

A man with grey hair, wearing a dark blue sweater, blue jeans, and light grey sneakers, is crouching on a metal railing in a greenhouse. He is looking towards the camera. The background is filled with green plants, including long cucumbers hanging from vines. The text is overlaid on the right side of the image.

KOMKOMMERTELER FLORIS VAN DER LINDEN:  
**'JE HEBT  
KOMKOMMERS  
EN JE HEBT GREEN  
DIAMONDS'**

Floris van der Linden (46) uit Oud-Beijerland is een van de vier komkommertelers achter Green Diamonds. Meer dan twaalf jaar geleden spraken zij de wens uit het verschil te willen maken in de teelt en afzet van komkommers. Met product van een superieure kwaliteit, een langere houdbaarheid en een merkbaar betere smaak, is Green Diamonds daar volgens Floris van der Linden goed in geslaagd. Echter, de ambitie om die meerwaarde verder te vergroten, is onverminderd hoog.

Tekst: Jacco Strating, Fotografie: Glenn Mostert

Floris van der Linden is een typische 'vader-op-zoon' ondernemer, zo geeft hij zelf aan. Hoewel hij op jonge leeftijd nog twijfelde over een toekomst in de tuinbouw, ging hij zich na verloop van tijd toch thuis voelen in de business waarin niet alleen zijn vader en oom maar ook zijn opa en overgroot opa actief waren. Eerst met plat glas, later met staande kassen. "Ik merkte dat als mijn ouders met vakantie waren, ik het leuk vond om de dingen zelf te doen. Daardoor ging mijn vader steeds meer taken en verantwoordelijkheden mijn kant opschuiven en liet hij mij het vak zelf leren. Mooi dat ik die kans heb gekregen."

### Hele andere wereld

Als zelfstandig ondernemer koos Floris bewust voor een toekomst in de komkommers. Ook al adviseerde zijn vader hem aanvankelijk om in de meer onderscheidende teelt van potplanten te stappen. "Zelf vond ik de groenteteelt veel spannender. Voor mij zat de grote uitdaging in het op orde krijgen van de productie en de productie-kosten. Bovendien, als je zelf in jouw product gelooft, krijg je anderen daar ook in mee. En dus ben ik vol overtuiging met komkommers aan de slag gegaan. We schakelden over van traditionele teelt naar hokedraadteelt vanuit de gedachte dat je daarmee een continu betere kwaliteit kan leveren. Bovendien maakt het planmatig werken aan de plant op den duur een hogere productie mogelijk en daarmee dus kans op een betere kostprijs." Samen met zijn collega-telers had Floris het sterke geloof dat er een markt was met interesse in een betere kwaliteit komkommers. "Wij wilden niet het ene moment goede komkommers leveren en het andere moment iets mindere. Daarom kozen

wij er nadrukkelijk voor om ons enkel door te ontwikkelen in het hogere segment." Door middel van hokedraadteelt, pionieren met komkommerrassen en onvoorwaardelijke aandacht voor de productie, gingen de telers streven naar een perfecte kwaliteit. "Die manier van werken bracht ook hogere kosten met zich mee", geeft Floris aan. "Bij onze afzetorganisatie destijds was het moeilijk om je duidelijke meerwaarde vanuit een

**'DOOR biedt de kans om het hoogst haalbare uit de markt te halen'**

blokgedachte om te zetten in geld. Het T-model wat door Coforta werd neergezet gaf daarin wel mogelijkheden. Samen met twee andere komkommertelers hadden we daarvoor al het merk Komprima opgezet. Omdat The Greenery eigenaar was van de merknaam Komprima zijn we verder gegaan onder de naam Green Diamonds. Toen er verschillen van inzicht waren en we beperkt werden in de mogelijkheden, zijn we via wat omzwervingen samen met andere product-groepen gestart met Coöperatie DOOR."

### Marktpotentieel in kaart

Door de weg die werd ingeslagen, gingen de drie komkommertelers nog nauwer samenwerken. "We gingen ons verdiepen in onze klanten en de eindgebruikers. Wat verwachten zij van een komkommer? In welke verpakking willen ze die aangeleverd krijgen? Dat soort vragen gingen



## Floris privé...

Floris van der Linden (46) is getrouwd met Mariëtte en heeft drie kinderen in de leeftijden 9, 11 en 12. Hoewel hij veel energie in zijn werk steekt, houdt hij in zijn vrije tijd van het bourgondische leven. Daarnaast gaat hij regelmatig wielrennen met zijn vrienden of toeren met zijn Jeep. In de winterperiode gaat hij met zijn gezin graag op vakantie naar tropische bestemmingen. Zijn vrouw Mariëtte is binnen DOOR verantwoordelijk voor de verkoop van de komkommers. Daardoor gaan de gesprekken thuis regelmatig over werk, maar niet op een vervelende manier. “Green Diamonds zit nu eenmaal verweven in ons leven”, aldus Floris.





