

# ‘Dit waait niet meer over’

Op uitnodiging van accountantskantoor Van Velzen sprak Anthos-voorman Henk Westerhof over ‘de toekomst van de bollensector’. Een onderwerp dat, gelet op de goed gevulde zaal, veel mensen aansprak. Westerhof spaarde zijn gehoor niet en wees de sector ondubbelzinnig op het belang van keuzes maken. ‘Anders verliest Nederland zijn positie als wereldmarktleider.’

Tekst: Monique Ooms  
Fotografie: René Faas

**E**r is veel aan de hand in het bollenvak. Zo heeft de sector in toenemende mate te maken met bedreigingen als prijsdruk en kwaliteitsdruk, zeker nu het aantal toelatingen voor middelen alleen maar afneemt en de ziektedruk navenant stijgt. Juist in deze tijd zijn zaken als promotie en onderzoek belangrijk, maar ook die zaken zijn onder druk komen te staan na het verdwijnen van het Productschap Tuinbouw. “Nederland verliest zijn positie als wereldleider en hoe komt dat? Omdat er te weinig regie is. Er is niet één coördinator die iedereen samenbrengt en ervoor zorgt dat de sector op de kaart wordt gezet. We praten wel veel, maar dat heeft nog niet geleid tot één visie”, zo concludeert Westerhof. De laatste jaren heeft de sector veel veranderingen ondergaan. Zo is de Bollenstreek al lang niet meer het hart van de bollenteelt – Noord-Holland heeft dat stokje overgenomen – en met

een beperkt aantal PPO'ers in Lisse is ook het onderzoeksbolwerk in de streek aardig uitgekleeft.

## NIEUWE MARKTEN

Zo'n 55 procent van de bloembollenproductie vindt plaats in Nederland en Westerhof is ervan overtuigd dat de buitenlandse teelt verder zal groeien. De droogverkoop heeft het zwaar. Ter illustratie vermeldt Westerhof dat de campagne ‘Dig, drop, done’ in Noord-Amerika is stopgezet wegens gebrek aan succes. “De droogverkoop ondervindt concurrentie van andere producten. Zowel bij de retail als bij de consument is de belangstelling voor bloembollen afgenomen.” De sector zou zich meer moeten focussen op innovatieve concepten en nieuwe markten. Dat geldt volgens Westerhof niet alleen voor de droogverkoop, maar ook voor de broeierij. Als we naar de export voor de droogverkoop en de broeierij kijken, zien we dat West-Europa voor beide branches niet echt een winstgevende markt meer is. Voor de

droogverkoop valt ook in het ooit zo interessante Noord-Amerika steeds meer weg. Als er politiek en economisch meer stabiliteit is, kan Oost-Europa in de toekomst groeimogelijkheden bieden. Het Verre Oosten en een aantal landen in Zuid-Amerika zijn voor de sector gelukkig al wel belangrijke markten geworden.

En dan is er nog de kwestie van de residuen die zijn aangetroffen op bloembollen in tuincentra en het rapport dat Greenpeace hierover heeft geschreven. “Een vernietigend rapport, wij hebben samen met de KAVB direct contact gezocht met Greenpeace om hierover te praten. We hebben het onderzoek zelf nog eens dunnetjes overgedaan en ik moet helaas zeggen dat Greenpeace hier een punt heeft. Zij hebben ons ook laten weten dat ze niet opgeven, ze gaan door met hun acties. Dus denk niet dat dit tijdelijk is: dit waait niet meer over.” Ook in de export wordt de sector geconfronteerd met steeds strenger wordende fytosanitaire eisen. “Belangrijk voor de markttoegang is dat de sector voor de verschillende gewassen nu een besluit durft te nemen over de invoering van robuuste fytosanitaire systemen die zijn gebaseerd op het principe: schoon beginnen en schoon eindigen. Tracking en tracing wordt daarbij steeds belangrijker, net als bilaterale protocollen met de landen waarnaar we exporteren. Die protocollen zijn er al met landen als de Verenigde Staten, China, Japan, Taiwan, Canada en Zuid-Korea.”

