

Olij Rozen is gewend om bezoekers te ontvangen

‘Niet alleen eigen bedrijf promoten, ook jongeren richting tuinbouw trekken’



Peter Schrama: “De tuinbouwbedrijven in Nederland zijn technologisch hoogstaand. Toch heeft dat te weinig aantrekkingskracht op jongeren.”

De Olij Groep in De Kwakel is bijna een eeuw specialist op het gebied van vermeerdering, productie en marketing van snijrozen. Sinds 1980 is daar de veredeling van snijrozen bijgekomen. Elf jaar geleden is met de veredeling van potrozen gestart en zeven jaar geleden met productie ervan. In het weekend van Kom in de Kas gaan de deuren open voor belangstellenden.

In Nederland heeft de rozenspecialist op twee locaties in totaal 9 ha aan kassen. De teelt van snijrozen is de laatste jaren ingekrompen van 6 naar 4 ha. De vrijgekomen ruimte is ingenomen door rolcontainers. In totaal is nu 3,5 ha van het areaal met rolcontainers in gebruik voor de productie van potrozen, de opkweek van rozenplanten en andere seizoenspotplanten. Dan is er nog 1 ha van de oppervlakte bestemd voor selectie en veredelingsdoelinden.

Buitengewone snijrozen

In vijftien jaar tijd is het areaal snijrozen in Nederland afgenomen van 1.000 naar minder dan 300 ha. “De overgebleven Nederlandse telers produceren veelal een of twee rassen en dan vooral rood of wit. Wij hebben juist de keuze gemaakt om een divers en exclusief sortiment te telen”, zegt Peter Schrama, marketing- en salesmanager. Het sierteeltbedrijf teelt in Nederland momenteel twintig

Vervolg op
pagina 16 >

rassen. Vijf hiervan zijn reguliere soorten, die op redelijk grote schaal worden geteeld, en vijftien exclusieve snijrozen. Hoewel de veilingklok belangrijk is voor de afzet van het hele assortiment heeft het rozenbedrijf ook een webshop. Nu is deze vooral nog voor exporteurs, die het bestelde product krijgen bezorgd. Deze webwinkel is eveneens door bloemisten te gebruiken. Zij moeten hun bestelling wel zelf ophalen.

Potrozen

Behalve snijrozen produceert het bedrijf wekelijks 40.000 potrozen, voornamelijk in een 12 cm pot. Deze rozen worden verkocht onder de naam 'Maison Olij'. Kenmerk van dit product is een gemiddelde bloemgrootte met een hoog aantal bloemen per pot. Schrama: "Bovendien beschikken deze potrozen over een natuurlijke compacte groei, waardoor we ze op een milieuvriendelijke manier kunnen telen."

De bezoekers van Kom in de Kas komen 11 en 12 april via de verwerkingsruimte van de potrozen het bedrijf binnen. Verderop in de kas zijn de exclusieve snijrozen te bewonderen, zoals de Eye-roos. Deze grasroos wordt in

een mix van vier bossen met vijf exclusieve bloemen per bos verkocht. Dit nicheproduct met een behoorlijk prijskaartje gaat de hele wereld over, van Amerika tot Japan, en is bedoeld voor de exclusieve bloemist, die het verwerkt in dure boeketten. Deze roos is verwerkt in bloemstukken op de Dam met de Dodenherdenking en op de boot voor de Koningsvaart op het IJ van Koning Willem-Alexander en Máxima. Van iedere Eye-soort teelt het bedrijf ongeveer 750 m². "Voor dit product hanteren we een aparte visie. We verkopen deze exclusieve rozen voor een vaste prijs en anders niet", meldt de salesmanager.

Promotie bedrijf

Het sierteeltbedrijf doet enthousiast mee aan de open dagen. "Wij zijn al ingesteld op het ontvangen van bezoekers en groepen. Bij ons staat alles er altijd opgeruimd bij. Voor een puur productiebedrijf ligt dat anders en kost het meer tijd en inspanning om mee te doen aan Kom in de Kas", weet de manager.

"Wij zien het als promotie voor ons bedrijf in de regio. Van tevoren weet je nooit op welke manier en wat voor contacten je er aan

overhoudt. Er lopen niet alleen bloemeninkopers rond, maar ook boxmedewerkers of kantoormedewerkers van exporteurs, die nooit bij ons binnen zijn geweest. Daarnaast heb je contacten met andere deelnemers. Vorig jaar was er aan het eind van de dag voor de deelnemende bedrijven op het startpunt een barbecue georganiseerd."

