



# Habets voelt zich geslachtoffer door Productschap Tuinbouw

## 31 december sluit PPH de deuren. 'Waar ging het mis?' Een persoonlijke visie van Jan Habets

Op 31 december 2012 zal het doek vallen voor het promotiebedrijf van de Nederlandse boomkwekerij: Plant Publicity Holland. Het is dan ook precies 60 jaar geleden dat PPH werd opgericht door een aantal Boskoopse exporteurs. Boom-In-Business in gesprek met PPH-directeur Jan Habets.

Auteur: Hein van Iersel

Het begon allemaal heel kleinschalig in 1952. Boskoopse exporteurs wilden hun buitenlandse afnemers laten zien hoe goed hun producten wel niet waren en begonnen gezamenlijk een bureau dat foto's en later ook posters en flyers vervaardigde. Pas later vindt dit bureau aansluiting bij Productschap Tuinbouw en daarmee bij het beroemde corporatieve systeem. Jan Habets: 'Dit corporatieve systeem is opgericht in een tijd dat bedrijven veel kleiner waren. De overheid vond het een goed idee dat deze kleine bedrijven gezamenlijk geld bij elkaar brachten om markt- en teeltonderzoek te laten doen en gezamenlijk promotie te bedrijven. Die promotie werd dan weer uitbesteed aan PPH.' Het bleek het begin van een succesvolle opzet, waar nu, 60 jaar later, een eind aan dreigt te komen. PPH is daarbij – aldus Habets – het 'slachtoffer' geworden van een

jarenlange politieke strijd, waarbij de opheffing van de Boskoopse organisatie als een soort zoenoffer is gebruikt richting de landelijke politiek.

Jan Habets beschrijft kort de geschiedenis van de teloorgang van PPH. Het begon in zekere zin met de NVAF, ofwel de Nieuwe Vrije Agrarische Federatie. Deze belangenorganisatie, die in 2004 werd opgericht, heeft jarenlang ongemeen fel actie gevoerd tegen het Productschap Tuinbouw, de belangrijkste financier van PPH. Deze NVAF werd heel veel jaren gezien als een onbetekend stelletje relschoppers. Maar niets bleek minder waar. De NVAF heeft stukje bij beetje en bijna onzichtbaar een aardverschuiving op gang gebracht, die uiteindelijk leidde tot een revolutie in het corporatieve Nederlandse systeem.

### 2004

Vanaf 2004 startte NVAF dus met ageren tegen de productschappen. Eerst alleen, later met stevige ondersteuning van het VVD-kamerlid Charlie Aptroot. Ook hij was van mening dat productschappen iets van het verleden waren. Habets: 'Ik heb nooit geweten hoeveel leden de NVAF had, maar veel zijn het er nooit geweest; misschien duizend van de in totaal 28.000 geregistreerde bedrijven.' Volgens Habets zou dit allemaal onnodig zijn geweest en hadden de branche- en sectororganisaties eigenlijk alle troeven in handen om het PT-beleid bij te stellen. Habets: 'In het Productschap Tuinbouw zijn alle branche- en sectororganisaties vertegenwoordigd: LTO, VHG, Anthos, KAVB en ga zo maar door.' Deze organisaties konden volgens Habets precies bepalen wat de heffingsbijdrage was voor individuele

kwekers en waar het geld aan besteed diende te worden. Habets heeft echter het idee dat niemand gevaar zag in de oprichting van de NVAF en de lobby van VVD-er Aptroot. Het systeem van productschappen werd onaantastbaar gedacht. Ik vraag aan Habets wat de reden daarvan was: arrogantie of naïviteit? Habets denkt even en lijkt dan te kiezen voor naïviteit: 'Niemand realiseerde zich dat dingen konden veranderen, en toen men zich dat wel realiseerde was het te laat en was er geen stoppen meer aan.' Daarbij komt nog dat uit onderzoek bleek dat het draagvlak voor collectiviteit en gezamenlijke promotie bijzonder laag bleek te zijn.

Enerzijds verwijt Habets branche- en sectororganisaties dat ze niet meer hebben gedaan om het tij te keren, maar hij geeft zelf ook de oorzaak daarvan: 'Niemand leek het voor mogelijk te houden.' Daarbij komt natuurlijk

Habets: 'Het PT heeft in een uiterste poging om de politiek gunstig te stemmen, besloten dat het promotie voortaan uit de doelstelling van het Productschap zou halen. In principe was dat het doodvonnis voor PPH. Overigens miste het zoenoffer van het PT zijn doel en werd in 2012 alsnog besloten de productschappen ingrijpend te hervormen.' Ook in 2012 is trouwens nog gestudeerd op een mogelijke doorstart van PPH, onder andere via een onderzoek van Bureau Berenschot.

