

‘Door contact te houden, zie

Siem Munster is van alle markten thuis. Hij verbouwt onder meer poot aardappelen, graan en suikerbieten. Daarnaast runt hij op en rond het bedrijf diverse toeristische activiteiten. Zijn hart gaat echter het meest uit naar de teelt en broei van tulpen. ‘Ik wil een tulp neerzetten waar de consument enthousiast van wordt.’

Tekst René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Echt stil is het nooit bij Siem Munster uit het Noord-Hollandse Slootdorp. Niet alleen omdat hij met zijn vrouw Sandra en vier dochters naast het bedrijf woont, maar omdat het simpelweg gonst van de activiteiten. Bollen telen, tulpen broeien, akkerbouw en toerisme, bij Kwekerij Siem Munster gebeurt het allemaal.

De meeste dagen gaat de aandacht van de Noord-Hollander volledig uit naar de teelt en broei van tulpen. De kas voor de broei is gebouwd in 1996 en later nog eens uitgebreid. Munster broeit nu zo'n 7 miljoen tulpen per jaar. Hij beschikt tevens over een areaal van 30 hectare tulpen voor de bollenteelt.

Het sortiment loopt uiteen van enkelbloemige en dubbelbloemige tulpen tot parkiettulpen. De West-Fries voert gevestigde cultivars als ‘Escape’ en ‘Purple Prince’, maar beschikt ook

over nieuwe soorten als ‘High Roler’ en ‘Rapid Ice’. In het exclusievere segment biedt de Slootdorper onder meer ‘Super Parrot’ en ‘Top Parrot’ aan. In totaal teelt hij ruim twintig soorten, waarvan hij de meesten ook zelf broeit.

Munster richt zich op de zwaardere tulp. De broeier heeft zichzelf in 2007 een doel gesteld, waarvan hij niet wil afwijken. “Ik wil een tulp neerzetten waarvan consumenten enthousiast worden. Ik wil net even wat meer bieden dan je in de supermarkt kunt kopen.” Munster broeit met twaalven en levert daardoor forse bossen. Hij laat zijn tulpen met de hand oogsten. Zijn medewerkers kunnen zo de gewenste rijpheid en afmetingen selecteren. Bossen gebeurt weer machinaal.

De bollen zijn bestemd voor de export en de bloemen zet Munster af via de exportveilingen in Naaldwijk, Aalsmeer en Rijnsburg. De ondernemer hecht waarde aan handelsinformatie en probeert goed op de hoogte te blijven van prijs- en marktontwikkelingen. Een gemid-

delde dag van Munster begint in het tulpenseizoen dan ook iets voor zessen. Dan logt hij in op Clockview van FloraHolland om de prijsontwikkeling in de gaten te houden tijdens de vroege veilinguren. Ondertussen probeert hij eens per week op een van de veilinglocaties te kijken om voeling met de markt te houden. Hij onderhoudt contacten met bollenvertegenwoordigers en bezoekt marktbroeishows. Via Twitter houdt hij zijn afnemers weer op de hoogte. Ook bedankt hij hen na afloop van het broeiseizoen. “Door goed contact te houden, zie je dezelfde kopers terugkomen.”

TOPTULPEN

Dit jaar zet Munster zijn tulpen ook af via de bloemistenklok van FloraHolland en is de klok van Plantion in Ede erbij gekomen. “Ik ben gevraagd om daar te veilen. Er is behoefte aan het product en ik ben tevreden over deze handelsplekken. Qua aantallen stelt het nog niet veel voor, maar ik heb sinds dit jaar volop contact met bloemisten.”

Dat contact is belangrijk om bloemisten het verhaal achter de tulp te vertellen, vindt Munster. Hij concludeerde na een rondgang langs bloemisten dat zij in Noord-Holland nauwelijks een hoogwaardige tulp verkochten. “Je kunt in München mooiere tulpen kopen dan in Amsterdam.” Door het verhaal achter de tulp te vertellen is er volgens Munster wel degelijk ruimte in de markt voor toptulpen. “Ze kunnen het dan ook goed verkopen en dat hoeft niet



je kopers terugkeren'



Siem Munster met een van de laatste bossen tulpen die hij dit seizoen heeft gebroeid, de molen is voor toeristen

per se voor 1,99 euro per bosje.”

