

De Nederlandse uiensector moet zijn unieke exportpositie beter benutten, vindt Jaap Wiskerke, directeur van Wiskerke Onions in Kruijningen. Om dit te kunnen, is het zinvol dat telers de afzet spreiden, bijvoorbeeld door uien in kisten te bewaren. Wiskerke gaat openheid geven in zijn prijzen, waarbij telers commentaar kunnen geven op de prestaties. „Ik wil een trend zetten.”

Door: Eric de Lijster
Fotografie: Anton Dingemanse

In de hal van het kantoor staan voor de receptie een rij van vier zwarte kisten met in netzakjes verpakte uien. De gele, rode en zoete uien en sjalotten in de kratten geven een goede indruk van het assortiment dat Wiskerke Onions aan klanten heeft te bieden. Het maakt

ook duidelijk dat het bedrijf uit het Zeeuwse Kruijningen, dat de uien wereldwijd exporteert naar minstens zestig landen, ook niet van enkel Nederlandse uien afhankelijk is. Zo komen de zoete uien, die onder het merk Queeno's worden verkocht, uit Peru.

De Hollandse uien in de netjes zien er prima uit. Dat is een weerspiegeling van de teelt dit jaar, zegt directeur Jaap Wiskerke. „Vrijwel alle uien zijn inmiddels geroid onder door de bank genomen perfecte omstandigheden. Daardoor zijn zij ook goed de schuur in gekomen. Ik heb zelden zulke mooie uien gezien als dit jaar. Zoals ook de uien die bij ons in de opslag liggen: die zien er echt super uit.”

De grootste onzekerheid is echter de bewaarkwaliteit. Door het onstuimige weer, met soms veel regen in het groeiseizoen, is het niet duidelijk hoe lang de uien in de loop van het bewaarseizoen gaaf blijven. „De bewaarkwaliteit kan de komende maanden veel uitmaken”, zegt Wiskerke. „Maar niemand kan er nu wat over zeggen. Het is een groot vraagteken.”

Wiskerke Onions is met 45 vaste medewerkers het grootste uienhandelshuis van Nederland. Het bedrijf voert een kleine 90.000 ton uien per jaar uit, goed voor een marktaandeel van ruim elf procent. Wiskerke zit zelf al bijna dertig jaar in de uienhandel. Vooral de laatste drie jaar maakt het bedrijf een stevige ontwikkeling door. De oorzaak daarvan was niet eens zozeer de markt. Wiskerke: „Een jaar of drie geleden kwam een medewerker van ons met het voorstel een derde palletiseerlijn erbij te zetten. Daaraan had niemand nog gedacht. Noem het bedrijfsblindheid. Tijdens het inpakken van de kleintjes en de supers draaide de sorteerlijn maar op 40 procent. Met de derde palletiseerlijn hebben wij dit ondervangen en konden we plotseling 400 tot 500 ton uien per week meer verwerken. Daardoor daalden ui-

tergaard de kosten per eenheid product en konden we meer marge maken.”

De afnemers van Wiskerke hebben in de regel een scala aan wensen. Naast het assortiment aan gele, rode, zoete en biologische uien en sjalotten zijn er ook tientallen verpakkingsvormen. Zo heeft bijvoorbeeld elke supermarkt andere specificaties. Van de jaarafzet gaat circa dertig procent naar supermarkten. „Tegen klanten als supermarkten verkopen wij nooit 'nee'. Dat betekent dat je flexibel moet zijn. Als er nu wordt gevraagd om een partij uien in consumentenverpakkingen, die morgenochtend op een distributiecentrum in Nederland of Engeland moet staan, dan doen wij dat. Dan werken we extra lang door. De veelheid aan specificaties bepaalt ook mede de prijs. C1000 heeft een uitgebreid assortiment, terwijl Aldi maar een vast item aan uien vraagt. Daarvoor kun je dan ook tegen lagere kosten produceren.”

Openheid in prijzen

Wiskerke Onions gaat naar de telers meer openheid geven over de kosten en de opbouw van de prijs, schetst Jaap Wiskerke. Een voorbeeld daarvan zijn de vroege plantuien die deze zomer bij hem zijn geleverd. „Een nieuw fenomeen daarbij is dat wij veel uien voor de telers zelf sorteren. Zij ontvangen dan een afrekening met hoeveel uien in welke maat zijn gesorteerd en wij specificeren alle kosten van bijvoorbeeld transport en sorteren. Onder de streep blijft dan zoveel voor de teler over.” Deze aanpak lijkt te werken, vertelt de ondernemer. „Inmiddels heb ik met telers alweer afspraken voor 185 hectare plantuien van oogst 2008. Dat groeit elk jaar, want vorig jaar was dit 120 hectare, het jaar ervoor 60. Een blijk van vertrouwen in ons bedrijf.”

‘Openheid in uienprijzen

Wiskerke wil ook wekelijks zijn verkoopprestaties van zijn uienpool doorgeven aan de telers als zij dat op prijs stellen. „Wij hebben een hele grote pool, die aan het einde van elk seizoen altijd vergeleken wordt met andere uienpools. Omdat ik niet erg content ben met de opzet van deze vergelijken - elk bedrijf probeert zichzelf toch altijd beter te profileren dan zij werkelijk heeft gepresteerd - gaan wij vanaf week 41 elke zaterdag na twaalf uur onze weekprestaties in de pool bekendmaken. Hier staat alles in: van de hoeveelheid verkochte uien tot de sorteringen, enzovoort. Deze bieden wij aan alle leden van de pool aan, waarna zij erop kunnen reageren of commentaar geven. Daar worden wij uiteindelijk allemaal beter van.”