## IMAGO

Wat bepaald niet meewerkt aan de goede naam van de sector is de verkoop van bloem-





Henk Westerhof: 'Nederland verliest zijn positie op de wereldmarkt'

bollen op toeristische trekpleisters – zoals de Bloemengracht in Amsterdam – die van inferieure kwaliteit zijn. Westerhof illustreert dat met een foto van proeven die met deze bollen zijn gedaan: van de zeshonderd geplante bollen gaven er tien een bloem die bovendien alle niet soortecht waren. “Dit is slecht voor het imago van de sector. We moeten ons samen sterk maken voor goede kwaliteit.”

Gelukkig gaan er ook dingen goed. Zo timmeren iBulb (voor promotie) en iVerde (voor groen en welbevinden) flink aan de weg en dat levert positieve publiciteit op. Met Bulbs4Kids kreeg iBulb maar liefst 800 Nederlandse en 450 Duitse basisscholen aan het bollen planten. iVerde investeert 2,5 miljoen euro in fundamenteel onderzoek naar de toegevoegde waarde van groen in relatie tot welzijn en gezondheid. Voor vaste planten wordt plusminus 50.000 geïnvesteerd in een campagne onder de vlag van Perennial Power. De gelden daarvoor zijn op vrijwillige basis opgebracht door een groep kwekers.

Westerhof benadrukt dat de tijd van ‘je eigen straatje schoonvegen’ voorbij is. “Het vak is geen eenheid. We kunnen het ons echter niet veroorloven om alleen te kijken naar ons eigen belang. Het belang van de sector moet centraal staan. Door samen op te trekken en keuzes te

maken, kunnen we onze rol als wereldleider weer terugwinnen.” Hij spreekt in dit verband over pro-actief optreden. “Kwekerij komt uit de verdediging en ga over tot actie. Uiteindelijk gaat het er niet om wie gelijk of ongelijk heeft als het gaat om residu op bollen. Het gaat om beeldvorming.

.....

### ‘Greenpeace gaat door met acties’

.....

Daar heb je mee te maken, of je het leuk vindt of niet.” Dat de kwekerij tijd nodig heeft om van een reguliere naar een duurzamere teelt over te schakelen, begrijpt Westerhof volledig. “Maar, de retail heeft die tijd niet en confronteert de handel hiermee. Dit is een probleem dat we gezamenlijk moeten oplossen.” De vraag dringt zich op wie daarbij de regie voert. Westerhof meldt dat het sectorplatform voor de bloembollensector zich over de problematiek buigt. “Daar komen hopelijk modellen en ideeën uit waarmee de sector aan het werk kan.”

#### AANBEVELINGEN

Westerhof besluit zijn betoog met een aantal

aanbevelingen. “De sector moet de kwaliteit van het product borgen. Een slecht product werpt een smet op de hele sector, dat gaat ons allemaal aan. Voor de markttoegang moeten we robuuste fytosanitaire ketensystemen ontwikkelen. Bovendien moet de sector verantwoording nemen ten aanzien van het middelengebruik, dat is wat de samenleving van ons vraagt. Om bloembollen en bolbloemen onderscheidend neer te zetten, moet de sector een professionaliseringsslag maken in de vermarketing, alleen dan kunnen we concurreren met andere producten.”

Westerhof wijst ook op het belang van onderzoek en promotie. “Daarin moeten we collectief blijven investeren om stappen vooruit te kunnen blijven zetten. Het zou wenselijk zijn dat producenten zich aansluiten bij iBulb en dat we via dat platform gezamenlijk investeren in onderzoek en promotie.” Het komt allemaal neer op het maken van de juiste keuzes, benadrukt Westerhof. Uit sommige vragen die uit de zaal komen, blijkt dat ‘de nieuwe tijd’ de sector soms zwaar valt. Er moet zo veel, de lat ligt hoog, de overheid is onbetrouwbaar... Westerhof keert steeds terug naar de basis van zijn betoog. “Ik zeg niet dat het makkelijk is, maar dat er dingen moeten veranderen, is zeker. En dat moeten we met elkaar doen.”