

Van Geel houdt het op oer-Nederlandse teelten

## ‘Onze policy is een goede kwaliteit plant tegen een scherpe prijs’

**Het bedrijf van de buurman komt altijd maar een keer te koop. Die kans moet je grijpen, was wat vader Van Geel dacht toen hij in 2006 het 2,3 ha grote rozenbedrijf aan de Beekweg in Erica kocht. Niet om er zijn eigen chrysantenbedrijf van 5 ha mee uit te breiden, want daarvoor waren de kassen niet geschikt. Wel om het bedrijf te ontwikkelen voor de volgende generatie.**

In het buitengebied van Erica waar de glastuinbouw zich heeft geconcentreerd, vallen de twee kassencomplexen van Van Geel aan de Beekweg op door de bedrijvigheid. Op het ene bedrijf wordt flink vaart gemaakt om een vak chrysanten deze dag nog op de veiling te krijgen. Op het andere bedrijf worden Deense karren vol gezet met verschillende soorten phalaenopsis voor rechtstreekse handel aan exporteurs.

### Spannend en uitdagend

Op het eerste bedrijf zijn tien man werkzaam, op het tweede twintig. Op het potplantenbedrijf zwaait Martijn van Geel, sinds 2008, de scepter. Op het chrysantenbedrijf heeft zwager Johan de leiding. De twee ondernemers zijn hun (schoon)vader opgevolgd en

#### ‘Beurs in de benen houden’

Martijn van Geel heeft een zwak voor regionale initiatieven: “Het is goed voor de feeling met het regionale bedrijfsleven, daarom ga ik zeker een kijkje nemen in Hardenberg. Het is belangrijk om deze beurs in de benen te houden, des te meer omdat het aantal bedrijven afneemt. We moeten zuinig zijn op wat er nog is.”



**Martijn van Geel: “Wij willen het maximale uit de teelt halen en het maximale uit de rassen. We proberen in dat evenwicht op het randje te zitten.”**

bezitten sinds vorig jaar ieder de helft van de aandelen. De rolverdeling is duidelijk. Marketing, PR, handel en relatiebeheer dat is voor Martijn. Energie, teelt en arbeid hebben Johan’s interesse.

In tegenstelling tot de chrysanten-teelt die tot achter de komma is uitgekauwd, staat de phalaenopsisteelt nog aan het begin van de teeltontwikkeling. Er wordt nog misgekleund, er komen telkens nog weer andere soorten bij, er wordt gestoeid met teeltcondities. Het maakt de teelt

spannend en uitdagend, vindt Martijn, en het ondernemerschap boeiend. Als het bij chrysanten gebleven was, zou het plezier minder zijn geweest, denkt hij.

### Moeilijke start

Zijn kennis en interesse in marketing en management kan de ondernemer op dit bedrijf ten volle benutten. Dat had zijn vader destijds goed voorzien. “Ik was wel betrokken bij de keuze voor een nieuwe teelt, maar ik zat nog op school en liet de beslissing toch meer aan mijn vader over.



**De chrysanten zijn bestemd voor de Russische markt, vandaar de zware kwaliteit en wit. Geen geel, hoewel die kleur mooi zou aansluiten bij de achternaam van de telers.**

We kochten het buurbedrijf in de wetenschap dat de kavel te smal en de kassen niet optimaal waren voor chrysanten”, zegt Martijn. Maar wat dan wel?

“Het moest iets zijn dat qua warmtebehoefte goed gecombineerd kon worden met chrysanten, waarvan de kostprijs beheersbaar was en last but not least, met goede marktperspectieven.” Aangemoedigd door de zeer grote vraag en het krappe aanbod besloot zijn vader het oude rozenbedrijf om te turnen tot een gespecialiseerd orchideeënbedrijf.

“De eerste jaren vielen zwaar. We begonnen met verkeerd plantmateriaal; daar hebben we anderhalf jaar mee gezeten. Toen we met het product de markt op konden, viel de kwaliteit van de takken en de bloemen tegen. Op dat moment was de vraag niet aan te slepen, de prijs torenhoog en wij profiteerden er niet van”, betreurt Van Geel. Vanaf 2006 is de prijsdaling ingezet en het aanbod verder gestegen.