Het kijkje in de keuken is vooral bedoeld ter controle, vult Wiskerke aan. Een teler heeft geen directe invloed op de verkoop, maar raakt meer betrokken bij de afzet van zijn product. „We moeten niet vergeten dat wij het over de uien van de teler hebben. Die belangen moet ik verdedigen. Met het vrijgeven van de prijzen hoop ik een trend te zetten, waarbij ook andere agrarische pools de prijzen direct bekendmaken. Dan kan niemand sjoemelen. Het is een stukje veranderen van de huidige cultuur.”

Kisten zijn toekomst

Een teler kan diverse contracten afsluiten met een afnemer, zoals tegen een vaste prijs, baalprijs, vrije-marktprijs of een mix daarvan. Deze flexibiliteit moet hij eigenlijk ook in zijn eigen afzet betrouwen, vindt Wiskerke. Hij denkt dat een cel uien in een keer verkopen achterhaald is. „De uienteler van de toekomst moet toe naar kistenbewaring. Dat geeft een betere kwaliteit uien, dus een meerprijs. Bo-

‘Ik denk niet dat de uienprijs voorlopig omhoog gaat’

vendien is hij zeer flexibel in de verkoop. Vijfhonderd kisten kun je natuurlijk makkelijk in zeven à acht keer verkopen gedurende een seizoen. Dan heb je continue inkomsten, wat goed is voor de liquiditeit. Ook kun je variëren in het assortiment door naast de gele ook rode uien te telen en in kisten te doen. Daarop moet een teler die vooruit wil, zich richten.”

Een gespreide afzet door de Nederlandse uientelers is belangrijk voor de exportpositie, verklaart Wiskerke. „We exporteren negentig procent van alle uien. Voor Nederland zijn de maanden september tot en met januari heel belangrijk. Dan moet de bulk van de voorraad weg naar landen als Afrika en het verre oosten. Nederland heeft een unieke positie, want wij kunnen uien leveren voor de laagste kostprijs. Voor ruim vijf cent per kilo boven de inkoopprijs staan ze in een schip in de haven van Rotterdam, Vlissingen of Antwerpen. Dat doet niemand ons na. In het buitenland kost het allemaal meer.”

Wiskerke vindt dat de Nederlandse uiensector deze voorsprong veel beter moet benutten. Hij pleit voor een gespreide afzet, zodat de Nederlandse uienhandel zijn klanten kan vasthouden. Dat voorkomt volgens hem dat verkopers uit andere landen ertussen gaan zitten, waardoor telers in die landen worden ontmoedigd om uien te telen. „In andere landen worden uien geteeld omdat wij in bepaalde perioden niet voldoende op de markt zijn. Daarom is het belangrijk continue op de markt te zitten.” Hiervoor moeten de telers de uien gespreid vrijgeven, zegt Wiskerke. „Maar dat is ook goed voor de spreiding van prijsrisico's.”

Export loopt achter

Zo ver is het echter nog lang niet. Integendeel zelfs. Nederland loopt dit seizoen achter in de

export van de uien, constateert Wiskerke. Tot en met week 35 is 51 miljoen kilo uien geëxporteerd. Verleden jaar was dit al 63 miljoen kilo, een jaar daarvoor 74 miljoen. „Het is niet anders”, reageert Wiskerke. „Waarschijnlijk hebben wij de laatste weken te hoog in prijs gezeten. En enkele landen hebben door de hoge prijzen van vorig jaar zelf meer uien geteeld. Die voorraden moeten eerst worden weggewerkt.”

Daar komt bij dat in Nederland fors meer uien zijn gezaaid. Ook ligt de gemiddelde opbrengst per hectare hoger dan in 2006, kan Wiskerke met een druk op een toets van zijn computer laten zien. Van de partijen die in Kruiningen zijn binnengekomen, is de opbrengst tot nu toe gemiddeld 49 ton per hectare. Vorig jaar was dat medio september 43 ton. „Uien doen nu (14 september, red) 13 cent per kilo in een baal. Ik denk niet dat deze prijs voorlopig omhoog gaat.”

Ook in de structuur en de handelsgeest van de Nederlandse sorteer- en pakstations is het tijd voor verandering, oordeelt Wiskerke. Hij legt uit: „Nederlandse sorteers hebben een weekcapaciteit van totaal 22.000 ton, terwijl er wekelijks exportruimte is voor 15.000 ton. Omdat iedereen honderd procent wil draaien, is er sprake van een te groot aanbod. Om de uien kwijt te raken, bieden sorteers de uien aan tegen inkoopprijs plus een kleine marge. Maar dan weten zij niet wat de klant überhaupt voor de uien had willen geven. Wellicht zat er nog veel meer in het vat qua prijs.”

Voor zijn bedrijf ziet hij wel een positief punt. „Onze exportpositie is met vier procent gestegen tot vijftien procent. Wij hebben ook volle bak gedraaid. Dat betekent dat het bij anderen minder moet zijn gegaan.”

bindt akkerbouwers'