



Wat te doen met zoveel poen? 340.000 euro subsidie ministerie van Economische Zaken voor biologische rozenkwekerij de Bierkreek

Team De Bierkreek vlnr Hans, Marianne, Geertje, Eric

Biologische rozenkwekerij de Bierkreek in IJzendijke (Zeeuws-Vlaanderen) heeft van het ministerie van Economische Zaken €340.000 gekregen om een methode op de markt te zetten waarmee kwekers in de containerteelt hun product gezond kunnen kweken, zonder daarbij gebruik te maken van insecticiden zoals neonicotinoïden. Wat gaat de Bierkreek met deze financiële innovatieprikkels doen? Mede-eigenaren Geertje van der Krogt en Hans van Hage geven antwoord.

Auteur: Ruud Jacobs

Allereerst gefeliciteerd met deze innovatiesubsidie. Waarom heeft juist de Bierkreek dit geld ontvangen en bijvoorbeeld niet PPO?

Geertje van der Krogt: 'Waarschijnlijk omdat wij met het aanvragen van de subsidie een gevoelige snaar hebben geraakt, die ze zelf en de PPO nog niet hadden verzonnen. Ons bedrijf heeft inmiddels 14 jaar ervaring met het werken zonder insecticiden, dat is geen kleinigheid. Wij zijn er trots op dat we dit vertrouwen hebben gekregen.'

Jullie kweken al biologisch en dat betekent toch: rozen zonder insecticiden. Wat gaat er nu dan verder nog veranderen?

Geertje van der Krogt: 'De hele wereld van de potplantenkweek gaat veranderen. Doen ze het niet zelf, dan zal het vanuit Europa op een bepaald moment worden opgelegd. Nu al zijn twee insecticiden uit de groep met neonicotinoïden verboden. Bij de Bierkreek verandert er in zoverre iets, dat wat wij in de praktijk al toepasten nu ook wetenschappelijk onderbouwd wordt. Wij hebben alle vier een degelijke opleiding. Nu wordt onze ervaring en ons Fingerspitzengefühl ook wetenschappelijk onderbouwd.'

'Je moet in deze tijd geld verdienen door meer klanten te vinden, eerder dan meer verkoop per klant'

Hans van Hage: 'Verder wordt er een handboek geschreven om andere kwekers te tonen hoe ze kunnen werken zonder insecticiden. Zoiets mag geen ruimte laten voor discussies over issues waar geen antwoord op is. Wat er in dat handboek

komt, moet wetenschappelijk te staven zijn. Daarmee komen we op de tweede verandering: bedrijven binnen de hele keten, van kweker tot verkooppunt (bijvoorbeeld een tuincentrum) tot eindconsument, moeten gaan inzien dat het mogelijk is om insecticidenvrij te kweken en te tuinieren. Niet alleen biologische kwekers zoals wij hebben hier iets aan; het is veel breder. Daarom zoeken wij kwekers en tuincentra die met ons mee willen doen of denken. Bij dezen een oproep aan wie de schoen past. Ook aan tuincentra! Uiteindelijk zijn zij het die straks planten die geteeld zijn zonder insecticiden moeten gaan afzetten. Dat betekent wél dat er soms planten verkocht zullen worden waarbij een gaatje in het blad zit, een bladluis of een rups. Die zijn dan wél in alle gevallen voorzien van een eitje van een sluipwesp. De komende drie jaar gaan we eraan werken dat de hele keten, vanaf het deelnemende bedrijf tot aan het deelnemende

tuincentrum, dat begrijpt. Inclusief promotiemateriaal, en dat is uniek! De klant zal straks kiezen voor planten met een natuurlijke vijand, met een bladluis, omdat deze juist niet bespoten zijn. De planten zijn aantrekkelijk omdat ze meerwaarde hebben. Er hoeven geen sluipwespeitjes of doosjes met lieveheersbeestjes meer bijgekocht te worden. De plant is 'inclusief'.

Ligt er al een uitgewerkt plan voor het investeren van het bedrag?

Geertje van der Krogt: 'Jazeker, elke euro van de subsidie is gelabeld en niet vrij te besteden. Een deel wordt gebruikt voor onderzoek en het maken van de handleiding. Een deel wordt gebruikt voor proefinrichtingen op het pottenveld en een deel voor promotie van het project. Overigens wordt de helft van het budget door de Bierkreek zelf ingebracht in de vorm van arbeid.'

Betreft het hier alleen de rozenteelt of wordt het teeltproject breder getrokken?

Hans van Hage: 'Het project gaat over in pot gekweekte tuinplanten, dus... breder. We zouden het juist goed vinden als er een paar andere teelten mee zouden doen. We denken dan vooral aan bedrijven die ook afzetten aan tuincentra, aan ketens.'

Wordt er bij de ontwikkeling van de nieuwe teeltmethode samengewerkt met andere partijen? Zo ja, wie zijn dat en wat wordt hun inbreng?

