

‘Nieuwe samenwerkingsvormen vervangen de oude’

De tuinbouw is altijd in beweging. Het eens zo beschermende collectief valt uiteen en de ondernemers ontwikkelen zich meer individueel.

Dit veranderingsproces krijgt soms een negatieve bijklank. Alsof alle collectieve verworvenheden verloren gaan. Is dat eigenlijk wel terecht?

De toekomst zou wel eens nieuwe, veel hechtere verbanden kunnen opleveren. Alleen zijn ze anders vormgegeven.

Vraag aan een willekeurige ondernemer waarom de Nederlandse tuinbouw zich zo goed heeft kunnen ontwikkelen. Negen van de tien keer krijg je als antwoord dat het door intensieve samenwerking komt. Het vermogen om collectief vraagstukken aan te pakken en daar in alle openheid over te praten is nergens ter wereld zo goed ontwikkeld als hier.

Han Fleuren van Boomkwekerij Fleuren zegt het heel treffend: “Eigenlijk vind ik het zo vanzelfsprekend dat je hier uitgangsmateriaal kan kopen dat rasecht en virusvrij is. Dat was gewoon niet het geval in de tijd dat mijn opa fruit en bomen teelde. We hebben er samen voor gezorgd dat er betrouwbare keuringen kwamen en dat is een voorrecht ten opzichte van veel andere landen in de wereld.”

Aubergineteler Ted van Luijk van Firma van Luijk & Zn zegt hetzelfde: “Onderzoek en promotie, we deden het allemaal samen, tot het moment dat het Productschap Tuinbouw (PT) werd opgeheven. Samenwerken heeft ons zoveel opgeleverd.”

Samen veel sterker

De eerste vorm van samenwerking was ongetwijfeld in 1879, de oprichting van de eerste veiling in Broek op Langendijk.

Tuinders zochten elkaar op om het aanbod te bundelen. Zo maakten zij een vuist tegen handelaren die hen onderling tegen elkaar uitspeelden. Maar ook op teelttechnisch vlak ontstonden samenwerkingsverbanden, zoals de oprichting van de Nederlandse Pomologische Vereniging in 1898, die in 1946 werd omgedoopt tot de Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO).

Vlak na de Tweede Wereldoorlog vormden zich studieclubs rond veilingen. Dat gebeurde plaatselijk door de Rijksvoorlichtingsdienst, de veiling of de standsorganisatie. Kenmerkend was dat deze groepen vrijwel direct teeltproeven of rassenproeven gingen houden, waardoor de vakkennis van de leden omhoog schoot. De behoefte aan landelijk overleg kwam tot uitdrukking in de oprichting van een federatie in 1972, later omgedoopt tot Nederlandse Tuinbouw Studieclubs (NTS). Daaruit ontstond in 1997 de netwerkorganisatie LTO Groeiservice.

De eerste scheurtjes

De samenwerkingsverbanden begonnen in de jaren tachtig van de vorige eeuw al scheurtjes te vertonen. Dat had eigenlijk twee oorzaken. Ten eerste ontstonden er onderlinge ver-



Han Fleuren:
“Eigenlijk vind ik het zo vanzelfsprekend dat je hier uitgangsmateriaal kan kopen dat rasecht en virusvrij is.”

schillen in bedrijfsgrootte en intensiviteit. Bedrijven gingen zich specialiseren en de ondernemers waren niet zomaar bereid om alle kennis te delen. Ten tweede begon de overheid zich toen al terug te trekken met privatisering van voorlichting en later onderzoek. Op het moment dat ondernemers zelf moesten bijbetalen, kregen ze een meer kritische houding naar hun collega's.

Die verschillen kwamen naar boven drijven tijdens veilingvergaderingen, waar de grotere ondernemers een aangepast veilingtarief eisten. Tegelijkertijd ontstond dezelfde discussie ook op studieclubniveau, waar de grote ondernemers het gevoel kregen de kleinere op sleeptouw te nemen.

Argumenten als 'samen zijn we sterk' en 'we moeten een breed productenpakket houden' bleken niet houdbaar.

Onderste steen boven

Ted van Luijk is een man van collectieve samenwerking. De afgelopen vijftien jaar maakte hij alle discussies van dichtbij mee en heeft de tuinbouw zien veranderen. Sinds hij in 2000 overschakelde van tomaten naar aubergines werd hij lid van de landelijke auberginecommissie en was hij ook jarenlang voorzitter. Samen aanpakken van vraag-

stukken rond onderzoek, teelttechniek en afzet is voor hem vanzelfsprekend.

Met Naktuinbouw kreeg hij direct te maken toen hij plantmateriaal kreeg geleverd waarvan een groot deel geen kop had. De oorzaak lag bij de kwaliteit van het zaad. Uiteindelijk heeft hij daarin gelijk gekregen, maar het voorval heeft hem dat jaar veel geld gekost. “Op zulke momenten vraag je je af waar het mis is gegaan in de keten.” Deze houding kenschetst hem. Als hij het niet eens is met een situatie, dan rust hij niet voordat hij weet waar het fout ging. De situatie bij Van Luijk kon ontstaan doordat keurmeesters bij nacontrole steekproeven nemen en niet iedere partij groenteplanten bij de plantenkweker zien. Bij een geschil over de kwaliteit kan Naktuinbouw desgewenst een onafhankelijk onderzoek doen.

