

Grootbanken dingen naar de

De glastuinbouw vormt een interessante markt voor banken. Het overnemen, uitbreiden en moderniseren van de glastuinbouwbedrijven vergt miljoenen euro's. Hierdoor groeit de behoefte aan vreemd vermogen. Daarnaast worden bedrijfsmiddelen relatief snel afgeschreven en genereren glastuinbouwbedrijven een hoge en relatief constante kasstroom. Zo'n 25 jaar geleden kreeg bijna-monopolist Rabobank concurrentie van ABN AMRO Bank. Inmiddels heeft ook ING Bank vaste voet aan de grond.



Maarten Prins (rechts) met rozenteler Ron van der Knaap uit Honselersdijk: "De ING Bank mikt op de betere bedrijven, die bovengemiddeld presteren, visie hebben en onderscheidend zijn in termen van product, afzet en/of kostprijs."

TEKST: JAN VAN STAALDUINENBEELD: ERIC VAN HOUTEN

concurrentie

Voor de kredietvragers is de toegenomen concurrentie een zegen. Concurrentie leidt immers tot scherpere tarieven, productvernieuwing en een betere kwaliteit van de dienstverlening. Tientallen jaren echter was er van concurrentie geen sprake.

Wie 20 jaar terug bij een der handelsbanken aanklopte voor een financieringsaanvraag, stuitte niet zelden op een muur van agrarische onkunde en desinteresse. Men bankierde bijna als vanzelfsprekend bij de Rabobank, die met het platteland en het agrarische bedrijfsleven vergroeid leek.

Bij ABN AMRO Bank groeide in de jaren tachtig van de vorige eeuw het besef dat agrarische ondernemingen – ook al waren het dikwijls nog kleinschalige gezinsbedrijven – groeipotentie hadden. En wat groeit, vraagt voeding. In dit geval: financiering.

Dynamiek

"Waar één bank gedijt, kunnen ook twee of drie banken gedijen", zegt John van Driel, sectormanager glastuinbouw van ABN-AMRO. "Aanvankelijk richtten we ons vooral op de melkveehouderij, toentertijd de grootste agrarische deelmarkt. Bovendien hebben melkveehouderijen veel zekerheden in de vorm van grond. Het risico was dus beperkt.

Maar al snel beseften we dat de glastuinbouw nog meer perspectief bood. Dat zit hem in de grotere dynamiek en kapitaalintensiteit. De glastuinbouw kent hoge investeringspieken, die sneller terugkomen door de kortere economische levensduur van de bedrijfsmiddelen. Bovendien is het een zeer innovatieve sector. Door schaalvergroting, innovatie

kapitaal-intensiteit

en intensivering nemen de investeringen per vierkante meter gestaag toe en groeit de behoefte aan brede financiële dienstverlening."

Duidelijk tweede

Van Driel schat het marktaandeel van ABN-AMRO in de agrarische sector op 16 à 17%. "We zijn duidelijk tweede na de Rabobank", zegt hij. "Vooral de laatste vijf, zes jaar is ons marktaandeel toegenomen. Enerzijds door een actievere houding van onszelf, anderzijds omdat juist de grotere bedrijven gaan shoppen. Die komen dus steeds vaker bij ons terecht."

shoppen

Mikt ABN AMRO Bank binnen de glastuinbouw op specifieke doelgroepen? Van Driel: "Uiteraard zoeken we vooral naar ondernemers met plannen en visie. Om daarmee in contact te komen, werken onze specialisten in specifieke regio's, waar ze de agrarische en financiële netwerken onderhouden en de lokale medewerkers ondersteunen. Het blijft immers mensenwerk en juist snel en flexibel werken, vormt onze kracht."

plannen en visie

De komende jaren verwacht Van Driel vooral binnen de potplantensector nieuwe impulsen. "Die sector draait al enkele jaren goed, waardoor de focus op schaalvergroting en kostprijsverlaging toeneemt. In de glasgroenten is de afgelopen jaren al veel geïnvesteerd. Vorig jaar stond de tomaat onder druk, nu paprika. Ik denk dat veel bedrijven eerst willen consolideren. De snijbloemensector zit daar naar mijn gevoel tussenin."

kostprijsverlaging

Nieuwkomer

Kort na ABN AMRO Bank betrad ook ING Bank de agrarische arena. "Een jaar of zes geleden kozen wij voor groei in de land- en tuinbouw," geeft Maarten Prins, tuinbouwspecialist bij ING Bank aan.

gunst van de glasteler

kapitaal-
intensiever

“Glastuinbouwbedrijven werden steeds kapitaalintensiever en de sector verschilde wezenlijk van andere MKB-segmenten.” Prins vervolgt: “Om deze sector goed te bedienen, moesten we onze visie aanscherpen en investeren in mensen en middelen. Dat hebben we gedaan. Nu hebben we 35 agrarisch adviseurs. Ze zijn geclusterd in een aantal regiokantoren en ondersteunen van daaruit een dertigtal agrarische focuskantoren. We hebben voor die structuur gekozen om zowel de kennisuitwisseling tussen de agrarisch specialisten te bevorderen als dicht op de markt te zitten. Blijkbaar werkt dat. Ik schat ons marktaandeel in de hele agrarische sector op 4 à 5%. In de glastuinbouw ligt dat hoger. Dat vind ik een behoorlijke prestatie in vijf jaar tijd.”

