

KAS MAGAZINE 2025
NUMMER 1 / € 10,95

Kas

VOOR TUINBOUWONDERNEMERS



LEVI EVERS:

Gamechanger
met Bredefleur

VERDER IN DEZE KAS: RIZA GROWERS / BLADLUIS IN CHRYSANT / ROBOHOUSE / ROBERT GRAHAM
SMAAKPAPRIKA'S / GASLOOS TELEN / TRIPS IN LELIETEELT / NOVABITE / VOEDSELTRANSITIE **EN MEER...**



Heb jij al een **GROEN PLAN?**

Realiseer met zo laag mogelijke
energiekosten een zo laag
mogelijke CO₂-uitstoot

SLIM NAAR KLIMAATNEUTRAAL



Jacco Strating
Uitgever KAS Magazine

DUURZAAMHEID PREDIKEN

Ik was laatst aanwezig tijdens het eerste Tuinbouw Footprint Event, een initiatief van Greenhouse Sustainability. Op de prachtige locatie van Op Hodenpijl in Schipluiden, een voormalige kerk, kwamen ruim 200 sectorgenoten samen om zich te laten bijpraten over duurzaamheid en footprinting.

De laatste jaren heeft verduurzaming een behoorlijke vlucht genomen binnen de tuinbouw. Telers, toeleveranciers en dienstverleners zetten allemaal op hun eigen manier stappen om 'groener' te worden. Maar door de toenemende regelgeving, nieuwe standaarden en een veelheid aan partijen die daarbij kunnen helpen, zien velen door de bomen het bos niet meer.

Het Tuinbouw Footprint Event was georganiseerd om meer te leren over footprinting, het inzichtelijk maken van de milieu-impact, en de toekomst van duurzaamheid binnen de tuinbouwsector. Colours of Nature, Porta Nova, Houwenplant, Oxin Growers en de VGB deelden hun ervaringen en lieten weten dat je verduurzamen vooral uit eigen beweging moet oppakken. 'Van moeten naar willen', zei een van de sprekers. Oftewel, je moet erin geloven.

Dat het 'duurzame evangelie' uitgerekend in een oude kerk werd gepredikt, lijkt haast symbolisch. Feit is wel dat recent nog in het nieuws was dat steeds meer kerkgebouwen in Nederland met leegstand te maken hebben. De kerk van Op Hodenpijl was tijdens het Tuinbouw Footprint Event echter overvol, waarmee duidelijk werd dat duurzaamheid voor velen in onze sector heilig is.

Mede daarom maken wij binnenkort ook een speciaal magazine rondom verduurzamen. Een bewaaruitgave om de duurzame boodschap van de sector verder te verspreiden. Wil jij jouw geloof in een groene toekomst ook delen? Doe dan met ons mee en meld je bij mij aan via jacco@kasmagazine.nl.

ranking grow_{the}r

NOMINEER DE MEEST DUURZAME TELERS

1



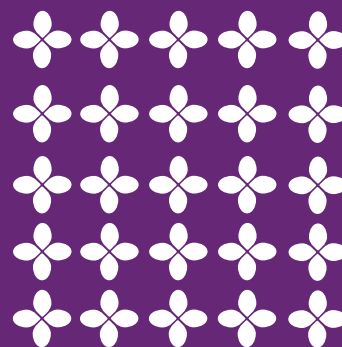
KAS Media en HortiContact
zoeken de 'meest duurzame telers'
in de categorieën groenten,
bloemen en planten.
Wie zetten grote stappen in het
verduurzamen van hun bedrijfs-
voering en productie?



Scan de QR-code, nomineer jouw
favoriete kwekerijen en maak kans
op tickets voor het exclusieve
Ranking the Grower Event tijdens
HortiContact 2026!

RANKING
THE GROWER
EVENT

20 26



NOMINEER NOG TOT 1 JUNI 2025!