### Niet exclusief meer

De uitbreiding van het areaal is gigantisch snel gegaan. Jaar na jaar groeide het aanbod phalaenopsis met 30 tot 50%. In 2010 bedroeg de productie meer dan 100 miljoen. Van het totale aanbod in Europa komt bijna 90% uit Nederland. Binnen de potplanten is dit gewas veruit het belangrijkste artikel; het zorgt voor 30% van de export. Het exclusieve karakter van weleer is verloren gegaan. Tegenwoordig kan

iedereen phalaenopsis betalen en is het product in supermarkten, bouwcentra en bloemenwinkels voor minder dan tien euro te koop.

“Nog steeds een heel redelijke prijs”, vindt Van Geel. “Want ook de kostprijs is flink gezakt in vergelijking met vroeger, omdat er de laatste jaren veel meer aandacht is voor teeltverbetering.”

### Focus op kostprijs

Op de roltafels in de kas staan de planten dicht op elkaar gestapeld. De plastic potten zijn voorzien van een hoge kraag die het blad verticaal houdt, waardoor het aantal planten per vierkante meter 10% hoger is. Een mix van driehonderd verschillende soorten, effen, gespikkelde, gevlamde in allerlei kleuren en combinaties. “Wij willen het maximale uit de teelt halen en het maximale uit de rassen. We proberen in dat evenwicht op het randje te zitten. Onze focus ligt zeker op kostprijs. Onze policy is een goede kwaliteit plant maken tegen een scherpe prijs. Dat geldt voor phalaenopsis en is ook onze insteek bij de chrysanten.”

Voor chrysant hebben de ondernemers dat aardig voor elkaar. Zo ver het oog in de kas reikt, een tapijt van witte chrysanten. De bloemen zijn bestemd voor de Russische markt, vandaar de zware kwaliteit en wit. Geen geel, een kleur die zo mooi aansluit bij de achternaam en die als het niet een bulkproduct zou zijn, ook voor chrysanten wellicht benut kon worden.

### Uit de kassen van Van Geel

Martijn van Geel zet de kleur geel wel in voor de vermarkting van de orchideeën. Een geel etiket in de pot, zodat voor iedereen direct zichtbaar is dat het product uit de kassen van Van Geel komt. “De opvallende etiketten dienen maar een doel: herkenbaarheid. Dat er mooiere kleuren zijn, dat snap ik ook, maar uit marketingoogpunt is dit een sterke kleur voor ons”, legt hij uit.

De ondernemer hoopt met het verbeteren van de presentatie en het invoeren van een huisstijl, op te schuiven naar de bovenkant van het middensegment. “Ik denk dat we meer uit de markt kunnen halen”, zegt hij, “omdat er nog volop gesleuteld wordt aan het optimaliseren van de teelt. Vooral in het rassensortiment liggen nog mogelijkheden.”

Van Geel ziet de toekomst hoopvol in. Met chrysant en phalaenopsis hebben ze twee sterke oer-Nederlandse producten in handen, die in een gematigd klimaat uitstekend gedijen. “Zolang de vraag uit Oost-Europa en met name Rusland nog groeit, zitten wij met onze spullen goed”, zegt hij optimistisch. “We moeten niet vergeten dat we een sterk afzetapparaat in handen hebben. De logistiek, de handel en de kennis die de Nederlandse tuinbouw bezit, zijn sterke troeven, die we niet uit handen moeten geven.”

### Samenvatting

Samen met zijn zwager runt Martijn van Geel twee teeltbedrijven. De twee ondernemers hebben ieder hun eigen passie en interesses en zijn op teeltgebied tegenpolen. De combinatie van chrysant en phalaenopsis, is een perfecte combinatie gebleken. Niet alleen omdat het goed past bij de eigen voorkeur, maar ook uit bedrijfseconomische motieven.