

Peen heeft push nodig

De teelt en afzet van peen hebben behoefte aan een kwalitatieve impuls. Dit schrijft Rabobank in een marktvisie over peen, die binnenkort wordt uitgebracht. Meer variatie in het assortiment en meer initiatieven in productvernieuwing en marktwerking stomen de peensector klaar voor de toekomst. „Samenwerking vergroot de slagkracht.”

Door: Eric de Lijster
Fotografie: Carolien Tiernego, Susan Rexwinkel

Hoewel fel oranje, heeft peen een beetje een kleurloos imago. Het ligt redelijk anoniem en verborgen in de schappen. In een bos, gewassen in een foliezakje of los in het bekende blauwe krat. Het is eigenlijk inherent aan het karakter van het product. Waar over de smaak van spruiten altijd veel te twisten valt, wordt bij peen waarschijnlijk de schouders opgehaald. „Het imago van peen dreigt een beetje te versukkelen”, zegt Peter Pals, sectormanager akkerbouw bij Rabobank Nederland. „Het product is ietwat saai en goedkoop, waar zelden reclame voor wordt gemaakt.”

Onder de titel Stevig geworteld, maar nog niet klaargestoomd presenteert Rabobank op 13 december op de ui- en peenmanifestatie in Emeloord een marktvisie over de Nederlandse peensector. In dit rapport concludeert de bank dat er best wat meer initiatieven in productontwikkeling en marktwerking mogen komen. „Het beeld uit het winkelschap kan je doortrekken naar de teelt. De ontwikkelingen zijn weinig spannend en weinig vernieuwend. Het lijkt meer op de winkel passen”, vertelt Pals. Het gaat gelukkig niet slecht in de peensector, wil hij direct benadrukken. De teeltresultaten hebben zich behoorlijk ontwikkeld en voor

‘Het imago is aan versukkelen’

akkerbouwtermen wordt gemiddeld genomen een redelijk tot goed saldo gehaald. „Een belangrijk deel van de akkerbouwers doet de teelt er toch een beetje bij. Door deze kleinschaligheid bruist het in de peensector helaas nog niet van de vernieuwende activiteiten. En peen heeft juist een push nodig, want niemand kan garanderen dat het ook in de toekomst goed blijft gaan.”

Het Nederlandse areaal winterpeen is medio jaren negentig sterk gestegen tot ruim 5.000 hectare dit jaar. De betere bewaringsmogelijkheden en de betere oogsttechnieken zijn hier debet aan geweest. Daarbij zijn de veldopbrengsten ook gegroeid, met de laatste twee jaar een gemiddelde van 70 ton per hectare. Toptelers realiseren zelf 100 ton per hectare. Het areaal bos- en waspeen is in de loop der jaren licht gedaald tot circa 2.500 hectare, vooral doordat boeren in Zuid-Nederland met de teelt zijn gestopt.

Schaalvergroting stopt

Een Nederlandse peenteler teelt gemiddeld op vijf hectare het wortelgewas. De schaalvergroting in de teelt is sinds de eeuwwisseling echter tot stilstand gekomen, constateert de Rabobank. De bank denkt niet dat dit de komende jaren spectaculair verandert. Hoewel enkele

REKENVOORBEELD SALDO WINTERPEEN

	Basisscenario	-10% opbrengst	+10% opbrengst	-10% kosten	+10% kosten
Opbrengst	76.000	68.400	83.600	76.000	76.000
Resultaat (x 8 cent)	6080	5472	6688	6080	6080
Kosten	2000	2000	2000	1800	2200
Loonwerk	1300	1300	1300	1300	1300
Saldo	2780	2172	3388	2980	2580
Verschil		-608	608	200	-200

gië voeren juist meer peen uit. „In Duitsland en België, onze grootste afzetmarkten, is de binnenlandse productie de laatste jaren flink gegroeid”, vertelt Van Rijswijk. „Bovendien heeft de Duitse consument meestal de voorkeur voor product uit eigen land. Ook kopen Duitse afnemers ook het liefst peen bij hen uit de buurt, omdat dit transportkosten scheelt. Hierdoor wordt de behoefte aan Nederlandse peen minder.”