INNOVEREN

Fusarium in komkommer aangepakt / 8

'Vaart maken' met knoprobot chrysant / 34

GEZONDHEID

Groene strijd tegen trips in lelies / 18

Voedseltransitie appeltje-eitje? / 62

VERDUURZAMEN

Groene toekomst met lieveheersbeestje? / 28

GROEIEN

Online thema: scan en lees / 42

Smaakpaprika's in de lift / 48

ONDERNEMEN

Out of the box én gasloos telen / 54

ENERGIE

Online thema: scan en lees / 60

INTERVIEWS

Coverinterview: Levi Evers / 10

Arts en chef Robert Graham / 22

Henk de Jong, Riza / 38

COLUMNS

Roger Engelberts / 27

NIEUW: Daniel Lopez Lacasa / 53

GAST: Hans Ligtenberg / 65

SERIES

A Growers Climate / 32

Brightlands / 44

Tuinbouwvrouwen / 58

VERDER

Voorwoord / 3

Kort / 6

Colofon en volgende uitgave / 66



KORT

NIEUWE COLUMNIST

Ook dit jaar verwelkomen we weer een nieuwe KAS-columnist. Mike Gitzels van Plantenkwekerij Gitzels geeft het stokje door aan Daniel Lopez Lacasa. Daniel verhuisde twee jaar geleden van Spanje naar Nederland om bij Syngenta aan de slag te gaan als Assistent Veredelaar. In KAS deelt hij zijn ervaringen. Het kan overigens goed dat Daniel je bekend voorkomt. In december nam hij namelijk ook deel aan KAS Werken & Leren, waarin hij vertelde over zijn werk. Met de serie columns geeft hij daar nu dus een vervolg aan. Je vindt zijn eerste column op pagina 57 in dit magazine, waarbij hij vertelt over de verschillen tussen Nederland en Spanje waar hij na zijn verhuizing tegenaan liep. Daniel schrijft zijn columns exclusief voor KAS en deze zijn alleen in het magazine zelf te lezen.



HORTIBIZ GP

Het is inmiddels een echte tuinbouwtraditie geworden: bij dit magazine ontvang je net als voorgaande jaren de Hortibiz GP muurposter. Daarmee haal je het volledige wedstrijdschema van het nieuwe Formule 1-seizoen binnen en kun je na elke GP de uitslag invullen. De poster is een initiatief van Hortibiz News & Media en wordt gratis aangeboden aan alle lezers van KAS Magazine. Wil je er meer hebben? Ga dan langs bij World Horti Center en haal nog een extra exemplaar op. De poster wordt mede mogelijk gemaakt door een groot aantal partijen uit de tuinbouw die met een eigen raceauto of vlag op de poster te vinden zijn. Wat is jouw favoriet?



SPECIALE KAS OVER VERDUURZAMEN!

In navolging op het succes van KAS Werken & Leren maken wij deze zomer opnieuw een speciale editie. Deze zal volledig in het teken staan van verduurzamen. Met het magazine zetten we alle ontwikkelingen en initiatieven op gebied van duurzaamheid binnen de tuinbouw op een rij. Wat verstaan we nu echt onder duurzaamheid? Hoe ga je ermee aan de slag? Wat levert het je op? Wie zijn de koplopers in de sector? Welke meerwaarde heeft de milieufootprint? Wat maakt de ene verpakking duurzamer dan de andere? Hoe kun je vergroenen in de kas? En welke bedrijven en technologieën helpen jou op weg?

Doe je ook mee?

Reserveer nu jouw plek in het magazine, deel jouw ervaringen met verduurzamen of vertel over jouw duurzame initiatief, product of dienst. Wij verzorgen de tekst, professionele fotografie en opmaak. 'KAS / Verduurzamen' wordt hét bewaarmagazine waarin je alles leest over een duurzame glastuinbouw. De uitgave valt rond de zomer door de bus bij zo'n 4.000 adressen en deelnemers ontvangt extra exemplaren om zelf te verspreiden op events en onder relaties. Neem voor 18 april a.s. contact op via jacco@kasmagazine.nl.

MUURPOSTER



GEEN FUSARIUM DOOR GEÏONISEERD WATER

Remi van Geest van komkommerkwekerij Green-Y-land kampte vorig jaar opeens met fusarium in komkommer. De teler moest de teelt zelfs beëindigen, het probleem was te groot. Van Geest kreeg de tip om een circulatiepomp van FreshWater in de watersilo te hangen. Twee weken later waren alle schimmelsporen in de silo opgeruimd, vertelt hij.

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Sharon Schouten

Green-Y-land heeft twee komkommerkwekerijen in Tinte, op de Zuid-Hollandse eilanden, van 1,5 hectare en 2,5 hectare groot. Er vinden drie teelten per jaar plaats op substraat. Vorig jaar februari zat er opeens fusarium in een nieuwe teelt komkommer, eind maart besloot Van Geest het gewas te ruimen. "Normaal hebben we geen last van fusarium, maar ineens was het er. Dan ga je allerlei oorzaken zoeken, maar meestal komt het door het water. Voordat we de pomp in gebruik namen, hebben we een wateranalyse van het water in de silo laten doen en twee weken later nogmaals. Toen bleken alle schimmelsporen weg te zijn. Het water was duidelijk gezuiverd."

De energiezuinige circulatiepomp pompt continu water door een speciale 'device'. Ionisatie zorgt voor schoon

water met minder algen, minder bacteriën en minder micro-organismen. Je moet er in geloven, maar de wateranalyses laten duidelijk zien dat het water schoon is, zegt Van Geest. "Je hebt een probleem en dat moet worden opgelost. Ik hoorde van iemand van wie het water in het waterbassin helemaal groen was en twee weken later weer helemaal helder door de circulatiepomp van FreshWater. Dan geloof je het wel. Daarnaast zie ik met eigen ogen dat de filters minder snel vuil zijn. De pomp reinigt en doodt alle verkeerde pathogenen."

