

# Najaarstulp nog mondjesm

Najaarstulpen, aangevoerd in week 35-50, worden voor bijna 90 procent verkocht via het bloemistenkanaal, slechts 10 procent komt op het supermarktschap. Dat steekt schril af bij de voorjaarstulpen (week 1 tot en met week 20) die voor ruim 40 procent hun weg naar het supermarktkanaal vinden. Dat bleek op een bijeenkomst in Rijnsburg, georganiseerd door FloraHolland in samenwerking CNB Koel- en Preparatiebedrijf.

Tekst Gerrit Wildenbeest  
Foto's: Rene Faas

**C**NB salesmanager Jos Duin verwacht dat CNB's Koel- en Preparatiebedrijf dit jaar (2011) ongeveer het zelfde aanbod aan bollen voor ULO/ijsbewaring zal krijgen als voorgaande jaren, dat wil zeggen zo'n 200.000-220.000 broeibakken. Omgerekend gaat het om een 20 miljoen stelen die najaar 2012 op de markt komen. Daarmee heeft CNB een marktaandeel van tussen de 30-40 procent. Gezien de matige oogst had Duin eigenlijk een daling verwacht, maar door de tegenvallende bollenprijs wordt die tendens klaarblijkelijk omgebogen.

Van de najaarstulpen, de verzamelnaam voor tulpen gebroeid van zuidelijk halfroond-bollen en ULO/ijstulpen, dit najaar via CNB op de markt verschijnen (bollen oogst 2010) is 'Yokohama' nog steeds de grootste cultivar binnen de ijstulpen, 'Lustige Witwe' is een stijger, terwijl 'Cheirosa' (4 procent) een nieuwkomer in de top tien is. 'Inzell' hoorde hier in 2009 nog bij maar is dit jaar uit de top tien verdwenen. De top tien-cultivars maken ongeveer 60 procent uit van het totale aanbod, voor de top -tweintig is dat 80 procent met in totaal zo'n 70 cultivars. De nieuwe, ongesaalde bewaarmethode blijkt zeer succesvol. In seizoen 2007-2008 gebeurde dat bij 25 procent van de ijstulpen, op dit moment is al 98 procent van het aanbod



Jos Duin: 'Top tien is 60 procent van het aanbod'

niet meer ingeseald. De ongesaalde bewaring driehoog in cellen met ijsblokken erover heen, betekent dat er minder diep ingevroren hoeft te worden, wat de kwaliteit ten goede komt.

## PROBLEMEN

De salesmanager van CNB ging ook in op enkele problemen bij de lange bewaring, zoals achterblijvende spruiten. Dat kan veroorzaakt zijn door onbekend wortelrot (de laatste jaren minder) of door botrytis cinerea, dat de laatste jaren een toenemend probleem in de broeierij wordt. Enkele preventieve maatregelen zijn: niet te vroeg rooien, oppassen voor beschadiging en uitdroging, broeifust ontsmetten, adequate bolontsmetting, potgrond gebruiken met zandtoevoeging, voorkomen van uitdroging na opplanten, en het tegengaan van opgroei. Naar de oorzaken van onbekend wortelrot is het nog gissen. In elk geval is hygiëne tijdens de bewaring en het opplanten van de bollen zeer belangrijk, terwijl een hogere schimmeldruk in de lucht later in de tijd meer aantasting geeft.

De tweede inleider, productcoördinator Frank Wagenaar van FloraHolland Connect, maakte duidelijk dat 2010 een relatief goed jaar was voor de ijstulpenafzet. Ondanks een groei van het aantal stelen in week 36-50 steeg de prijs van 15,8 cent per steel (2009) naar 16,6 cent in 2010. Van het totale tulpenaanbod nemen de najaarstulpen (klok plus bemiddeling/Con-



Frank Wagenaar: 'Marktaandeel Duitsland in voorjaarstulpen twee keer hoger dan in najaarstulpen'

# aat in supermarktschap



Voor de voorjaarsstulpen zijn deze percentages respectievelijk 45 procent, 14 en 10 procent, terwijl 25 procent van de aangevoerde tulpen in Nederland blijft. "Het marktaandeel van de voorjaarsstulpen (week 1-20) ligt voor Duitsland twee keer zo hoog als voor de najaarsstulpen", aldus Wagenaar. In landen als Italië, de Verenigde Staten en Rusland is het marktaandeel van de najaarsstulpen verhoudingsgewijs een stuk groter. Het aantal verkochte tulpen op de Nederlandse markt vertoont voor beide categorieën een stijgende tendens.

