

‘Bij marktgerichte productie

Het tulpenseizoen 2014/2015 is voor de meeste broeiers goed verlopen. De prijzen op de veilingklokken klommen na een aarzelend begin omhoog tot een prima niveau. Productcoördinatoren Peter Edelaar en Jaap Houwer van FloraHolland maken de balans op en signaleren waar ruimte in de markt is voor groei.



De sector moet op zoek naar opvolging voor de huidige cultivars

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Productcoördinatoren Peter Edelaar en Jaap Houwer van FloraHolland hebben een gulden regel als ze uitspraken doen over de ontwikkelingen op de tulpenmarkt. Nimmer doen ze uitspraken op basis van onderbuikgevoelens. Ze onderbouwen hun mening, visie of prognose altijd met harde cijfers. Zo evalueren beide specialisten nu ook het afgelopen seizoen en op basis van die gegevens kan een aantal conclusies worden getrokken. Zo is de omslag van klokverkoop naar directe verkoop bij de tulp nog nadrukkelijker zichtbaar dan in de totaalcijfers van FloraHolland (zie pagina 21). Het percentage dat via bemiddeling is verhandeld bedraagt 65 procent tegen ongeveer 35 procent klokverkoop. Voor het totaal aan producten dat bij FloraHolland wordt verhandeld, is die verhouding 51 tegen 49 procent. De afgelopen jaren is de rol van bemiddeling steeds belangrijker geworden. De verschuiving afgelopen seizoen komt onder meer door schaalvergroting bij de contractaanvoerders, klokaanvoerders die bij feestdagen direct verkopen en een toenemende daghandel in vergelijking met vorig seizoen. Zij zijn verantwoordelijk voor driekwart van de klokverkoop. De supermarkten kopen het andere kwart, aanvullend op hun directe inkoop. Het volume tulpen dat via bemiddeling is verhandeld, nam toe. De afzet van tulpen via bemiddeling kwam dit jaar voor het eerst boven de miljard stelen uit. De aangevoerde aantallen van dit verkoopkanaal variëren van 40 miljoen tot 80 miljoen per week. Opvallend is dat de groei voornamelijk plaats-

vindt bij enkele tulpen. Dat is onder meer te verklaren door het toenemende belang van supermarkten voor de afzet van tulpen. Zij kopen voornamelijk enkele tulpen. De belangstelling naar dubbele tulpen neemt af, net als het areaal. Dat neemt niet weg dat er voor dubbele tulpen vraag is bij bloemisten, maar dit is een kleinere markt in een kwalitatief hoog segment.

.....

'De klok wordt meer en meer het domein van de groothandel en de bloemisten'

.....

Het volume dat voor de klok wordt gebracht neemt juist af met zo'n 10 procent. Per week varieert de klokaanvoer tussen 40 miljoen en 60 miljoen stuks.

VROEGE START

Seizoen 2014/2015 was een vroeg jaar, in tegenstelling tot de twee voorgaande die juist 'laat' waren. Het seizoen was overigens niet zo extreem vroeg als het seizoen 2011/2012. In de eerste weken van het afgelopen seizoen, week 36 tot en met week 49 (2014), waren met name de groothandel en de bloemisten in de markt voor tulpen. De verkoop via bemiddeling was in deze periode verhoudingsgewijs beduidend lager. Vanaf week 50 (in 2014) kwamen de supermarkten op de markt. De prijsvorming op de veilingklok stond in de

eerste vier weken onder druk, maar klom vervolgens naar het niveau van voorgaande jaren. Van week 46 tot en met week 52 (2014) stond de klokprijs onder druk in verband met de hoge aangevoerde volumes. Door het vroege seizoen waren vanaf week 1 (2015) voldoende volumes, een breed assortiment en een gevarieerd kleurenpallet beschikbaar.