Beproefde methode

Ionisatie is een beproefde methode om water te zuiveren. In de zorgsector wordt al jaren niet anders gedaan. Dat bracht eigenaar Aad van der Starre van FreshWater op





het idee om ook ionisatietoepassingen voor andere sectoren te ontwikkelen. In de pluimveehouderij zijn de systemen van zijn bedrijf inmiddels de standaard geworden. Nu is ook de glastuinbouw aan de beurt, vindt de ontwikkelaar. De werking van het systeem is niet heel ingewikkeld, zegt Van der Starre. Door het gebruik van de energiezuinige circulatiepomp wordt het water in het bassin 24/7 langs een device gestuurd. Deze unit laat doorlopend ionisatie op het water los, waardoor nanobubbels ontstaan. Deze bubbels zorgen voor een O₂-verbinding met pathogenen. Zo doodt ionisatie micro-organismen in het water en zorgt daarmee ook voor minder biofilm, legt hij uit. "Door de unit ontstaan bepaalde trillingen in het water, waardoor het verrijkt wordt met zuurstof. Daarnaast zijn de ionen die ontstaan negatief geladen en ziekteverwekkers als virussen positief geladen. Op die manier zorgt negatief geladen water voor afdoding van virussen."

Vitalere plant

Ionisatie biedt langdurige bescherming tegen micro-organismen. Dat betekent dat het water

langer schoon blijft. Volgens Van der Starre zorgt ionisatie er ook voor dat water wordt gestructureerd, waardoor het voor planten makkelijker is om voedingsstoffen op te nemen. Remi van Geest erkent dat. "Het lijkt erop dat de komkommerplant vitaler is en wat makkelijker groeit. Dat geeft productieverhoging. We hoeven nu nauwelijks chemisch in te grijpen; elke keer dat je moet spuiten, betekent toch weer groeiremming. Ik zie serieuze voordelen van het systeem."

Een device kost rond de 5.000 euro. Daarmee kun je tussen de 2.000 en 3.000 m³ water reinigen. Fresh-Water adviseert voor het beste resultaat de devices in het bassin en de belangrijkste silo's te plaatsen of direct aan te sluiten op de hoofdleiding naar de kas toe. Van Geest heeft de circulatiepomp in de laatste watersilo voor de kas gehangen. "Als je het goed wil doen, moet je pompen in alle silo's plaatsen, maar dat is ook een financieel verhaal", zegt hij. "De laatste silo is bij ons de belangrijkste silo, met de dagvoorraad. Door deze silo schoon te houden, lukt het ons fusarium in komkommer de baas te blijven."





LEVI EVERS (29):

'WE HEBBEN ELKAAR NIET UITGEKOZEN'

Samen met zijn broers Peter, Thomas en sinds kort ook Ruben, runt Levi Evers kwekerij Bredefleur. Ze namen het leliebedrijf uit Moerkapelle enkele jaren terug over van hun ouders en werken elk met hun eigen kwaliteiten aan de toekomst van de onderneming. Al gaat het succes volgens Levi vooral schuil in de bereidheid om elkaar door en door te willen kennen. Ze investeerden dan ook veel tijd in zichzelf én in elkaar. "Onze sterke onderlinge relatie is de beste brandstof voor het bedrijf."

Tekst: Jacco Strating, **Fotografie:** Lianne Torn-Boschman / Salted by Salt

In juni verwachten Levi en zijn vrouw Laura hun eerste kind. "Een bijzonder moment, waar wij heel erg naar uitkijken", zegt Levi. De jongste telg van de familie Evers zal net als Levi opgroeien in Moerkapelle, een rustig dorp in het Oostland. Zelf komt Levi uit een groot gezin met zeven kinderen: vijf jongens en twee meiden. Levi is de op een na jongste. "Ik heb een fijne jeugd gehad, waarin heel veel ruimte was voor ontwikkeling. Ik kon echt mijzelf zijn en heb nooit het gevoel gehad dat er bepaalde verwachtingen richting mij waren. Dat is ook hoe ik ons kind wil laten opgroeien."

Heel veel zelf bepalen

Zijn ouders juichten het altijd toe dat Levi dingen deed die hij leuk vond. "We waren ooit op vakantie bij vrienden van mijn ouders in Amerika. Zij hadden quads staan. Toen we terugkwamen heeft mijn vader in een opwelling ook drie quads gekocht, maar dat heeft niet lang geduurd. Ze waren van mijn vader, maar wij gingen erop rijden. Vervolgens waren we er helemaal niet zuinig mee, waardoor ze kapot gingen. We hadden geen verantwoordelijkheidsgevoel. Dus na driekwart jaar gingen die quads alweer de deur uit. Mijn vader zei toen: jullie mogen alles, zolang je het echt wilt en het ook zelf bekostigt en regelt. Hij wilde het ook best voorschieten, maar dan moesten we wel zelf een plan maken hoe we dat gingen terugbetalen. Voor mij is dat een hele belangrijke les geweest. Het gaf mij het signaal dat je eigenlijk best heel veel dingen in het leven zelf kunt bepalen, zolang je er maar verantwoordelijkheid voor neemt."

