



KAVB

Bloembollensector gaat voor waardering

'Kompas op 2025' heet de visie die KAVB-voorzitter Sjaak Langeslag dit voorjaar aan de bloembollensector presenteerde. Aanleiding: het 150-jarige jubileum van Koninklijke Algemeene Vereeniging voor Bloembollencultuur, zoals de KAVB voluit heet. "Ik wil de bollensector uitdagen en inspireren om verder te kijken dan het eigen erf."

"Bij bloemen speelt 'biologisch' niet zo'n belangrijke rol als bij voedsel."

"KAVB moet goed op achterblijvers letten"

Cees de Wit van Germaco BV ziet absoluut toekomst voor de tulpenteelt in Nederland, mits alle bollentelers en -broeiërs duurzaam gaan werken. "Duurzaamheid moet een vereiste worden. De KAVB moet daarbij vooral goed op de achterblijvers letten."

Germaco broeit jaarlijks in Bovenkarspel 70 miljoen tulpen voor de retail en teelt op 150 hectare bloembollen in de Flevo- en Noordoostpolder. Het bedrijf is EUREP-GAP en MPS SQ gecertificeerd, wat betekent dat het aan internationale milieu- en sociale eisen voldoet. Biologische tulpen heeft hij twee jaar geprobeerd, maar die verkopen niet. "Het product is minder mooi en 50 procent duurder om te telen. Bij bloemen speelt 'biologisch' niet zo'n belangrijke rol als bij voedsel."

Mens en milieu

Het initiatief van de KAVB om het maatschappelijk bewustzijn van de sector te vergroten, julcht Cees de Wit toe. Al had dat initiatief wat hem betreft wel wat eerder genomen mogen worden. "De consument heeft geen flauw idee van de herkomst van onze bollen. Dat hoeft ook niet. Maar hij of zij moet wel beseffen dat ze op een duurzame manier worden geproduceerd. Dat wil zeggen: dat er bij de productie verantwoord is omgesprongen met mens en milieu. Mijn grootste angst is dat achterblijvers het beeld van de sector gaan bepalen. Negatieve berichten over een 'rommelaar' halen namelijk eerder de publiciteit dan de succesverhalen van maatschappelijk bewuste telers. Ik zie bij het achter de broek aan zitten van achterblijvers een belangrijke rol weggelegd voor de KAVB. Die koplopers doen het ook zonder extra aanmoediging wel goed."

Reactie Sjaak Langeslag: "De KAVB brengt als eerste sector in Nederland sinds 1995 via ons landelijk milieuoverleg samen met diverse overheden een milieujarverslag uit. De voortgangsrapportage bloembollen is te krijgen via ons kantoor. Dus dat het initiatief laat is, ben ik niet met Cees de Wit eens. De aandacht lag tot nu toe op milieu en we verbreden dat nu met Kompas op 2025."

De tulp is het symbool van Holland. De Keukenhof een topattractie. Nederlandse tulpen zijn wereldberoemd, en dat al vele eeuwen lang. "Bollenkwekers zijn de Mondriaans van het landschap", zegt Langeslag poëtisch. "Maar dat betekent niet dat onze plek in Nederland gegarandeerd is. Die moeten we blijven verdienen. Het gaat uiteindelijk om waardering: van de burger en van de consument. De eerste bepaalt of je mag produceren, de tweede of hij of zij een goede prijs voor je product over heeft. Beiden zijn belangrijk. Altijd al geweest."

Ambassadeurs

"We hebben een prachtproduct", vervolgt Langeslag. "Maar de bloeitijd daarvan is beperkt. Ook als er niets bloeit moeten bollentelers ervoor zorgen dat het landschap aantrekkelijk is. Denk aan bedrijfsgebouwen en de aankleding van erf en percelen. Nu vindt men het landschap verrommeld. En soms veroorzaken we teveel hinder. We zitten hier midden in de Randstad. Als je niets doet, is dat een risico."

Een mooie en schone bollensector, daar pleit Langeslag voor. "Milieu is al sinds 1995 een item, waarover we via ons Milieujaarverslag elk jaar verantwoording afleggen. Met de nieuwe visie trekken we het nu breder. Die gaat veel verder dan het vermijden van overlast. Ik probeer onze ondernemers daarvan te overtuigen. Het is niet meer voldoende om zo goedkoop mogelijk te produceren en te zeggen dat je voor werkgelegenheid zorgt. Ik zeg ook tegen hen: maak van je medewerkers ambassadeurs. Betrek ze bij belangrijke beslissingen. Zorg dat ze met trots over je bedrijf en de sector vertellen. Dat is ook in

hun eigen belang, want zo dragen ze bij aan de continuïteit van het bedrijf, hun werkgever."

Netwerk

Goed idee, maar hoe krijg je 2.500 bedrijven zo ver? De KAVB-voorzitter: "85 procent van alle bedrijven is lid, 400 leden zijn permanent actief bij de vereniging betrokken. En daar zit elk jaar verversing in. We hebben een enorm netwerk en korte lijnen. Het gaat er om eerst een beeld neer te zetten dat hopelijk voldoende uitnodigend is om aan mee te werken. Daarna geven we hieraan een vervolg met een projectagenda. En de KAVB als regisseur. Ik zie volop mogelijkheden maar de ondernemers moeten het wel zelf doen. Het is een langetermijn-investering."

Een van de jongste initiatieven is de oprichting van een Jong Ondernemersnetwerk en de organisatie van een Jongerendag. "Kennissen uitwisselen, van elkaar leren, over de heg kijken bij andere bedrijven. Niet steeds zelf het wiel uitvinden. Daarin zie ik nog veel kansen. Tijdens de Horti Fair organiseren we een symposium over naamgeving, kwekersrecht en octrooirecht, een hot item. En een dag over internationaal ondernemen, met medewerking van Flynth en Rabobank."

Is dit een goede periode voor verandering? "We zitten nu in een economisch dal, de markt is uit balans. Een groot aantal ondernemers is op zoek. Als je ze perspectief kunt bieden en een zoekrichting voor bedrijfsontwikkeling, dan helpt dat."