

THEMAOCHTEND CREIL

‘Retail wil ook zware tulpen’

Wie denkt dat de tulpenbroeierij steeds meer een eenvormige msssa wordt, heeft het mis. Dat werd duidelijk tijdens de themaochtend op de Bloembollenvakdagen in Creil over de broeierij. Buitenlandse broei blijft en de binnenlandse broei wordt breder.

Tekst: Arie Dwarswaard | Fotografie: René Faas

We zouden het bijna vergeten, maar niet elke snijtulp komt uit een Nederlandse kas. Menig exporteur stuurt een flink sortiment tulpen de wereld in om elders in bloei te trekken. Tijdens de themaochtend in Creil op 2 februari was het Erik Lommerse van NordLommerse uit Hillegom die de ruim honderd aanwezigen die spiegel voorhield. De meerwaarde van zijn bedrijf zit hem in de temperatuurbehandelingen die het kan geven aan de tulpen voordat ze naar de klant gaan. Of het nu 9 graden is voor de volle grond of 5 graden voor de waterbroei of een andere combinatie, NordLommerse verzorgt het. Het bedrijf zet tulpen en andere bollen voor de bloementeelt af in veertig landen. In al die landen ziet Lommerse de schaal toenemen. “Toen ik 25 jaar geleden begon, had ik in Oostenrijk zo’n tachtig klanten. Nu zijn dat er nog vijf, die samen meer bollen afnemen dan destijds die tachtig. Verder zie ik dat de afnemers kleinere maten gaan broeien, zekers als de bedrijven wat dichter bij Nederland zitten. Wat de mechanisatie van de broeierij betreft, die verschilt sterk per land. Zijn de arbeidskosten hoog, dan gaat dat sneller dan in een land waar de arbeidskosten laag zijn.”
Punt van zorg is de manier waarop de verkopers hun bollen bij NordLommerse afleveren. “De eisen die vooral derde landen stellen nemen alleen maar toe. Dat maakt markten ingewikkelder. Door gebruik te gaan maken van het Ketenregister kunnen wij meer garanties geven aan onze afnemers.

Daarbij is het wel zaak dat het allemaal wat netter en strakker gaat." Wat Lommerse betreft, blijft er een toekomst voor de buitenlandse broeierij. "Hoe verder markten weg liggen, hoe meer de vraag naar lokaal geproduceerde toeneemt. In Finland wil de Lidl de lokale economie steunen door tulpen te kopen die in dat land zijn gebroeid. Wat mij betreft kun je dus de buitenlandse broeierij niet missen."

ZWARE TULP

In eigen land gaan de ontwikkelingen in de broeierij ook gewoon door. Win Versluis van Flowers Connect gaf goed aan waar broeiers, maar zeker ook de Flevolandse telers op moeten letten. Alleen al de kleur- en sortimentskeuze is een zaak van beide partijen, zo maakte Versluis duidelijk. Dat deed hij door inzicht te geven in de verdeling in kleuren in de broeierijmarkt. "Wat geel betreft naderen we het maximum. Met nog 100 hectare 'Strong Gold' erbij komen we daarmee in de buurt. Bij rood is wel sprake van veel cultivars, maar er is nog wel een tekort in de markt. Let er op dat die variatie in het sortiment blijft, want met alleen 'Strong Love' redden we het niet. Rode, geelgerande tulpen komen snel op, maar de markt kan nog meer aan. Ook aan oranje is nog gebrek, aldus Versluis. Dat geldt niet voor paars. "Het is vaak het laatste bosje dat weggaat bij de retail en soms wil een koper niet eens meer paars hebben."
Versluis heeft mede aan de wieg gestaan van het samenwerkingsverband Growing Together van L&M, waarbij 27 broeiers hun tulpen leveren aan dit bedrijf. "Op die manier hebben we een mooi pakket kunnen samenstellen dat we kunnen aanbieden aan de retailers."
Versluis deelde mee dat het in de retail niet alleen om relatief lichte tulpen gaat, maar dat ook de vraag naar een zware kwaliteit tulpen bij de retail groeit. "Voor tulpen van 28 gram en zwaarder is een markt. Vorig jaar verhandelden we een partij 'Rambo' voor 30 cent inkoopsprijs. We zien dat er in de markt vraag is naar boeketten met zwaardere tulpen."
Vorig jaar startte Versluis met een nieuw initiatief: digitale daghandel zoals dat op de beurs plaatsvindt met een systeem van bieden en laten. Na een jaar kan hij vaststellen dat 15% van de daghandel op deze manier gebeurt. "Dit is een heel transparant systeem, waarbij broeiers kunnen zien wat hun collega's vragen voor een tulp."
Gevraagd naar waar de tulpenbroeierij over vijf jaar staat, verwacht Versluis een groei in grote broeiers. "Dit jaar is er een bedrijf dat de 100 miljoen haalt, dat zullen er volgend jaar al twee of drie zijn. Een groei van 5% per jaar in het aantal snijtulpen is gezond. Waar ik nog wel zorgen om heb, is het aantal bloemen per honderd bollen. Vorig jaar kwamen er 86 bloemen van honderd bollen. Dat moet echt omhoog naar de 95."

KOELING

Ten slotte ging Peter Steltenpool van Floretail in op de manier waarop hij als broeier en handelaar naar de markt kijkt. Steltenpool ging zelf kijken op de winkelvloer en zag dat bloemen in de meeste supermarkten even warm staan als alle andere producten. "Samen met mijn zus ben ik naar Londen gegaan en hebben we op straat vanuit een koelmeubel tulpen verkocht. We waren verrast over de belangstelling. We hebben per koper minstens 15 minuten enthousiast staan praten over tulpen. Onderschat de kennis van de klant niet. Op basis van die ervaring hebben we een gekoeld meubel ontwikkeld en in een aantal winkels neer kunnen zetten. Waarom staan melk en kaas wel in de koeling en tulpen niet? Het werkte goed, maar uiteindelijk hebben we het niet gered. De leiding van de winkels wilde er niet mee doorgaan."
Steltenpool hield de aanwezigen ook nog voor dat te rauw oogsten niet is aan te raden. Hij liet door het bedrijf Flowerwatch in Roelofarendsveen tulpen van drie oogststadia in bloei komen. En wat bleek? De rijp geoogste tulpen leverden een perfecte bos bloemen op. "Maar omdat ze op de winkelvloer eigenlijk te warm staan, moeten we rauwer oogsten. Dat is jammer, want daardoor kun je de consument niet dat extraatje geven wat je zou willen."



Win Versluis: 'Van paars is echt te veel'



Erik Lommerse: 'Buitenlandse broei blijft'



Peter Steltenpool: 'Koeling voor tulpen in winkels werkte goed'