Levi voegde de daad bij het woord. "Ik wilde heel graag op motorcross, dus ging ik net zo lang sparen totdat ik op mijn dertiende een crossmotor kon kopen voor 1.250 euro. Mijn ouders waren daar niet heel erg blij mee, maar ik had het zelf geregeld, dus ze hadden er ook wel weer schik in. En mij gaf dat een enorm vrijheidsgevoel. De wereld van mogelijkheden ging letterlijk voor mij open." Bovendien, als Levi iets doet, gaat hij er ook 500 procent voor, zo geeft hij aan. "Ik had geen geld om die motor te laten repareren, dus was ik vier tot vijf dagen in de week zelf aan het sleutelen. En ik wilde de beste zijn, dus ging ik het ook heel professioneel oppakken. Ik ging filmpjes kijken van motorcross en ging wedstrijden rijden omdat ik bekert wilde winnen. Zo heb ik jarenlang fanatiek gecrost. Ik heb uiteindelijk nooit

een beker in mijn handen gehad, maar heb wel altijd tot het eind meegevochten."

Het verschil met andere jongens was dat zij door hun ouders werden gefaciliteerd, terwijl Levi alles zelf regelde. "Dat maakte mij alleen nog maar trotser. Ik was misschien geen winnaar, maar zo voelde ik mij wel." Omdat Levi uit een groot gezin kwam, leerde hij al vroeg om voor zichzelf op te komen. "De bewijsdrang om mijn eigen plek te verdienen zat er al vroeg in en is er ook altijd wel ingebleven. Maar hoewel ik het vandaag de dag nog steeds leuk vind om op die zeepkist te staan, komt dat nu veel meer dan toen écht vanuit mijzelf."

Elkaar leren begrijpen

Het ondernemerschap heeft daar volgens Levi aan bijgedragen. "De laatste jaren heb ik veel tijd geïnvesteerd in wie ik ben en waar ik vandaan kom. Die psychologische kant interesseert mij heel erg. Toen mijn broers en ik het bedrijf zo'n vijf jaar geleden overnamen, zijn we heel bewust een traject met elkaar ingegaan. Want als je samen een bedrijf succesvol wilt runnen, dan moet je elkaar wel eerst goed leren kennen. Naast successen krijg je ook te maken met minder leuke dingen. Met die tegenslagen moet je kunnen omgaan. Ik doe dat anders dan mijn broers. Daarom is het goed om jezelf beter te leren kennen, maar ook elkaar." Ze schakelden daar al vrij snel hulp bij in en die begeleiding krijgen ze nog steeds, geeft Levi aan. "Het gaat om een stuk persoonlijke ondersteuning op de relatiekant van elkaar, niet op de zakelijke kant. Doel daarvan is om elkaar te begrijpen. Ik durf wel te zeggen dat de wil om te investeren in onze onderlinge relatie de sleutel is tot het succes van Bredefleur. We hebben daar echt enorme stappen in gemaakt met elkaar, waardoor onze sterke relatie nu de beste brandstof is voor het bedrijf."

Volgens Levi wordt soms te snel de aanname gemaakt dat mensen te veel op elkaar lijken en dat een samenwerking daarom niet gaat werken. "Maar ik denk dat het dan juist een hele sterke samenwerking kan zijn, zolang je met elkaar bereid bent om dieper te gaan om dat op te zoeken. Wij hebben heel veel respect voor elkaar en luisteren goed naar elkaar, maar omdat we ook heel fanatiek zijn aangelegd, gaat het ook bij ons niet altijd zonder wrijving. Dat

**'DE WIL OM TE INVESTEREN
IN ONZE RELATIE IS DE
SLEUTEL TOT ONS SUCCES'**



'WIJ WILLEN GAMECHANGERS
ZIJN DOOR **DE DINGEN**
OP ONZE MANIER TE DOEN'



zorgt er wel voor dat we elkaar blijven prikkelen en elkaar blijven versterken als team.”

Dat fanatisme zit diep bij de broers. “Genoegen nemen met ‘het zal wel’ of ‘ik begrijp het niet’ en het daar dan bij laten is voor ons echt een ‘no go’. We willen alles kunnen doorgronden, zijn leergierig en doen de dingen met energie en power. En we gaan net zo lang door tot we het kunnen. We willen alle ins en outs van onze business kennen. Want scoren doe je niet met een 6, maar met een 9+. Halen we dat niet, dan zijn we niet tevreden.” Levi geeft aan dat hij niet opgroeide in een complimenteus gezin. “Ik voelde de waardering wel, maar er werd niet met complimenten gestrooid. Dat is ook wel iets wat ik moet leren richting onze medewerkers én naar mijn broers. Door mijn vechtersmentaliteit wil ik daar wel eens aan voorbij gaan. Soms moet je dan toch accepteren dat als je die 9 een keer niet haalt, de prestatie er niet minder om is.”

