapitaalintensief zijn. De productie in Polen groeit vanwege de lage kosten, maar het lokale aanbod kan de vraag lang niet bijhouden. Bovendien is dit land de poort tot verdere Oostbloklanden. Tot slot krimpt de productie in Denemarken." De Nederlandse plantensector heeft een zeer

Daarmee werd een brug gemaakt naar de presentatie van sortimentsadviseur Ronald Houtman over het traject van veredeling tot het in de markt zetten. "Bij ontwikkeling van een nieuwe plant wordt onder andere gelet op kleur, bloemvorm en compactheid. Als je een nieuwe plant hebt, hoe verkoop je deze dan? Het is moeilijk om zelf objectief te zijn. Iedereen vindt zijn eigen plant het mooiste en veredelaars kijken vaak technisch naar hun product. Laat anderen dus oordelen. Een plant moet sierwaarde hebben, maar belangrijker is nog de gebruikswaarde. Een plant kan nog zo mooi zijn, als deze het niet goed doet in de tuin wordt het niets. Denk ook in series, zodat de consument kan kiezen, en aan de teelt: makkelijk te vermeerderen, weinig ziektegevoelig en de juiste bloeitijd."

### STERK NETWERK

Zodra een plant klaar is voor introductie, komt het patent of kwekersrecht om de hoek kijken. Houtman: "Beide een vorm van eigendomsrecht, waardoor derden het product niet zomaar kunnen telen. Een stukje bescherming van de markt: controleren en doseren. Intermediairs kunnen kwekers helpen door alle zaken rondom kwekersrecht uit handen te nemen. Dat gebeurt vaak tegen een bepaald percentage van de royalty's. Nederland beschikt over een sterk netwerk als het gaat om nieuwe plantenintroducties. Zestig procent van alle kwekersrechtenaanvragen in Europa loopt via Nederland."

In het kader van het nieuwe assortiment werd tijdens het symposium een vasteplantenkeuring voor noviteiten gehouden. Houtman selecteerde drie van de ingezonden producten: Chasmanthium latifolium 'River Mist', Echinacea 'Piccolino' en Heuchera 'Pretty Perrine'. Na stemming kwam de Heuchera van Vitro Westland als beste uit de bus. "De plant valt op door zijn verfrissende, lichte blad dat in het najaar verkleurd naar rood met een witte rand", aldus Houtman.



Zo'n 70 kwekers en vakgenoten bezochten het vasteplantensymposium



Ronald Houtman: '60 % van de kwekersrechtenaanvragen in Europa loopt via Nederland'