Geertje van der Krogt: 'Het project is aangevraagd door de Bierkreek in samenwerking

met HAS Den Bosch en HAS Kenniscentrum. De studenten van de HAS doen het onderzoek (literatuur, interviews en veldwerk onder leiding van een ecooloog). ZTLO en Plantentuin Esveld uit Boskoop kijken over onze schouder mee, zodat we de realiteit niet uit het oog verliezen. Andere kwekers en ketenpartners zijn zoals gezegd welkom om mee te denken en te doen.'

Hoe groot is de kans dat kwekers in de containerteelt hun producten zonder gebruik van insecticiden op de markt brengen?

Geertje van der Krogt: 'Honderd procent op termijn. Is het niet vrijwillig, dan zullen de Europese regels beetje bij beetje zo streng worden dat men wel moet overschakelen. Dan kun je beter nu maar vooroplopen en meedenken, voordat het wordt opgelegd en je dan nog moet nadenken over hoe je te werk moet gaan. Het moet een vlieg wiel worden. Ook al zouden er nu bijvoorbeeld vijf beginnen, dan zijn we al blij.'

Hoe is de markt voor biologisch geteelde rozen? Waar zitten jullie grootste afnemers en in welke landen liggen er nog kansen om te groeien?

Hans van Hage: 'De Bierkreek verkoopt rozen over de hele wereld. Naar alle landen van Europa, zonder uitzondering, en verder van Canada en de VS tot Rusland, Japan en Nieuw-Zeeland. Rusland en Japan zijn groeiende markten, maar onze grootste afnemers zitten op dit moment in Duitsland. Ook een opkomende markt is Zwitserland. De Zwitsers zijn zeer milieuvriendelijk en kopen veel bio. Daarom hebben we afgelopen

winter hard gewerkt om een Bio Suisse-label te krijgen.'

'Elke euro van de subsidie is gelabeld en niet vrij te besteden. Een deel wordt gebruikt voor onderzoek en het maken van de handleiding'

Gooit de economische crisis – lees: minder geld bij de consument – roet in het eten van de biologische teelten en de rozenteelt in het bijzonder?

Hans van Hage: 'Je merkt dat goed. Dat geldt overigens niet specifiek voor biorozen, je ziet het in de hele tuinbranche. Maar er zijn ook mensen die heel gezond inzien dat de investering in dit product meer oplevert dan het kopen bij prijsvechters. Wij hebben op dat vlak echt geen last van die prijsvechters. Maar je ziet wel dat de consument z'n geld een paar keer omdraait voordat hij het uitgeeft. Je moet in deze tijd geld verdienen door meer klanten te vinden, eerder dan meer verkoop per klant. Dat geldt ook voor de verkoop aan bedrijven. Nieuwe markten aanboren en bestaande uitbreiden, anders boer je achteruit.'



De Bierkreek beschikt sinds kort ook over het Zwitserse biokeurmerk Bio Suisse. Dit keurmerk is blijkbaar niet voor iedereen weggelegd. Wat maakt het zo bijzonder en hoe gaan jullie in Zwitserland te werk? Wat zijn de verwachtingen?

Geertje van der Krogt: 'Zoals de Skal in Nederland en Bioland in Duitsland is Bio Suisse de eco-certificeerder in Zwitserland. Omdat Zwitserland buiten de EU ligt, geldt daar het Skal-label niet. Bio Suisse is echter veel strenger dan de Europese regelgeving. Zij bekijken niet alleen het productieproces zelf, maar ook de omgeving van de kweekvelden. Zo moet er onder andere 7% natuur zijn rond de velden, het gebruik van biobestrijdingsmiddelen is nog veel strenger en ook het transport aan en af kwekerij wordt beoordeeld op zijn milieuvriendelijkheid. Ook aan het substraat worden speciale, strengere eisen gesteld. Wij werken samen met een Zwitsers bedrijf dat bij ons inkoop en voor ons distribueert. Ook een biokweker. Wij verwachten op die manier onze afzet in Zwitserland minstens te kunnen vertienvoudigen in de komende vijf jaar. Zoals gezegd: meer klanten zoeken, de markt vergroten.'

'Waarschijnlijk omdat wij met het aanvragen van de subsidie een gevoelige snaar hebben geraakt, die ze zelf en de PPO nog niet hadden verzonnen'

Staan er bij de Bierkreek wellicht nog meer innovatieve initiatieven op stapel, zoals op het gebied van marketing en verkoop?

Hans van Hage: 'Wat betreft marketing zijn we de eerstkomende vier jaar zoet met ons project. Daarvoor is nog veel zendingswerk te verrichten en ik verwacht dat gaandeweg nieuwe inzichten onmiddellijk kunnen worden vertaald naar de praktijk. Als relatief kleine kwekerij werken we bijvoorbeeld nu al volledig met gps-gestuurde tractoren.'



Geertje van der Krogt



Hans van Hage

Rozenkwekerij de Bierkreek

Opgericht: 1999

Areaal: ongeveer 4 hectare

Sortiment: 2100 variëteiten rozen

Afzet: particulier en wholesale

Personeel: 4 vennoten, 1 vaste kracht fulltime, 2 parttime krachten en verschillende oproepkrachten