Maximaal delen

Levi vertelt dat hij en zijn broers thuis altijd te horen kregen dat je elkaar vooral zoveel mogelijk met rust moet laten om een samenwerking te laten slagen. “Mijn vader zei dat iedereen zijn eigen ding moest doen en we ons niet te veel met elkaar moesten bemoeien. Wij zijn daar uiteindelijk juist totaal anders in gaan staan. Wij geloven dat het goed is om maximaal te delen waarmee je bezig bent en tegen welke dilemma’s je aanloopt. Door je kwetsbaar op te stellen, open naar elkaar te zijn en kritisch te blijven, kun je pas écht optimaal met elkaar werken. Wij hebben elkaar niet uitgekozen, we zijn geboren in hetzelfde gezin. Als je als familie samenwerkt, wordt de dynamiek bepaald vanuit de onderlinge verhoudingen die je als kind met elkaar had. Daar moesten we dus doorheen en dat is ons gelukt. Het was een heel mooi proces dat ons echt met elkaar heeft verbonden. En daardoor is het nu vooral een gave bijkomstigheid dat we óók familie van elkaar zijn.”

Peter was de eerste broer die in 2010 in het bedrijf kwam. De leliekwekerij in Moerkapelle was op dat moment nog 5,5 hectare groot. Toen een jaar later een tweede locatie van 4 hectare in Luttelgeest werd gebouwd, werd Peter daarvoor verantwoordelijk. Weer een jaar later kwam Thomas in het bedrijf. Hij volgde Peter naar Luttelgeest en in 2015 werd daar nog eens 2 hectare bijgebouwd. “In datzelfde jaar kwam ik van

school en ging ik stap voor stap taken van mijn vader op het bedrijf in Moerkapelle overnemen”, vertelt Levi. Nadat in 2018 opnieuw met 2 hectare werd uitgebreid in Luttelgeest, namen de drie broers het bedrijf over van hun vader. “Dat was een intensief proces. Mijn vader en wijzelf ook wilden geen schenking, maar een financiële transactie. In de jaren ervoor hadden we wel wat vermogen opgebouwd, maar in feite begonnen we na de overname weer op nul. De kennis en ervaring blijft behouden, maar financieel ga je 100 procent in zijn achteruit. Dat realiseren mensen zich vaak niet.”

Optimalisatie realiseren

Na de overname gingen de broers met elkaar in gesprek over de toekomst. “We besloten om alle taken los te knippen en onze talenten meer uit te nutten over het geheel heen. Elke kas die we door de jaren heen bijbouwden, zorgde ervoor dat de werkdruk groter werd. Dat deed ons realiseren dat schaalvergroting alleen mogelijk was door het bedrijf anders te organiseren. Door duidelijke functieprofielen op te stellen en taken en verantwoordelijkheden te verdelen.” Zo ging Levi zich niet langer bezighouden met de teelt, maar zich richten op alle verkoop van beide locaties. “Alles veranderde, maar het lukte ons wel om een optimalisatie te realiseren.” De manier waarop een bedrijf wordt ingericht is volgens Levi ook bepalend voor de manier waarop je wilt leven. “Wij vinden het niet gezond dat ondernemers vaak geen tijd hebben om met vakantie te gaan. Zo wil ik in ieder geval niet leven. Ik wil maximaal gas geven voor het bedrijf, maar vind reizen ook mooi. Zo ben ik de afgelopen jaren samen met mijn vrouw een paar weken naar Argentinië, Australië, Cuba en Mexico geweest. Ik zie dat óók als een stuk ontwikkeling. Culturen leren kennen, mensen ontmoeten. Ik hou ervan om intens te leven naast mijn werk. Lekker met vrienden borrelen, maximaal sporten. De combinatie tussen werk en privé vind ik heel belangrijk. Maar die balans kun je alleen realiseren als je daar de organisatie op inricht.”

Als directielid voelt Levi de verantwoordelijkheid die op zijn schouders rust. “Ik ga over de verkoop en de marketing, daar mogen mensen mij ook op aanspreken. Het is belangrijk dat iedereen binnen de organisatie zich verantwoordelijk voelt voor zijn werk, want dan ga je er ook echt voldoening uithalen. Niet alleen binnen de directie, maar op elk niveau. Zou ik alles opgeven voor het bedrijf? Ik weet het niet, maar door

de manier waarop wij werken, is dat ook helemaal niet nodig.”

Stukje eigenheid

Toen de broers de stap zetten om de organisatie te veranderen, sprak hun vader aanvankelijk zijn zorgen uit. “Hij vreesde dat wij de grip zouden verliezen over het bedrijf”, zegt Levi. “Maar we zijn er toch voor gegaan. We zijn niet bang aangelegd. Als we door vier deuren heen moeten, dan doen we dat. Wij geloofden in deze structuur en daarom hebben we doorgepakt. Zonder arrogant te zijn, maar wel met vertrouwen in onszelf. Het allerbelangrijkste is dat wij een bedrijf willen zijn met een eigen DNA waar we met elkaar trots op kunnen zijn. We bouwen aan ons eigen bedrijf en ons eigen merk. Fuseren kan je groter maken, maar past dat ook bij je? De basis van ons bedrijf is juist dat stukje eigenheid. Wij willen gamechangers zijn door de dingen op onze eigen manier te doen.”