Hoewel de peen geen uitsproken imago heeft, is de binnenlandse consumptie van de groente de laatste jaren wel gestegen. Dit heeft volgens Rabobank alles te maken met de opkomst van de kant-en-klare groentepakketten, waar peen in de regel een voornaam bestandsdeel van is. Ook lift peen mee in de huidige gezondheidshype en wordt zij meer verkocht bij discounters als Aldi en Lidl. „Er is gelukkig een stevige basis”, geeft Pals aan. „Maar willen wij dit in de toekomst zo houden, dan moet er meer gebeuren.”

Op beperkte schaal vinden er al enkele initiatieven plaats om de consumptie een impuls te geven, geeft Van Rijswijk aan. Zo wordt er snackpeen gemaakt (zie kader) en verkoopt de afzet van biopeen vrij succesvol. Voor de Duitsers en Engelsen kopen veel biologisch geteelde peen. „In Engeland brengt supermarkten Asda rond de kerst een witte wortel op de markt”, vertelt Van Rijswijk. „Wortelen van diverse kleuren, zoals bijvoorbeeld ook de paarse, kunnen de afzet bevorderen.”

Smaak en inhoud

Zelf ziet Rabobank voor peen nog mogelijkheden in smaak en inhoudsstoffen. Volgens Van Rijswijk valt er voor peen met een vollere smaak zeker een markt te winnen. Niet alleen als versproduct, maar bijvoorbeeld ook in groentesappen. Probleem is echter dat zaadbedrijven hier pas tijd en energie in willen steken als zij ruggesteun krijgen van telers

en afnemers in de sector. Anders gaan zij het financiële risico niet aan. „Niemand neemt nu het initiatief”, zegt Pals. Rabobank houdt op dit punt een pleidooi voor telersverenigingen. „Groepen van telers kunnen gezamenlijk een investering wel dragen. Via een officieel erkende vereniging kunnen zij hiervoor nog steun uit Brussel krijgen ook. Jammer dat niemand dat oppikt. Wat dat betreft geeft de glastuinbouw het goede voorbeeld.”

Het praktijkonderzoek PPO in Lelystad heeft bekendgemaakt een smaakonderzoek te doen in biologisch bospeen. Ook heeft het bedrijf een project opgestart om de kansen voor biologische wortelsap te bekijken. Grote markten zullen het niet worden, geeft Pals grif toe. „Het zijn inderdaad niches. Maar als je nu met één van die vijf deelnemers bent, kan je er een goede boterham aan verdienen.”

Rabobank heeft twee scenario's opgesteld over welke kant het in de peensector op kan gaan. Bij het ene, commodity genaamd, wordt vrijwel alle Nederlandse peen als bulk verkocht en is er weinig variatie in het assortiment. De partijen in de keten richten zich dan op het behalen van een zo laag mogelijke kostprijs om te overleven. In dit scenario neemt het aantal telers van peen drastisch af, zo voorspelt te bank. In het marktsegmentatiescenario bestaat een deel van de markt uit standaardpeen die voor een scherpe prijs wordt verkocht. In het winkelschap liggen dan echter veel meer variëteiten. In dit scenario moeten telers een richting kiezen: of investeren in productvernieuwing of strijden voor de zo laagst mogelijke kostprijs.

Rabobank ziet graag marktsegmentatie, benadrukt Pals. Hij wijst op de gezondheidshype, de belangrijke functie van de versproducten in de supermarkt en de ijzersterke logistiek in de peenketen. „Alle randvoorwaarden zijn er. Nu nog mensen die de schouders er onder gaan zetten. En vandaag na gaan denken over waar zij over vijf jaar willen staan.”

bedrijven zich volledig hebben toegelegd op de teelt van peen, kunnen veel akkerbouwers het areaal niet uitbreiden vanwege de vruchtwisseling en de relatief hoge oogst- en prijsrisico. De veldopbrengst en de marktprijzen van peen kunnen sterk variëren.