Buitenlandse productie

Het rozenbedrijf heeft eigen productielocaties op het Afrikaanse continent. In Ethiopië teelt het bedrijf op 12 ha een range van achttien rassen. Daarnaast zijn diverse selecties op kleine schaal aangeplant om de marktwaarde te testen. Op deze locatie vindt tevens de vermeerdering en veredeling van de snijrozen plaats en is er een samenwerking met een weefselkweek laboratorium.

In Kenia heeft het sierteeltbedrijf eind 2012 een nieuwe testlocatie gebouwd. Voor het testen van de marktwaarde zijn hier de nieuwste rassen van Olij Breeding, Spek Rose Breeding en Gares aangeplant. Voor de vermeerdering van rozenplanten is daar een kas gebouwd. Sinds begin vorig jaar verwarmen zonnecollectoren, waarvan overdag de



De potrozen groeien van nature compact, waardoor ze op een milieuvriendelijke manier kunnen worden geteeld.



De Eye-mix, van vier bossen met vijf rozen per bos, gaat de hele wereld over en is bedoeld voor de exclusieve bloemist.

warmte wordt opgeslagen, 's nachts de vermeerderingskas. Zonnepanelen wekken de elektriciteit voor de belichting op.

In Ecuador bevindt zich een testlocatie van 2 ha, waar het bedrijf de specifieke rassen voor de teelt in Ecuador en Colombia test.

Snijrozen presentatie

De rozen uit Kenia en Ethiopië worden in De Kwakel uitgepakt en verwerkt. Schrama: "Meer teeltkennis, een betere rassenselectie en het telen op meer hoogte hebben de kwaliteit van de roos uit Afrika steeds verder verbeterd. Gemiddeld zijn de rozen uit Afrika wel korter en gaat het voornamelijk om kleurtjes. Deze rozen verkopen we voornamelijk in het retailsegment."

In een presentatie van het sortiment Nederlandse en Afrikaanse rozen kan de bezoeker de verschillen zien tussen beide producten. Een Nederlandse roos is gemiddeld langer en heeft gemiddeld een grotere bloemknopgrootte, die goed open komt. Deze snijroos wordt meer door de Europese bloemist gekocht.

Maatschappelijk verantwoord

"Op de open dagen willen we de bezoekers tevens laten zien, dat het niet allemaal vanzelf gaat. Alles moet kloppen om met het hoge kostenniveau in Nederland toch economisch rendabel rozen te telen. Daarbij is ons uitgangspunt om jaarrond een topproduct te leveren. Belichting is hierbij noodzakelijk", vertelt de manager.

Hij vervolgt: "Daarbij vertellen we dat de mensen in de piekuren elektriciteit gebruiken die wij aan het net hebben geleverd. Want met de WKK's wekken we 's morgens elektriciteit op, die we zelf benutten of verkopen. De warmte gaat in de opslagtank om 's nachts in de kas te gebruiken. Het warmteoverschot kunnen we aan de buurman leveren. Jaarlijks leveren we ongeveer 3 miljoen kWh aan elektriciteit terug aan het net. Dat is genoeg voor 1.000 huishoudens."

Aandacht is er eveneens voor de biologische bestrijding, waarbij het bedrijf natuurlijke vijanden (predatoren) tegen spint, witte vlieg en trips inzet.

Jongeren aantrekken

Met Kom in de Kas wil het rozenbedrijf tevens laten zien dat de glastuinbouw in Nederland uit technologisch hoogstaande bedrijven bestaat. Ondernemingen waarin veel automatisering wordt toegepast en door computers aangestuurd. "Daar denkt het publiek nogal eens anders over. Maar dat kunnen we dan mooi rechtzetten", aldus de manager.

Schrama: "Ik ben bovendien van mening dat de tuinbouw veel meer promotie moet maken. Op allerlei beurzen is het wel erg druk met bezoekers, maar zie je weinig jeugd." Het thema 'Tuinbouw, daar zit muziek in' is volgens hem dan ook bedoeld om jongeren aan te trekken. "Zie de jongeren maar eens in de tuinbouw te krijgen. Ieder jaar is het hartstikke druk met Kom in de Kas, maar die bezoekers zijn tuinbouw-minded. Het is veel lastiger om de mensen te bereiken die dat niet zijn."



Behalve snijrozen produceert het bedrijf wekelijks 40.000 potrozen.

Samenvatting

De bezoekers van Kom in de Kas kunnen bij een rozenbedrijf, gespecialiseerd in de veredeling, vermeerdering, productie en marketing van snij- en potrozen, de verwerkingsruimte van de potrozen bekijken. In de kas zijn de exclusieve snijrozen te bewonderen, zoals de Eye-roos. Verder kan de bezoeker in een presentatie van het sortiment de verschillen zien tussen Nederlandse en Afrikaanse rozen.