In de eerste drie weken van het jaar stond de prijs onder druk doordat de supermarkten nog niet volop meedraiden. Ook de groothandel kwam traag op gang. Vanaf het moment dat de supermarkten met acties startten, gingen de prijzen echter omhoog en nam de vraag toe. Daarbij kocht de retail gedurende het seizoen continue bij op de klok. Klokbroeiers speelden hier voornamelijk de tweede helft van het seizoen op in door hun productie te vervroegen en te vergroten.

Het afgelopen seizoen kende daarbij een mooie spreiding van Valentijnsdag, Internationale Vrouwendag en Engelse Moederdag, die twee weken voor Pasen plaatsvindt. Hierdoor ontstond een wekenlange constante vraag naar bloemen.

Overigens profiteerden niet alle aanvoerders op de klok van de hogere prijzen in bepaalde periodes. Het zwaardere segment werd dit jaar relatief minder gewaardeerd. Het prijsverschil met het middensegment was kleiner dan de afgelopen jaren. Dit bleek bijvoorbeeld bij de verkoop in verband met Internationale Vrouwendag. De afgelopen jaren nam de Russische markt hiervoor relatief veel zware tulpen af. Door de lage waardering van de roebel, kochten de groothandelaren juist in aan de onderkant van de markt. Edelaar vermoedt dat de broeiers van het zware segment in 2013 een beter jaar hebben gehad.

kan markt meer tulpen aan'

Edelaar en Houwer hebben onderzocht hoeveel tulpen de markt via de klok kan absorberen voordat de prijs daalt. Zij noemen dit het plafond. In de periode van week 1 tot en met 5 ligt het aanvoerplafond rond de 80 miljoen tulpen per week.

De tussentijdse periode, week 6 tot en met 12, verdient meer aandacht. Het plafond in deze weken is nog niet bekend. "Het is mogelijk dat de markt in deze periode nog tien tot twintig procent meer volume aan kan", denkt Edelaar. Het kantelpunt is in deze periode nog niet bereikt.

'Als 'Strong Gold' gaat degenereren hebben we een probleem'

De periode van week 13 tot en met week 20 kent eveneens een plafond van 80 miljoen stuks per week, maar de afzet in deze periode is sterk beïnvloed door het weer en de spreiding van de feestdagen. Het weer speelt overigens een grotere rol bij de klokverkoop dan bij de bemiddeling richting de supermarkten. Vanaf week 14 is het plafond bij 15 graden Celcius en hoger 80 mil-

joen stuks via klokverkoop. Het plafond stijgt als de temperatuur onder deze grens komt. Flora-Holland heeft in het gehele seizoen geen extreme weersinvloeden in Europa waargenomen.

Bij een vroeg seizoen als 2014/2015 komen vanaf week 13 buitentulpen voor de klok in aantallen die een rol spelen bij de prijsvorming.

SORTIMENT

De meest geleverde cultivars op de klok en in bemiddeling zijn 'Strong Gold', 'Leen van der Mark' en 'Purple Prince'. Qua kleuren nemen Edelaar en Houwer verschillen waar tussen klok en bemiddeling. Geel, paars, rood, rood/geel en rood/wit zijn de grootste kleuren in de bemiddeling. Roze, wit en oranje zijn de grootste kleuren op de klok. Opvallend is dat de balans tussen de verschillende kleuren bij de klok anders is dan in bemiddeling. Daaruit leiden de productcoördinatoren af dat kleuren waarvan er te veel zijn voor bemiddeling, worden doorgeschoven naar de klok, met negatieve effecten voor de prijs. Het kleurenplafond voor de klok is daardoor uit balans geraakt.

Geel en rood/geel zijn afhankelijk van vooral één soort ('Strong Gold'/'Leen van der Mark'). Dit baart Edelaar en Houwer zorgen. "Daar moeten meer soorten bijkomen. Vooral het aanbod van geschikt assortiment voor de supermarkt is beperkt. Dat is verklaarbaar, want tien

jaar geleden hadden we niet gedacht dat de supermarkten zo zouden groeien. We moeten sneller aan opvolging werken, met name in het supermarktassortiment."

