

IN GESPREK



‘Sector is groot genoeg om eigen team te hebben’

Het sterke en unieke van Delphy is dat het zich bezighoudt met advies én onderzoek, zegt directeur Jacco van der Wekken. Het bedrijf werkt volop aan eigen onderzoekslocaties voor verschillende sectoren. Zo is voor boomkwekerij en vaste planten een proeftuin in aanbouw in Hazerswoude. Zo’n ambitie ligt er op termijn ook voor de bloembollensector.

Tekst: Ellis Langen | Fotografie: René Faas

Jacco van der Wekken

DIRECTEUR DELPHY

Na zijn studie Wageningen Universiteit & Research werkte Jacco van der Wekken bij Enza Zaden en The Greenery. In 1999 werd hij directeur Plant bij DLV. Sinds 2015, toen het bedrijf werd gekocht door het management en de naam van het bedrijf veranderde in Delphy, is hij directeur van Delphy. Van der Wekken is opgegroeid op een akkerbouwbedrijf in Noordgouwe op Schouwen-Duiveland. Zijn broer runt in die plaats nog een bedrijf met tulpenbroei, zonnebloemen en asters.

Wat is de reden dat jullie investeren in eigen onderzoek?

“Vanaf 2007 is onze visie dat we niet alleen willen adviseren, maar ook kennis willen ontwikkelen door zelf onafhankelijk onderzoek te doen. Er werd destijds al aan de stoelpoten van het Productschap Tuinbouw gezaagd. Een teken dat praktijkonderzoek wel eens kon verdwijnen. Nederland is echter toonaangevend in veel tuinbouwsectoren. Wil je dit blijven, dan moet je doorgaan met kennisontwikkeling. En ook heel simpel: zonder productie houdt het voor ons ook op. Dus besloten we zelf te investeren in onderzoek. In de glastuinbouw zetten we in 2013 met het Improvement Centre in Bleiswijk de eerste stap naar een eigen onderzoekslocatie. We ervoeren de voordelen. Zo sta je sterker in de onderzoeks- en adviesmarkt. Je kunt snel inspelen op problemen waar kwekers in de praktijk mee worstelen en zelf kun je hierin prioriteit aanbrengen. Ook hoeft je niet op zoek naar een plek bij een kweker of ergens iets te huren. Een eigen locatie is ook belangrijk om goed, betrouwbaar en onafhankelijk onderzoek te doen. Het voornaamste voordeel is echter dat we praktische kennis ontwikkelen en onze adviseurs de uitkomsten ervan meteen kunnen gebruiken in hun advies.”

Hoeveel eigen onderzoekslocaties zijn er?

“Twee onderzoekslocaties in eigen bezit: in Bleiswijk voor de glastuinbouw en in Hazerswoude voor de boomteelt en vaste planten. Volgend jaar is die laatste locatie van 2,7 hectare in gebruik. Er komen een kas, containervelden en vollegrondsvelden. Voor het bouwen van een onderzoekslocatie zachtfruit zit-ten we tegen een deal aan. In andere sectoren werken we voor onderzoek samen met partners. Denk aan de Rusthoeve en ‘Op

de Es’ in de akkerbouwsector. In de bollensector begonnen we anderhalf jaar geleden bij Warmerdam Spoelbedrijf met onderzoek met een klimaatkast. Daar huren we ruimte voor ons eigen klimaatonderzoek. Dit jaar hebben we in Lisse aan de Heereweg van een kweker langdurig een perceel voor onderzoek gehuurd. Het gaat om één hectare grond voor buitenproeven. Het is belangrijk om in de Bollenstreek te zitten; de grondsoort en het klimaat zijn herkenbaar voor kwekers. Dit jaar stonden er 25 proeven. De andere vijf proeven in de bloembollen vonden plaats op andere plekken in het land, bijvoorbeeld als het gaat om onderzoek naar grondgebonden ziektes. Momenteel werven we voor het komende ‘proevenseizoen’. Komende maanden wordt bekend welke proeven dat gaan worden. In mei en in september komen er open dagen. We zien dat de bloembollensector flink ontwikkelt. Dat levert meer kennisvragen op. Een groeiende markt dus. Onze ambitie is dan ook een eigen onderzoekslocatie voor bloembollen in deze streek, liefst met kantoor. We hopen die in 2021 te hebben.”

De broeierij groeit. Gaan jullie hier ook onderzoek in doen?

“De basis voor een goede broei is goed en sterk uitgangsmateriaal uit de bollenteelt. Als dat er is, heb je in de broeierij de wedstrijd al voor de helft gewonnen. Er komen uit de broeierij minder kennisvragen. Bovendien zijn we in ons adviesveld sterker in de bollenteelt dan in de broeierij. Onze focus ligt dus voorlopig bij de bloembollenteelt. Toch sluit ik een onderzoekslocatie voor de broeierij op termijn niet uit. We doen ook wel wat in de broeierij. Zo zijn we in lelie gestart met het modelleren van de leliebroeierij. Dit lijkt op het Quality Monitoring System (QMS) dat al jaren dienstdoet als groeimodel in

de chrysantenteelt. In lelie hebben we dit model zelf ontwikkeld en testen het bij vijf broeiers. Van hen krijgen we onder andere gegevens over het uitgangsmateriaal en de klimaatomstandigheden tijdens de broei. Hier rollen een oogstprognose en planning uit. Hiermee kunnen zij het broeiproces verbeteren. Bijvoorbeeld door licht en temperatuur aan te passen waardoor je sneller kunt broeien mét behoud van kwaliteit. Het QMS is dus gericht op een efficiëntere teeltplanning en doorlooptijd. Dat past goed in de broeierij. Het zijn bijna 'fabrieksmatige' teelten. Je ziet ook dat broeiers die dat goed in de vingers hebben, groeien. Zo'n QMS willen we ook ontwikkelen voor tulpenbroei en wellicht ook voor hyacint."