De bank verwacht niet er aan de opbrengst-kant nog veel te winnen valt voor de Nederlandse teler, hoewel er grote verschillen zijn tussen de bedrijven. Een opbrengst die tien procent hoger of lager ligt, scheelt bij een kiloprijs van acht cent al gauw 600 euro per hectare meer of minder bij winterpeen.

In de teeltkosten valt weinig te besparen, concludeert de Rabobank in haar marktvisie. De Nederlandse peenteler heeft geen lagere kostprijs dan de buitenlandse concurrentie, vanwege de hoge kosten voor grond en loonwerk. Volgens Peter Pals is het verlagen van kosten in loonwerk, bewaring of verwerking wel een optie. „De kosten voor loonwerk en koeling vormt dertig procent van de kostprijs. Het bewaren in koelhuizen kost bijvoorbeeld gemiddeld zes cent per kilo. Als teler van vijf hectare kan je geen koelhuis bouwen. Maar wellicht wel een groep telers met samen 25 hectare. Zulk soort samenwerkingen, zoals bijvoorbeeld ook een collectieve investering in een oogstmachine, kan de kostprijs verlagen”, vertelt Pals. „Al scheppen gezamenlijke initiatieven natuurlijk wel verplichtingen. Maar een goede samenwerking vergroot de slagkracht.”

Voorkeur uit eigen land

In de wereldwijde productie van peen heeft Nederland met twee procent een klein aandeel. Daarentegen is ons land wel de grootste peenexporteur met ruim 178.0000 ton het afgelopen jaar. De uitvoer laat echter wel een dalende trend zien, meldt Cindy van Rijswijk, marktanalist bij Rabobank en samen met Pals samensteller van het rapport. Frankrijk en Bel-

UI- EN PEEN-MANIFESTATIE

Rabobank Nederland ligt haar marktvisie peen toe op ui- en manifestatie, die op 13 december voor de tweede keer wordt gehouden in theater 't Voorhuys in Emmeloord. Op deze bijeenkomst, een initiatief van Agrifirm, Rabobank en PPO en LTO Groeisevice, staat het klimaat centraal. Naast een forumdiscussie over de ontwikkelingen in de ui- en peensector, houdt weerman Reinier van den Berg een inleiding over klimaatverandering. Verder worden de bezoekers in workshops bijgepraat over de actuele teelt- en afzetstukken in uien en peen. Aanmelden kan via: www.uienpeen.nl

'AFZET SNACKPEEN MOET GROEIEN'

Groenteconservenfabrikant Rijkje in Helmond brengt als één van de weinigen tot nu toe een variant op de markt: snackpeen. Het bedrijf heeft dit drie jaar overgenomen van het failliete Fresh Valley uit Espel. „Wij zien groei in de gemakvoeding”, vertelt Cees Geven, directeur van telersvereniging De Schakel, die de groenten aan Rijkje levert. De bewerkte peen, die is gewassen, geschrapt, gepolijst en in folie verpakt, ligt inmiddels in de schappen bij enkele grootwinkelketens en tankstations van Shell. Volgens Geven is het niet eenvoudig een nieuw product op de markt te zetten. „Het is een gevoelige, onbewerkte markt. Bovendien is de distributie lastig door de kleinschaligheid van de teelt.” Voor een goede dis-

tributie werkt Rijkje samen met de handel. Om de peen jaarrond te leveren, haalt Rijkje de peen ook uit Zuid-Europa. Hiervoor zijn samenwerkingsverbanden met telers aangegaan. „Wij hebben een heldere groeistrategie”, aldus Geven. „De afzet moet gaan groeien.” Ook vraagt snackpeen aanpassingen in de teelt. De telers van De Schakel gebruiken het zogeheten Imperator-type. Dit is een knapperige peen met een zoete smaak en een lange houdbaarheid van circa twee weken, zegt Geven. „In het productieproces verliezen wij tot nu toe zeventig procent van de peen als afval. Wij zijn hard aan het proberen dat percentage terug te brengen om kosten te besparen.”

Copyright foto