29





wij stellen om ons marktpotentieel goed in kaart te brengen. We willen producten leveren die mensen ook echt willen. Daarom is het belangrijk om in rechtstreeks contact te staan met je klanten, zonder dat daar een schakel tussen zit.” En om de komkommers nóg meer te onderscheiden in de markt, werd ook in hoge mate samengewerkt met veredelaars. “We doen nu al jaren rassenproeven op onze bedrijven om de juiste soorten te vinden die passen bij onze ambities. Voor ons is het niet belangrijk of we een komkommer meer kunnen oogsten per vierkante meter, maar draait het om een bovengemiddelde smaak, een uitstekende kleur en uniformiteit van het product. En ook in die keuzes willen wij onze klanten betrekken.”

Momenteel vertegenwoordigt Green Diamonds een totaalareaal van 23 hectare op vijf teeltlocaties. “En we hebben de wens om de komende jaren door te groeien”, geeft Floris aan. “Niet ten koste van alles. Kwaliteit is en blijft de belangrijkste factor binnen Green Diamonds. Maar tegelijkertijd willen we ook in staat zijn om blijvend aan de toenemende vraag te kunnen voldoen. Betrouwbaarheid is een groot goed. Niet alleen waar het gaat om het product, maar ook om de beschikbaar-

heid. Onze afnemers moeten ook onze ambassadeurs zijn in de markt. We moeten elkaar als partners zien. Dus kiezen wij enerzijds heel specifiek wie daar wel en niet voor in aanmerking komen, maar werken we ook hard om

## ‘Wegvallen GMO zal tot meer versnippering leiden’

onze eigen beloftes waar te kunnen maken. Uiteindelijk moet binnen de handel gelden: je hebt komkommers en je hebt Green Diamonds. En over de meerwaarde van Green Diamonds moet nooit onduidelijkheid bestaan.”

### Gelijkgestemden

De telers van Green Diamonds zijn lid van Coöperatie DOOR voor de afzet van hun producten. De verkoop- en marketingactiviteiten van Coöperatie DOOR verlopen via verkoopdochter DOOR Partners. “DOOR Partners vermarkt onze gehele productie”, geeft Floris aan, “waarbij wordt gezocht naar partijen die in ons kwaliteitsconcept geloven. Veelal worden de kom-

kommers direct vanaf de teeltlocaties naar de afnemer gebracht om een optimale versheid te garanderen. En vaak hangt de komkommer op het moment van verkoop zelfs nog aan de plant om in de loop van de dag pas geoogst te worden en op transport te gaan.” Floris is erg te spreken over de samenwerking binnen DOOR. “De visie van DOOR sluit perfect aan op de marktvisie van Green Diamonds. De onafhankelijke positie en het behoud van de eigen identiteit biedt ons de kans om het hoogst haalbare uit de markt te halen. Daarnaast is het prettig om aangesloten te zijn bij gelijkgestemden, zoals Prominent, Purple Pride, Sweet Point en PapriCo. Het is een mooie club, zo voel ik dat echt.” Maar hoewel de zaken er goed voor staan, stilt dat binnen Green Diamonds vooralsnog niet de honger om nóg beter te worden, zo geeft Floris aan. “Er valt nog heel veel te bereiken. Elke dinsdag komen wij als ondernemers bij elkaar en bespreken we de voortgang. Daarbij werken wij data gestuurd, wat heel belangrijk is om een realistisch beeld van de gang van zaken te krijgen. Alle processen worden gemonitord en geanalyseerd om verdere verbeteringen door te kunnen voeren.” Floris geeft aan dat de ontwikkeling eigenlijk nooit stil staat. “We zijn als een van de



eersten gestart met een komkommer- teelt die gedurende het seizoen niet wordt onderbroken omdat de markt daarom vroeg. Daartoe hebben we onszelf de vraag gesteld hoe we op een goede manier de planten een seizoen lang aan de praat kunnen houden. Dat heeft veel tijd, geld en energie gekost, maar we hebben de afgelopen twee tot drie jaar wel enorme stappen gezet.” Daarnaast heeft Green Diamonds recent een eigen verpakkingslocatie in Maasland in gebruik genomen, waar de komkommers volgens de hoogste voedselveiligheidseisen voor met name de retail kunnen worden verpakt. “Alleen het product dat verpakt wordt, gaat naar Maasland”, licht Floris toe. “Het sorteren gebeurt nog gewoon op de bedrijven en onverpakt product gaat vanaf de teeltlocaties naar de afnemers.”