Gezamenlijke promotie

Nu het studieclubwerk achter hem ligt, gaat hij niet op zijn lauweren rusten. Zo is hij tegenwoordig gangmaker achter de campagne 'Ik ben ook lekker op de BBQ'. Alle auberginetelers betalen € 800,- per hectare voor promotie. Dit is een activiteit die al enige tijd loopt, maar nog eens extra belang-

A man with short brown hair, smiling, is wearing a light blue polo shirt and a purple apron. The apron has a logo that says "IK BEN OOK LEKKER OP DE BO" and "IK BEN LEKKER" below it. He is holding two dark purple eggplants. The background is a dense field of green plants in a greenhouse setting.

*Ted van Luijk:
“Juist uit je comfort-
zone stappen kan
goede contacten
opleveren en je kunt
er veel van leren”*

rijk is geworden door het wegvallen van het Productschap Tuinbouw. “Dat het PT moest verdwijnen gaat me aan het hart”, vertelt hij. “Het is me een raadsel waarom het moest sneuvelen, voordat voldoende is onderzocht wat we hierdoor zouden verliezen.” Als Van Luijk met zijn team op stap gaat om bij supermarkten of bij evenementen consumentenvoorlichting te geven, valt het hem soms tegen dat zijn vakgenoten verstek laten gaan. Dat vindt hij jammer, want consumenten stellen het directe contact met telers op prijs. “Juist uit je comfortzone stappen kan goede contacten opleveren en je kunt er veel van leren”, vindt hij.

Vertrouwen verkopen

Veel mensen weten niet dat Han Fleuren ‘slechts’ een boomkwekerij heeft. Fleuren is gewoon bekend van appels en peren. Sinds de laatste jaren kent iedereen hem van MiniTree, een project van zijn vrouw Corine en zijn zus Mieke. Hij lacht er om. Zelfs bij koningin Maxima dwong hij een glimlach af toen hij niet zichzelf, maar zijn dames naar voren schoof.

Fleuren zat jarenlang in de sectorcommissie Bomen van het PT en was bestuurslid sectorbestuur Boomkwekerijgewassen van Naktuinbouw. Op dit moment is hij actief in de adviescommissie Fruitgewassen van Naktuinbouw. “Eigenlijk vind ik het niet meer dan normaal dat we binnen het collectief vertrouwen hebben geborgd. Zo’n vergadering waarvoor ik naar het westen rijd zit zo in mijn systeem dat ik er niet bij stil sta”, legt hij uit. “Doordat we het hier goed hebben geregeld, winnen we als tuinbouw eigenlijk vertrouwen. Daarin zijn we een voorbeeld voor andere Europese landen.”

Kijk naar andere sectoren

Wellicht is Fleuren een omdenker binnen de fruitsector. Altijd bezig zijn met je vak betekent nog niet dat de grenzen van de wereld eindigen bij de randen van de boomgaard. “Als ik mijn vakblad zit te lezen, dan zie ik een leuke column en wat artikelen waar ik eigenlijk al veel van weet of al een mening over heb. Daar leer ik niet zoveel van. Liever lees ik in de wachtkamer bij de dokter een blad over een andere sector.”

Die houding zegt dus al iets over de gedachtesprong die hij, maar ook andere ondernemers maken. Was je in het verleden gebaat met vooral veel informatie over je teelt, nu is het nodig om je plaats te vinden binnen een groter systeem. Een trend die bijvoorbeeld bij een relatief kleine groep consumenten in Amsterdam begint, kan wel eens belangrijk worden.

Er liggen juist kansen om daar alvast over na te denken, door nieuwe producten te bedenken of door je bedrijfsvoering aan te passen.

“Overigens doe ik dat op bedrijfs-

niveau niet allemaal zelf”, merkt Fleuren op. “Liever neem ik mensen aan die beter zijn dan ik en mij nog iets kunnen leren.”

Nieuwe verbindingen

Is dat individualisme? Dat is een grote vraag. Bedrijven en hun ondernemers gaan zich meer van elkaar onderscheiden in het productieproces of de producten die zij maken, maar vergroten wel hun kracht door in de keten samen te werken. Ze zullen daardoor ook minder van elkaar leren binnen een productgroep en op zoek gaan naar raakvlakken op een heel ander terrein. Op die raakvlakken ontstaan hele nieuwe vormen van samenwerking, die zo lang duren als de periode waarin dit voor beide partijen interessant is. De komst van internet heeft ervoor gezorgd dat deze mensen elkaar vinden en met elkaar kunnen communiceren. Deze nieuwe verbindingen, die ook een vorm van collectiviteit zijn, zouden zelfs sterker kunnen zijn dan de oude.

Ted van Luijk met zijn zoon Dennis.

