

Teler Ad Verhoeven uit Prinsensbeek:

## ‘Bij snackkomkommers uitsluitend produceren wat je kunt verkopen’



Ad Verhoeven (rechts) tegen Marcel van Koppen: “Ik let scherp op de geproduceerde volumes en op de kwaliteit.”

**Je ziet ze steeds vaker in de supermarkt: de leuke en kleurige beker-tjes met snackkommertjes. Vaak is Ad Verhoeven de leverancier. De ondernemer uit Prinsensbeek heeft met zijn product in Nederland een marktaandeel van ongeveer zeventig procent. Een succesverhaal? Ja, zeker, maar vooral een kwestie van hard werken en van zorgvuldig afstemmen van de productie op de vraag.**

Zo'n tien jaar geleden deed Ad Verhoeven op tweeduizend meter een proef met het snackkommertje Quarto RZ van Rijk Zwaan. “Het was nog vooral

een experiment”, vertelt hij. “De markt voor gezonde producten begon zich een beetje af te tekenen, ik had interesse en de snackkomkommer was een volledig nieuw product.”

### Snel telen

Het kostte de Brabantse ondernemer tijd en energie om de teelt van het nieuwe komkommertje onder de knie te krijgen. Die is niet gemakkelijk en lijkt in niets op de teelt van een gewone komkommer. Zo stelt het gewas totaal andere eisen als het gaat om de watergift en het klimaat. En hoewel de kilogrammenopbrengst per meter lager is dan bij de rechte, grote komkommer,

produceert het gewas veel meer vruchten en vraagt het daardoor veel meer arbeid.

Sinds de zomer van 2015 gebruikt de ondernemer zijn hele bedrijf van bijna 4 ha voor de specialty. Hij heeft 15 of 16 nieuwe plantingen per jaar. Soms gaat een planting één teelt mee, soms wordt er drie maal van geteeld. “Ik wil snel kunnen telen”, verklaart hij het grote aantal plantingen, “zodat ik de vraag van klanten kan invullen. Daarom moet er altijd voldoende gewas staan dat veel produceert.”

### Productie in Spanje

Een enkele keer is het Verhoeven overkomen dat er een overschot aan productie was, dan restte hem niets anders dan de komkommertjes af te voeren. Tegenwoordig lukt het steeds beter om alle klanten volledig te bedienen, zonder een overproductie.

Om de markt jaarrond te kunnen bedienen, brengt hij in de wintermaanden ook productie onder bij een Spaanse collega, die in Midden-Spanje onder glas en met exact hetzelfde teeltrecept werkt. “Zo is er altijd genoeg volume en is de kwaliteit goed en gegarandeerd. Precies wat ik mijn klanten beloof en wat zij eisen, want een snackkomkommer is een product met een gezondheidsclaim. Het moet ten slotte concurreren met allerlei ongezonde tussendoortjes.”

### Residuvrij geteeld

De hoge kwaliteit komt onder meer tot uiting in een residuvrije teelt. Het afgelopen jaar gebruikte de komkommerteler geen gram chemie. Om dat te bereiken, zet hij preventief veel bestrijders in. Vooral de teeltwisselingen vragen

een alerte houding. Een beginnende plaag, al of niet opgemerkt, kan in deze situaties gemakkelijk overlopen van een oud op een jong gewas.

Op het moment bekijkt Verhoeven samen met zijn plantenkwekerij of de jonge planten biologisch kunnen worden opgekweekt; op jonge planten zonder residu slaat de biologie immers altijd beter aan.

## Heidens karwei

Zijn aanpak heeft succes. Via The Greenery belevt de ondernemer een groot aantal Nederlandse supermarktketens. Alle bekende grootgrutters komen wel voorbij in het gesprek. Ook is er export naar Duitsland, België en Engeland. Het product ligt afwisselend onder eigen label of onder een huislabel in de schappen. De teler schat dat hij in Nederland zeventig procent van de vraag naar snackkomkommers invult.