### Robotisering

Het zijn voorbeelden van stappen die reeds zijn gezet, maar binnen Green Diamonds zijn nog tal van andere ontwikkelingen die worden gevolgd of zelfs al opgepakt. Als voorbeeld wijst Floris op de inzet van oogstrobots. “Automatisering en robotisering is een hele grote wens. Op dat vlak vinden indrukwekkende ontwikkelingen plaats. In principe is die oogstrobot al ontwikkeld en kan de oogst heel nauwkeurig worden uitgevoerd zonder tussenkomst van mensen. We beseffen dat het een grote investering is, maar tegelijkertijd geloven we ook heel sterk dat die investering zich terug zal betalen. Niet zozeer in het terugdringen van de arbeid op de bedrijven, maar vooral ook doordat je met dergelijke robots heel veel data kunt verzamelen. Data waarmee de bedrijfsvoering en oogstplanning nog beter kunnen worden afgestemd.” Volgens Floris is de inbreng van veredelaars daarin ook van belang, aangezien een optimale inzet van robots mede afhankelijk is van hele specifieke plant en vrucht

eigenschappen. “Bij de rassenontwikkeling zal daar dus al rekening mee moeten worden gehouden.”

En dan is er nog de wens voor meer smaaktests, uitbreiding van de marketingactiviteiten en nog duurzamer telen dan al gebeurt. “Er liggen volop kansen voor de komende jaren”, aldus Floris, die tevens wijst op de groei in het out-of-home segment en een toenemende vraag naar gemak en gezond. Maar om al die ambities waar te maken en sterk te blijven als collectief, is vers bloed binnen de club

**‘Robots  
verzamelen  
data om de  
oogstplanning  
nog beter af te  
stemmen’**

wel gewenst. “We kunnen telers gebruiken die onze manier van werken onderschrijven en daar voor de volle honderd procent in willen stappen. Want we beseffen ons ook heel goed dat je hoeveelheid nodig hebt om relevantie in de markt te houden. Maar die bundeling moet wel op basis van kwaliteit zijn. Bundeling alleen omdat je allemaal in de komkommers actief bent, gaat gewoon niet werken. De gewone komkommer is een commodity. Daarom zoeken wij het onderscheid. Moet dat onderscheid de komende jaren vooral liggen op smaak, versheid of snelheid van verwerken? Dat is aan ons om in kaart te brengen en om vervolgens op te anticiperen.”

### Wegvallen GMO

Natuurlijk ziet Floris ook bedreigingen. “Denk aan het komkommervirus dat zoveel roet in het eten kan gooien. Of de prijsconcurrentie in de komkommers die heel sterk

blijft.” En ook het wegvallen van de GMO-gelden is volgens Floris zorgelijk te noemen. “De GMO is voor veel telers nu de verbindende factor. Als die straks wegvalt, wat gaan zij dan doen? Ik vrees dat het alleen maar tot meer versnippering zal leiden, want iedereen zal zijn eigen plekje in de markt willen claimen.” Daarom zal er de komende jaren nog verder vooruit moeten worden gedacht door ondernemers, meent Floris. “Vragen als ‘Wie doet mijn verkoop en waar wordt de prijs bepaald in de keten?’, ‘Past mijn teeltsysteem bij mijn afzetorganisatie?’, ‘Wil ik kennis delen en met wie?’ en dus ook ‘Wil ik kennis vergaren en ván wie?’. Eén ding is zeker: saai gaat het geen moment worden en wil je over tien jaar nog steeds komkommers telen, dan zul je moeten blijven veranderen.”

Op de vraag waar hij als ondernemer zelf over tien jaar staat, kan Floris nu nog geen antwoord geven. “Onze club daarentegen zal dan groter en nog professioneler zijn. Enerzijds qua afzet, waarbij we nog efficiënter zullen werken met onze ketenpartners en meer en meer in contact proberen te komen met de retailer om het gezamenlijke verkoopresultaat te verbeteren. Anderzijds zullen de telers hun teelt en bedrijfsvoering naar een nog hoger niveau brengen. En we zullen, al dan niet in gezamenlijkheid, op een andere of nieuwe locatie gaan ondernemen.” Hoe dat georganiseerd en gefinancierd gaat worden, weet Floris nu nog niet. “We praten hier ook over familiebedrijven, wat voor alle betrokken ondernemers een zeker eergevoel met zich mee brengt. Die dingen wegen ook mee in de beslissingen die richting de toekomst worden genomen. Maar het allerbelangrijkste voor mij is dat ik de drive en het plezier in mijn werk behoud. Want zonder die drive, moet je nooit aan nieuwe dingen beginnen.” ■