In 2023 werd opnieuw een hoofdstuk aan het verhaal van Bredefleur toegevoegd. Toen werd de locatie van So Natural in Moerkapelle, verderop in de straat overgenomen. “Een kas van bijna 9 hectare. Daarvan gebruiken we op dit moment nog maar 1,5 hectare voor de lelieteelt, maar ontwikkelen we ook een nieuw teeltsysteem. Uiteindelijk willen wij een leliebedrijf bouwen dat klaar is voor de toekomst en dat over twintig tot dertig jaar duurzaam is opgebouwd en functioneert. Zodat het mogelijk ook kan worden overgedragen op weer een volgende generatie.” Groeien is volgens Levi een bijkomstigheid. “Als de strategie klopt en je klanten zijn blij, dan kun je groeien. Maar ik geloof niet dat je moet groeien om het groeien. Schaalgrootte is naar mijn mening ook niet de enige manier om bestaansrecht te hebben, zoals vaak wordt geroepen. Dat is onzin. Ik geloof wel in schaalvergroting, maar bestaansrecht heeft veel meer te maken met de keuzes die je maakt en de manier waarop je die uitvoert. Wat ik wel heel leuk vind aan schaalgrootte, is het ontdekken. Je komt in nieuwe fases terecht met het bedrijf, wat weer nieuwe uitdagingen geeft. Dat vind ik geweldig. Mijn vader was een pionier in de lelies, ik hoop dat wij dat ook kunnen blijven. De kans die voorbij kwam met So Natural is daar een voorbeeld van. We konden honderd baren op de weg vinden, maar wij zagen de vijf redenen om het wel te doen.”

Geen slaaf van je vak

Het geeft Levi een ‘onwijs lekker gevoel’ om ondernemer te zijn. “Doordat het niet gekaderd is, is het nooit klaar. Dat is een enorm cadeau voor mij. Je kunt dingen in het eindeloze blijven doorontwikkelen.” Daarbij blijft de lelie de komende jaren centraal staan. “Je bouwt toch wel een liefde op voor een product. Het liefst zou ik het alleen zakelijk willen bekijken, maar dat kan niet. We zijn opgegroeid tussen de lelies. Dat is ergens begonnen, heeft een mooi verhaal gekregen en daar bouwen wij weer aan verder. Natuurlijk hadden we de boel ook kunnen omgooien en een nieuw verhaal kunnen starten in de chrysanten, om maar wat te noemen, maar dit is ons ding.” Dat betekent niet dat Levi nooit nadenkt over andere teelten. “Want als ik geen perspectief meer zie in de lelies, kap ik er ook gelijk mee. Slaaf worden van je vak, is nooit goed. Dus als er geen rendement meer uit de lelie te halen is, stoppen we ermee. Maar dat is niet aan de orde. De lelie is een prachtig product dat echt leeft op de vaas. Elke dag gaat er een nieuwe knop open en dat is toch weer een verrassing.”

Bovendien is het perspectief van de lelieteelt in Nederland goed, geeft Levi aan. “De lelie is een relatief duur product qua uitgangsmateriaal. Alle producten die door de jaren heen zijn verhuisd naar landen met lage lonen en lage energiekosten, zijn gewassen die je kunt opplanten en kunt blijven oogsten. Maar voor een product zoals de lelie, waarbij je continu uitgangsmateriaal op moet blijven sturen, is dat niet efficiënt. Het is wel geprobeerd, maar het zal niet snel een bedreiging voor ons gaan vormen zoals in de rozen wel is gebeurd.”

Met de kernwaarden kwaliteit, continuïteit en exclusiviteit gaat Bredefleur de toekomst tegemoet. En als aanstaande vader zou Levi het zijn kinderen zeker niet afraden om later ook in de tuinbouw aan de slag te gaan. “Maar hij of zij moet vooral eigen keuzes maken en daar gelukkig van worden. Ik zou het heel mooi vinden als het familiebedrijf wordt voortgezet, maar dat moet ook niet gebeuren puur op basis van geboorterecht. Dat is het ongezondste wat er is. We zullen altijd naar competenties blijven kijken. Lukt het op basis daarvan om het bedrijf generaties verder te brengen, dan is dat mooi. Zo niet, dan vergaat de wereld ook niet. Dan zetten we een bord in de tuin.”



'FAMILIEBEDRIJF MOET JE NIET
ALLEEN VOORTZETTEN **OP**
BASIS VAN GEBOORTERECHT'

GROENE STRATEGIE IN **STRIJD TEGEN TRIPS** IN **LELIETEELT**

Teler Tim van der Marel kampte in 2023 met een groot tripsprobleem in de lelies in zijn kas in Amstelveen. Hij koos voor een strategie van roofmijten in combinatie met azadirachtine en het groene middel Velifer. De teler is zeer tevreden over het resultaat. "Dit is de enige manier om trips onder controle te krijgen. Met chemie los je het probleem niet meer op."