Waar komt input voor onderzoek vandaan?

"Er zijn drie sporen waar kennisvragen vandaan komen. Een kweker of een groep kwekers, onze eigen onderzoekers en adviseurs, en partners, zoals toeleveranciers en verwerkers. De leidende factor is dat we alleen proeven doen waarvan de uitkomsten direct in de praktijk toepasbaar zijn. We doen dus geen fundamenteel onderzoek. We nemen zelf de lead in het onderzoek en het is onafhankelijk. Wij vertellen wat er uit de proef komt en laten ons daarbij niet leiden door zaken die we niet zouden mogen vertellen. Geheim onderzoek doen we vrijwel niet. Onze meerwaarde is juist dat adviseurs meteen iets met de uitkomsten kunnen. Dit jaar staken we zelf zo'n 80.000 euro in bloembollenonderzoek. Veertig procent van onze totale omzet in de bloembollensector komt uit onderzoeksprojecten, de rest komt uit advies."

Hanteren jullie een bepaalde visie bij wat je wel en niet oppakt aan onderzoekswensen?

"De aanleiding van een proef van kwekers is altijd dat ze een knelpunt hebben en iets snel uitgezocht willen hebben. Zo doen we vrij veel onderzoek naar biologische en chemische middelen. We dienen daarin geen hoger doel. Met ons eigen onderzoeksbudget zetten we echter wel in op bredere onderwerpen en richten we ons niet te veel op chemie. De trend is duurzaam; er komen minder middelen, de bodem wordt belangrijker en men is op zoek naar andere teelttechnieken. We brainstormen met onze onderzoekers en adviseurs: wat speelt er in de sector, wat zijn de knelpunten en kunnen we daar onderzoek naar doen. Daar komt dan onderzoek naar. Soms zoeken we er partijen bij, soms ook niet."

Hoe ziet jullie portefeuille er in de bollensector uit?

"Als team Delphy Bloembollen en bolbloemen hebben we 350 klanten. Ongeveer 35% van de 'serieuze, blijvende telers' is klant. De sector is groot genoeg om een eigen team te hebben. We hebben een team van zes mensen en zoeken nog iemand. Al zie je schaalvergroting bij de bedrijven en minder bollenbedrijven, we groeien in klanten. Opvallend is wel dat we in de bollensector geen adviseurs in het buitenland hebben. In alle andere sectoren waar Delphy actief in is, hebben we die wel. Het is wel geprobeerd. We hadden een Nederlander die in Engeland woonde en daar ter plekke bollenadvies ging doen. Uiteindelijk is dat niets geworden. Engelse klanten laten toch liever een adviseur uit Nederland overkomen. Nederland wordt dus heel sterk gezien als het kennis- en toonaangevende land voor bloembollen."

Wat zijn vernieuwende diensten of producten?

"We hebben dit jaar Delphy Digital opgericht. Hier werken twee teeltingenieurs over de sectoren heen. Zij richten zich op digitale ontwikkelingen en toepassingen. Ze zijn de schakel tussen de softwareontwikkelaar en de kweker en adviseur. Het zijn mensen met groene kennis die nadenken over hoe digitalisering ingezet kan worden in teelten, maar bijvoorbeeld ook hoe het advieswerk te verbeteren is. Denk aan bodemkaarten, drones en groei- en klimaatmodellen. Zo



'Jonge kwekers zijn hoogopgeleid, strategisch en kritisch'

hebben we in Bleiswijk de 'komkommerchallenge', een wedstrijd geïnitieerd door een Chinees bedrijf en WUR met als doel wie het beste komkommers op afstand kan telen. Men mag daarbij niet in de kas komen en alles wordt beslist aan de hand van sensordata. Dat kan ook voor de leliebroeierij interessant zijn. De 'Bouwplanchek', die onlangs is gemaakt voor de akkerbouw en die gericht is op gezonde grond, wordt ook voor de bloembollensector ontwikkeld."

Waar ligt voor Delphy de komende jaren de uitdaging?

"Verjonging. Daarom ben ik blij dat we in Sub40 van de Hillenraad staan. Dat zijn de veertig meest toonaangevende bedrijven voor jongeren in de tuinbouw. Jonge aanwas krijgen met affiniteit in de sector is lastig, maar het lukt wel. Een stuk beter dan tien, vijftien jaar geleden. We zijn breed bezig: met onderzoek, digitalisering en teelt. Een groep jonge mensen spreekt dat aan. Nieuwe mensen hebben hbo of hbo-plus als opleiding. Dat moet. De jonge generatie kwekers is vaker hoger opgeleid. Ze kunnen dan samen op niveau praten en begrijpen elkaar. Met alleen teelttechnisch advies brengen, red je het niet bij jonge hoogopgeleide klanten. Zij willen dat er strategisch wordt meegedacht, ze willen meepraten en -denken over digitalisering en onderzoek én zijn kritisch. De leidraad bij Delphy is dat de klant en de adviseur een klik moeten hebben. Adviseurs in het westen rijden daarom naar het noorden en een adviseur uit Emmen rijdt voor advies naar het zuiden. We zijn geen efficiënt bedrijf, maar we willen wel effect sorteren bij onze klant." ♦