VOORUITBLIK

Houwer en Edelaar verwachten dat het komende seizoen een andere dynamiek heeft dan het afgelopen seizoen. "We verwachten geen vroeg seizoen, maar een normaal of laat seizoen", zegt Houwer. "Dit is afhankelijk van de weersomstandigheden van de komende periode. Het neigt naar laat omdat het nu nog vrij koud is. Dat betekent dat de volumes in december en januari lager zijn en dat de balans tussen vraag en aanbod beter is. Dit zou kunnen betekenen dat de prijs ook beter is."

Het komende broeiseizoen biedt ook op basis van de kalender andere vooruitzichten. Zo vallen Engelse Moederdag en Internationale Vrouwendag kort achter elkaar, waarbij Engelse Moederdag zelfs voor Vrouwendag valt, gevolgd door een gat van anderhalve week richting Pasen. Edelaar verwacht dat de groothandelaren en de supermarktleveranciers geen buffer kunnen opbouwen waardoor druk op de markt ontstaat in de periode van begin februari tot eind maart. "Maar om een echt goede prognose te maken, hebben we de broeischema's van de aanvoerders nodig."

De tulp werd in de weken 36 tot en met 52 voornamelijk via de veilingklok verhandeld. Van week 1 tot en met week 20 werd meer direct verkocht.

Middenprijs klok (A1) week 2014-36 tot en met 52								
Jaar	2014	2014	2013	2013	2012	2012	2011	2011
Productgroep	Stuks	Gem. prijs	Stuks	Gem. prijs	Stuks	Gem. prijs	Stuks	Gem. prijs
Tulipa enkel	90.190.806	€ 0,148	57.958.190	€ 0,220	68.235.710	€ 0,202	113.648.440	€ 0,134
Tulipa dubbel	8.633.580	€ 0,209	6.112.270	€ 0,246	5.847.350	€ 0,235	7.096.210	€ 0,193
Tulipa (Parkiet Grp)	5.118.080	€ 0,200	5.112.750	€ 0,233	5.927.740	€ 0,214	7.681.620	€ 0,188
Tulipa (Gefranjerde Grp)	838.290	€ 0,221	571.500	€ 0,267	522.100	€ 0,242	1.475.160	€ 0,182
Tulipa met bol	344.480	€ 0,293	541.820	€ 0,243	689.680	€ 0,114	931.185	€ 0,082
Tulipa (Leliebl. Grp)	414.650	0,159	180.700	€ 0,185	595.300	0,179	1.049.790	€ 0,138
Totaal	105.539.886	€ 0,157	70.477.680	€ 0,224	81.817.880	€ 0,205	131.882.405	€ 0,141

Middenprijs klok (A1) week 2015-01 tot en met 20						
Jaar	2015	2015	2014	2014	2013	2013
Productgroep	Stuks	Gem. prijs	Stuks	Gem. prijs	Stuks	Gem. prijs
Tulipa enkel	512.375.550	€ 0,163	551.806.858	€ 0,137	559.788.896	€ 0,161
Tulipa dubbel	120.935.570	€ 0,196	140.823.802	€ 0,150	128.622.462	€ 0,185
Tulipa (Parkiet Grp)	35.056.830	€ 0,213	44.720.910	€ 0,160	41.854.260	€ 0,194
Tulipa (Gefranjerde grp)	11.109.210	€ 0,219	13.070.171	€ 0,162	11.196.830	€ 0,203
Tulipa (Leliebloemig Grp)	7.416.300	€ 0,155	7.556.000	€ 0,116	10.200.450	€ 0,151
Tulipa geplukt met blad	-	-	-	-	339.360	€ 0,063
Tulipa met bol	81.605	€ 0,153	29.970	€ 0,081	2.700	€ 0,073
Tulipa per bos	-	-	300	€ 0,040	-	-
Totaal	686.975.065	€ 0,172	758.008.011	€ 0,141	752.004.958	€ 0,167