Tekst: Annemarie Gerbrandy

Fotografie: Simon Metselaar

18

Tim van der Marel heeft samen met zijn vader Remko en broer Puk een leliekwekerij van 7 hectare glas in Amstelveen. De locatie van Tim is 3,2 hectare groot, er worden op jaarbasis 7 miljoen lelies geteeld, van soorten als Pacific Ocean, Sarah Bernard, Shine on en Chardonnay. Trips was voorheen eigenlijk nooit een probleem in de kas, maar in

2023 liep het helemaal uit de hand, vertelt de lelieteler. Op advies van productspecialist gewasbescherming Sandra van den Bosch van Royal Brinkman, die al zeven jaar bij Van der Marel over de vloer komt, koos de teler voor een strategie van roofmijten in combinatie met azadirachtine en Velifer. "Je zag de trips uit het gewas verdwijnen."



K!



SCAN, LEES
ONLINE EN DEEL!

19

De Noord-Hollander streeft naar een teelt zonder chemische middelen. Het gebruik ervan is maatschappelijk gezien niet vol te houden, plagen raken resistent en middelen worden steeds schaarser, zegt hij. Hij zet montdorensis in als basis tegen trips; de roofmijt ruimt in het gewas een bepaald aantal tripslarven per vierkante meter op. Maar als het biologisch evenwicht wordt verstoord, kan de plaag uit de hand lopen, stelt de teler. "Door biologische insecticiden in te zetten, breng je de plaag terug op het niveau dat de montdorensis het weer aan kan. Dit is de enige manier om trips onder controle te krijgen."

Setotustrips boosdoener

De boosdoener in lelies is de Setotustrips, een uitheemse Japanse bloementrips, die het blad als het ware perforereert. De trips zit op plekken in lelies waar de teler met de spuit lastig bij kan, vertelt

Sandra van den Bosch. "Als je een probleem met trips hebt, kan dat voor 60 procent met roofmijt worden opgelost. Door de biologie met middelen als Velifer en azadirachtine aan te vullen, kun je tot een bestrijding van 100 procent komen. Ik ben een fan van Velifer, je ziet in de praktijk dat het een goede oplossing voor problemen met trips biedt. We zagen bij Van der Marel zelfs de dode adulten op het gewas liggen."

Tim van der Marel vond het spannend of de combinatie van roofmijt en biologische insecticiden voldoende zou werken. Het duurt vier tot zeven dagen voordat je resultaat ziet, zegt Van den Bosch, afhankelijk van temperatuur, luchtvochtigheid en spuittechniek. "In het eerste jaar zagen we tegen de zomer de montdorensis door het warme weer wegvallen. Van der Marel wilde al met swirskii aan de slag gaan, maar dat hoefde niet meer, de plaag

was onder controle door de biologische insecticiden." Trips kent meerdere stadia; door het gebruik van Velifer kan het insect zich niet doorontwikkelen van fase 1 naar fase 2, aldus de specialist. "Des te eerder je na de eileg met het middel in een cyclus zit, des te beter de trips is aan te pakken. We zien liever larven in het gewas dan volwassenen, want die zijn makkelijker te bestrijden."

Parasitaire schimmel

Het groene product Velifer van BASF werkt tegen trips, spint en witte vlieg. Het is een biologische insecticide op basis van de werkzame stof Beauveria bassiana strain PPRI 5339. De sporen van deze parasitaire schimmel kiemen nadat ze in contact komen met het plaaginsect, aldus Wessel van Vliet, crop manager greenhouse bij BASF. "De schimmel dringt vervolgens het insect binnen, op de dunne delen van de plaag, en ontwikkelt zich verder in het beestje. Bij een infectie stopt het insect al na een paar uur met eten, maar het kan 48 tot 72 uur duren voordat het ook echt doodgaat."

Het middel mag 73 keer per jaar worden toegepast, met een interval van vijf dagen. Het kan dus jaarrond worden ingezet, aldus Van Vliet. Het product heeft een houdbaarheid van twee jaar, dat geeft kwekers en handelaren enige flexibiliteit, zegt hij. "We hebben aan het middel een olie toegevoegd die zacht is voor het gewas, er hoeft niet voor gewasschade worden gevreesd. De zachte uitvloeijing zorgt ervoor dat Velifer zich mooi over het blad heen verspreidt." Van Vliet ziet dat het groene middel aan populariteit wint in de glastuinbouw. BASF verwacht dit jaar opnieuw groei

in de afzet, zegt hij. "Je moet vertrouwen opbouwen, mensen moeten een gevoel bij zo'n product krijgen. Er is tijd voor nodig om telers enthousiast te krijgen. Met groene middelen moet het hele plaatje kloppen, zoals de combinatie met biologie en spuittechnieken. Zo kom je tot de juiste oplossingen."

Spuitboom aanschaffen

Teler Tim van der Marel spuit één keer per week met Velifer en azadirachtine in lelies. Afgelopen winter is hij een tijdje met spuiten gestopt, omdat de tripsdruk zo laag was, dat de montdorensis de bestrijding prima zelf aan kon. Onlangs is hij weer gestart met behandelen. "Ik ben ervan overtuigd dat je trips in het voorjaar goed moet tackelen: je moet de populatie naar nul brengen voordat het warm wordt. Als het 30 graden Celsius is, komt de populatie montdorensis onder druk te staan. Dan kan de biologie het niet meer oplossen."