Habets: 'Toen ik op 3 mei 2012 na een bestuursvergadering naar huis reed, besepte ik pas echt dat het volledig was afgelopen en dat het bestuur had gekozen voor een beëindiging van

Jan Habets is pas de derde directeur van PPH in 60 jaar. Na de oprichting in 1952 werd Cor Verboom directeur. Hij werd opgevolgd door oud-exporteur Dolf Bannier, die net voor de Floriade van 1972 werd aangesteld. Habets is directeur sinds 1993. Daarvoor werkte hij bij het Productschap Tuinbouw als marktonderzoeker boomkwekerij.

de activiteiten per 31 december 2012. Op basis van de PT-enquête uit 2011 en het rapport-Berenschot had het bestuur geen andere keuze dan over te gaan tot liquidatie van PPH per 31 december 2012. Ondanks het feit dat er wel grote animo is voor de kroonjuwelen als Colour your Life, de beurzen en De Groene Stad. En dat maakt het allemaal wel een beetje wrang.'

#### Topsectoren

Inmiddels zijn de kaarten overigens al weer iets anders geschud en wel door een andere ontwikkeling. Minister Verhagen van Economische Zaken en Landbouw heeft begin 2012 negen sectoren aangewezen waar Nederland een voortrekkersrol in zou moeten spelen. De tuinbouw en dus de boomkwekerij is daar een van. In dit kader wordt er weer extra geld geïnvesteerd in onderzoek en feitelijk zelfs ook in promotie en voorlichting. Habets: 'In het programma van de topsector tuinbouw wordt met naam en toenaam de campagne De Groene Stad genoemd als aandachtspunt. Men lijkt daarmee terug te komen van het idee dat er geen geld naar promotie gaat.'

#### Groene Stad

We komen op een onderwerp waar Habets duidelijk liever over praat: het werk van PPH. Habets verzucht: 'Hoe heeft men zo dom kunnen zijn om alles wat PPH bereikt heeft overboord te gooien? Realiseert de branche zich dan niet dat ze goud in handen hebben? Colour your Life, De juiste boom op de juiste plaats en De Groene Stad zijn allemaal concepten die door PPH zijn ontwikkeld en een begrip zijn in alle omliggende landen.' Habets omschrijft hoe deze campagnes tot stand komen en is daarbij van mening dat het eigenlijk 'geen drol' heeft gekost.

Habets: 'Nederland is de grootste exporteur van boomkwekerijproducten van Europa. Tegelijk zijn wij in geen enkel land marktleider. Voor Duitsland produceren wij misschien maar negen of tien procent en de resterende negentig procent wordt gewoon door Duitse bedrijven gekweekt. Wij hebben ons altijd gericht op de consument. Als die door promotie meer planten koopt, is dat automatisch ook goed voor de Nederlandse exporteurs. Overigens wordt aan de Nederlandse campagnes meebetaald door Duitse, Franse en Engelse organisaties.' Habets: 'Onze gedachte is altijd geweest; als het regent in Duitsland, vangen wij altijd een paar druppels.'

De belangrijkste campagnes die PPH op dit moment voert, zijn Colour your Life en De Groene Stad.



De Groene Stad is de campagne van PPH die gericht is op de institutionele markt. De groene stad is in 2002 door PPH geïnitieerd met het doel groen gelijkwaardig te positioneren aan rood (bouw), blauw (water) en grijs (infra). Deze campagne loopt op dit moment in acht landen. Hiermee is een budget gemoeid van ongeveer vijf ton, waarbij circa anderhalve ton door het PT en dus door de kwekers wordt betaald. Het restant wordt door derden betaald, zoals het ministerie van Landbouw, de Vereniging Nederlandse Gemeenten, VHG en Stadswerk. Onderdeel is ook € 15.000 die door PPH wordt betaald voor Die Grüne Stadt.



Colour your Life is de consumentencampagne van PPH. Idee achter de campagne is het verhaal achter de plant, dat zorgt dat deze verkocht wordt in tuincentra. De basis voor de campagne is dezelfde aanpak als die van de 'plant van de maand'-actie die begin jaren negentig liep en er mede toe heeft bijgedragen dat de afzet van tuinplanten jaarrond is geworden. Op dit moment worden zo'n 6.000 journalisten eenmaal per maand geïnformeerd over de meerwaarde van tuinplanten. De campagne loopt in acht landen. Het budget dat hiermee gemoeid is, bedraagt circa zeven ton. In 2011 werd de helft hiervan betaald door een EU-bijdrage en nog eens anderhalve ton door landen als Duitsland, Engeland en Frankrijk.