## SUPERMARKTBLOEM

Bekeken naar afzetkanalen blijkt de tulp een echte supermarktbloem te zijn geworden. Geldt voor alle bloemen dat 78 procent verkocht wordt via het groothandels/bloemistenkanaal en 21 procent via de supermarkten, bij de tulpen is die verhouding overall 60-40. "De tulp is zeer geschikt voor de supermarktverkoop" concludeerde Wagenaar dan ook. Dat geldt dan wel voor de voorjaarsstulp, want voor de najaarsstulpen week 35-50 is de verhouding bloemist-supermarkt 87-11. Conclusie: de najaarsstulp heeft de weg naar het schap nog niet gevonden. Dat correspondeert met het aandeel van de bemiddeling (FloraHolland Connect) in de najaarsafzet van slechts 10 procent.

nect) 12 procent voor hun rekening. Opvallend is het geringe aandeel dat via Connect wordt afgezet: 10 procent, tegenover de voorjaarsstulpen 35 procent. Het aandeel tulpen dat in Nederland blijft is met 2 procent toegenomen. Drie retailers, te weten AH, Digros en Jumbo hebben najaarsstulpen in het schap opgenomen.

Van de najaarsstulpen wordt 22,5 procent afgezet naar Duitsland, 17,8 procent naar het Verenigd Koninkrijk en 12,4 procent naar Frankrijk.

In de discussie kwam de vraag naar voren waarom najaarsstulpen in bijvoorbeeld Nederland en Duitsland een marginaal artikel zijn, hoewel Duitsland altijd nog de grootste afzetmarkt is. Volgens een exporteur heeft het geen zin om najaarsstulpen te promoten op traditionele markten als Duitsland: die krijg je nooit op het supermarktschap. Meer kans is er door de

promotie te focussen op bijvoorbeeld Amerika of Rusland. Investeren in promotie is sowieso nodig om de vraag in de pas te laten houden bij de groeiende productie. Fred Wever hield de aanwezige tulpenaanvoerders de inmiddels succesvolle promotieacties van Lelie Promotie Nederland voor, waarmee veel aandacht voor de lelie op tv en in de pers is gecreëerd. Een voorbeeld voor de tulpen waar de oprichting van Tulpen Promotie Nederland nog wat stagneert door de recente woelingen rondom het Productschap Tuinbouw en de ontmanteling van het IBC.

Op de najaarsstulpenbijeenkomst sprak Fred Wever zijn zorgen uit over het geringe aantal MPS-gecertificeerde tulpenaanvoerders dat niet boven de veertig procent uitkomt. Aldi heeft nu als eis gesteld dat hun bloemenleveranciers MPS ABC of Global Gap gecertificeerd moeten zijn. "Dat is een voorwaarde wil je nog bloemen kunnen leveren aan Aldi". Volgens Wever staan ook andere retailers op het punt om certificering te eisen en wel MPS ABC. Global Gap is onvoldoende. "Ze gaan ook heel strikt letten op residuen, ontdekken ze een verboden middel dan bestaat het gevaar dan van elke kweker voortaan een residucertificaat wordt geëist." Vandaar dat MPS ook bezig is om residu-meting onderdeel van het MPS-systeem te maken. Volgens Wever is de tijd voorbij dat MPS een afzetinstrument was dat mogelijk een hogere prijs oplevert. "Zonder MPS-certificering gaan we markten missen".