Productontwikkeling

Ook de ING Bank mikt volgens Prins op de betere bedrijven, die bovengemiddeld presteren, visie hebben en onderscheidend zijn in termen van product, afzet en/of kostprijs. “Daar kun je eerder weer leuke dingen mee doen”, vat hij samen.

Om de aantrekkelijkheid van ING Bank voor glastelers te vergroten, heeft de bank specifiek beleid en dito producten ontwikkeld. Als voorbeeld noemt Prins het wijkersbeleid. “Dat is gericht op bedrijven die binnen een aantal jaren stoppen en die periode moeten overbruggen. Omdat er na de staking veel vermogen vrijkomt, kunnen we daar soepel mee omgaan. Een ander voorbeeld is aflossingsvrij financieren op basis van grondwaarde.

In algemene zin bieden we de ondernemers

onder-
scheidend

aflossings-
vrij



John van Driel: “Als ABN AMRO Bank zoeken we uiteraard vooral naar ondernemers met plannen en visie.”



Cor Hendriks (links) in gesprek met paprikateler Alfons Slaman uit Waddinxveen: “De Rabobank ervaart meer concurrentie, maar we weten ons hoge marktaandeel toch goed op peil te houden.”

zoveel mogelijk speelruimte om binnen de randvoorwaarden af te lossen. Daarvoor zetten we nu ook het ING Mezzaninefonds in, voor achtergestelde leningen vanaf zes à zeven ton. Voor kleinere investeringen kennen we sinds een paar weken het Overname en Doorgroei krediet, waarbij tot € 500.000 als achtergestelde lening kan worden verstrekt.”

Meer concurrentie in topsegment

Last but not least is er de Rabobank. Sectormanager tuinbouw Cor Hendriks erkent dat zijn bank meer concurrentie ervaart, maar het hoge marktaandeel toch op peil houdt. “Hiervoor moeten we wel goed ons best blijven doen”, voegt hij toe. Hendriks: “Volgens recent marktonderzoek bedient de Rabobank 85% van de glastuinbouwbedrijven. In het topsegment is de concurrentie het felste. Dat is logisch, omdat deze bedrijven meer en vaker investeren. Het is een feit dat een aantal van onze beste klanten in het verleden is overgestapt naar ABN AMRO Bank of ING Bank. Het is ook een feit dat een deel hiervan is teruggekeerd en dat enkele oude klanten van de handelbanken voor ons hebben gekozen. Ons financieringsvolume in de glastuinbouw bedraagt € 3,8 miljard. In 2004 hebben we voor € 800 miljoen gefinancierd, 12% meer dan in 2003.”

Prijs en kwaliteit

Hendriks stelt dat financiering een kwestie is van prijs en kwaliteit. “De prijs heeft zijn grenzen, dus we werken hard om de kwaliteit hoog te houden en creatief te anticiperen op ontwikkelingen in de markt. Zo bieden we sale & leaseback constructies aan voor warmte/krachtinstallaties en kassen. Dat is een typisch Raboproduct. Daarnaast participeren we in veelbelovende concepten, zoals de Gesloten Kas en de Kas als Energiebron. En deze zomer heeft de Stichting Garantiefonds Rabobanken het Groei- en Innovatiefonds geïntroduceerd. Daarmee kunnen we ondernemers maximaal € 1,5 miljoen ondersteunend kapitaal bieden als aanvulling op de reguliere instrumenten. Daarvan heeft maximaal € 0,5 miljoen een achtergesteld karakter. We laten ons dus beslist niet de kaas van het brood eten.”

sale &
leaseback

Groei-
en Innova-
tiefonds

SAMENVATTING

Relatief hoge en elkaar snel opvolgende investeringen en een constante, hoge kasstroom maakt glastuinbouwbedrijven tot gewilde klanten voor het bankwezen. Hoewel de Rabobank deze markt nog steeds domineert, hebben ook ABN AMRO Bank en ING Bank vaste voet aan de grond. De concurrentie bevordert bancaire productontwikkeling, scherpe tarieven en een betere service.