Dat het imago van supermarktbloem aan de tulp hangt, is de schuld van de sector zelf, meent Munster. “Iedereen weet wat de kostprijs van een bos tulpen is en we laten ons uitspelen. We hebben het als sector laten gebeuren. Levi's, Mercedes en Coca Cola hebben het niet zo ver laten komen. Weet jij wat de kostprijs van een fles cola of een auto is? Wij zijn ook niet gewend marge te berekenen. Een mooie bos dubbelbloemige tulpen met een kostprijs van 2 euro, kunnen we best voor 5 euro verkopen. Dat zou direct meer budget genereren voor marketingactiviteiten.”

CAMPERS

Buiten de tulpen is Munster op 40 hectare actief in diverse soorten van akkerbouw. Zo heeft hij onder meer pootaardappelen. Verder verbouwt hij graan, (winter)tarwe, graszaden en suikerbieten. “Het is een mooi verlengstuk van mijn bedrijf”, zegt Munster. “Maar veel werkzaamheden heb ik uitbesteed. Spuiten doe ik zelf, maar voor het combineren of bieten rooien huur ik een loonbedrijf in.”

De grote variatie aan teelten komt hem van pas bij de tulpenbollenteelt. “Dat is de hoofdreden

dat ik het doe. Ik teel eens in de zes jaar tulpen op hetzelfde stuk. De andere jaren overbrug ik met een zo goed mogelijk renderende teelt. Zo heb ik het risico gespreid.”

Het bedrijf van Munster is ook actief op het gebied van toerisme. Deze activiteiten zijn een initiatief van zijn vrouw die een studie op dit vlak heeft gedaan. Naast het woonhuis bevindt zich een camperstandplaats voor een dozijn campers. Daarnaast verhuurt zijn vrouw drie vakantiehuisjes op Ameland. Verder organiseert zij ‘tulpenexcursies’ naar het bedrijf. Tijdens het seizoen bezoeken dagelijks groepen, voornamelijk buitenlandse, toeristen het bedrijf. Zij krijgen een rondleiding, een presentatie en kunnen naar hartenlust fotograferen in een tulpenveld van Munster. Naar schatting heeft hij jaarlijks 5.000 bezoekers op zijn bedrijf. “Toeristen vermaken is een vak apart”, zegt Munster. “Dat kan ik niet, maar mijn vrouw wel. Iedereen denkt dat we tulpen verkopen aan de toeristen, maar dat doen we niet. Toeristen hebben geen behoefte aan bloemen, want die krijgen ze niet mee in het vliegtuig. De mensen worden blij van bloemen, dat wel. Ze stappen vaak vermoeid uit de bus, maar gaan altijd blij weer weg.”

‘Opa was een pionier’

Siem Munster is de derde generatie op het bedrijf in Slootdorp. Jaap Munster, de opa van Siem, was in de jaren dertig een van de pioniers in de net ontgonnen Wieringermeerpolder. Hij legde de basis van het bedrijf. Aanvankelijk begon Jaap met 8 hectare cultuurgrond en een boerderij. Vanaf het begin vormden bloembollen een van de teelten. In de Tweede Wereldoorlog werd de polder onder water gezet en het bedrijf werd weggevaagd. Jaap moest na de oorlog opnieuw beginnen. Hij kreeg acht zonen en zes dochters. Van de jongens werden er zeven bollenteler en een teler/teeltadviseur. De jongste van het spul, Gerard, bleef op het bedrijf in Slootdorp en nam het in 1971 over. Ook Gerard teelde groenten en bollen. Later voegde hij aardappelpootgoed toe. Gerard huurde diverse percelen erbij. Siem kwam in 1996 bij zijn vader en moeder, die een maatschap vormden, in het bedrijf. In 2003 nam hij de onderneming helemaal over.