Het afstemmen van de productie op die vraag is een heidens karwei. Enerzijds moet de onderneming dag in dag uit de orders van ongeveer 25 klanten uitleveren. Die orders lopen uiteen van enkele bekertjes tot een aantal pallets, maar zijn altijd klantspecifiek. Anderzijds moet ongeveer een kwart van de productie in de winter uit Spanje



**De teelt is duur, overproductie kan de teler zichzelf niet veroorloven.**



**De teelt van snackkomkommers verschilt wezenlijk met de gewone komkommer.**

komen. Logistiek is het geheel een complex proces.

## Investeren in de markt

Regelmatig werkt Verhoeven samen met Greenco en Westland Peppers. “We zitten alle drie in dezelfde, gespecialiseerde markt voor gezonde, verantwoorde en vooral smakelijke groentesnacks. Soms kunnen we de vraag invullen die bij een van ons drie wordt neergelegd.”

Een nieuw en speciaal product vereist marketing en communicatie. De teler is er bijvoorbeeld op de Fruit Logistica altijd bij. Daar doet hij nieuwe contacten op en stevast komt hij met een vracht huiswerk terug uit Berlijn. “Alles en iedereen komt daar en retailers en handelsbedrijven zoeken er naar nieuwe producten waarmee zij zich kunnen onderscheiden.”

Uiteindelijk komt het er op aan de productie vraaggestuurd te laten groeien, zegt de komkommerteler. “De teelt is eenvoudigweg te duur, overproductie kan ik mezelf niet veroorloven. Daarom voer ik de productie alleen op als ik weet dat ik de extra komkommers ga verkopen.”

## Noviteiten in speciaal segment

Cropcoördinator komkommer Marcel van Koppen van Rijk Zwaan onder-



**tuinbouw  
relatiedagen**  
gorinchem

schrijft het relaas van Verhoeven: telers van speciale komkommers moeten hun afzet goed plannen. Het Lierse veredelingsbedrijf is al een aantal jaren in de weer met komkommerspecialties. De rol gaat verder dan alleen veredelen. “Regelmatig hebben wij inkopers van de retail over de vloer. Zij komen graag kijken, wij dagen hen uit: ‘Probeer eens dit of dat nieuwe product’. Als ze dat willen, zorgen wij voor een teler die hun vraag invult. Inderdaad, dan treed je op als ketencoördinator.”

Het veredelingsbedrijf heeft een complete lijn specialties. Daaronder bijvoorbeeld de Chinese komkommer, met een hoger gehalte drogestof en populair in China, waar ze de vrucht ook wokken. Daarnaast is er een nieuwkomer met een smalle kern en eveneens veel drogestof, voor snijderijen die de horeca en institutionele afnemers bedienen, en er zijn Aziatische komkommers, geschikt gemaakt voor de teelt in Nederland. Verder werkt het bedrijf aan een heel kleine ‘eenhaps’ snackkomkommer. Van Koppen: “De markt voor de specialties blijft groeien en voor de Nederlandse telers is er veel mogelijk.”

### ‘Een prima beurs’

Als het kan, bezoekt Ad Verhoeven de Tuinbouw Relatiedagen in Gorinchem. De beurs valt vlak na Fruit Logistica, waar hij altijd veel werk van heeft. “Gorinchem is een prima beurs. Als ik tijd heb, ga ik er heen. Dan moet er ook wel een doel zijn, iets waarvan ik meer wil weten of waarop ik mij wil oriënteren.”

## Samenvatting

Zo'n tien jaar geleden experimenteerde komkommerteler Ad Verhoeven met de teelt van snackkomkommers. Inmiddels vult hij in Nederland zeventig procent van de vraag naar het nicheproduct in. De productie lijkt in niets op die van gewone komkommers. Het gewas stelt andere eisen op gebied van watergift en klimaat.