Hoewel de strategie van roofmijten in combinatie met biologische insecticiden goed werkt, blijft het een feit dat Van der Marel moet blijven spuiten, ook al heeft hij daar een hekel aan. Hij durft geen bespuiting over te slaan, omdat hij bang is dat de strategie dan niet afdoende werkt en hij alsnog chemisch moet ingrijpen. "Trips was voorheen geen probleem in onze kas, we zijn niet gewend te moeten spuiten. Ik ben nu aan het kijken of we een spuitboom kunnen aanschaffen. In lelies is dat lastig, omdat we gewasdraden in de teelt gebruiken. Het voordeel is echter dat je met een spuitboom netter kunt werken. We gaan ons oriënteren op een ander spuitsysteem."





ARTS EN CHEF ROBERT GRAHAM:

'GEZONDHEID IS GEEN QUICK FIX'

De Amerikaanse Robert Graham werd opgeleid als arts. Hij liep voor de troepen uit met invoering van gezonde voeding in het New Yorkse ziekenhuis waar hij werkte, studeerde verder en werd chef. Hij leerde duizenden dokters en diëtisten koken. Op bezoek in Nederland waande hij zich in een 'Walhalla' met de beschikbaarheid van zoveel verse groenten en fruit. "Telers zijn mijn favoriete leveranciers van preventie."

Tekst: Wilma van den Oever

Fotografie: Astrid Grootsholten

Robert Graham is overtuigd van de kracht van voeding als medicijn. Zoals Hippocrates, de vader van de geneeskunde, al verkondigde: 'Let food be thy medicine and medicine be thy food'. De drive van Robert Graham en zijn vrouw Julie is om medicijnen om te zetten in gezondheidszorg. "Gezondheid begint met wat we eten. Met de overvloed aan vers en lokaal geproduceerd voedsel hier in Nederland zouden producenten de lead kunnen nemen in de transitie naar een eetpatroon op basis van 80 procent plantaardig en 20 procent dierlijk." Die bal ligt op dit moment bij de gezondheidszorg, aangevoerd door Caring Doctors.

Ogen geopend

Robert Graham groeide op in de wijk Jackson Heights in New York. Het motto van zijn vader: 'a pill for every ill', oftewel 'voor iedere ziekte een pilletje'. Dat van zijn moeder: 'Heb je honger?', met vers en gezond eten als uitgangspunt. Graham studeerde medicijnen en startte in 2000 als arts. Binnen de opleiding was er geen aandacht voor voeding. Eenmaal arts, openden twee gebeurtenissen hem de ogen. Een ontmoeting met Erica Frank, arts preventie en patiëntenzorg. Zij raakte hem met haar opmerking dat artsen die zelf gezond gedrag in de praktijk brengen, patiënten het best kunnen adviseren over preventiekwesties. En het moment dat zijn schoonvader in het ziekenhuis belandde. "Ik zag wat ze

mijn vader in het ziekenhuis voorschotelden: frisdrank en een hamburger en dacht: dit kan en moet anders", aldus Julie Graham. Daar kwam bij dat er voor hen als bezoekers ook geen gezonde voeding beschikbaar was.

Daktuin als symbool

Robert Graham nam kooklessen aan het Natural Gourmet Institute in New York en werd chef. Het motto van dit instituut is 'beter eten, een betere wereld'. Dat sluit exact aan bij de filosofie van de Grahams. Robert startte met het geven van kookcursussen aan dokters. "Als je dokters en diëtisten leert hoe ze moeten koken, kunnen ze het zelf weer delen met hun patiënten." Al die tijd waren Robert en Julie Graham op zoek naar een manier om de connectie te maken tussen stad en platteland. "In een stad als New York City is er een groot tekort aan groen. In 2013 ontwikkelden we een daktuin op het ziekenhuis. Dat was vooral een symbool. Een oase van rust in een drukke en lawaaiige stad. Een plaats waar zowel dokters als verpleegsters graag hun pauze doorbrachten en hiërarchische afstanden verdwenen. Het was ook een plaats waar we studenten uitnodigden, zakjes kruiden meegaven, hen aanmoedigden om te koken en tegelijk ons verhaal kwijt konden. Onze droom was een kwekerij die het ziekenhuis kon voorzien van vers en gezond voedsel." In Nederland zien ze die mogelijkheden. "Producenten hebben de sleutel tot een gezondere

toekomst in handen. Maak van vers, voedzaam voedsel de norm en leidt de beweging!"

Gezondheid is geen 'quick fix'

Robert Graham vervolgt: "De vier meest voorkomende chronische ziektes: diabetes, hart- en vaatziekten, kanker en chronische longziekten zijn allemaal gerelateerd aan voeding." Hij citeert de Amerikaanse schrijver en dichter Wendell Berry: "Mensen worden gevoed door de voedingsindustrie die geen aandacht schenkt aan gezondheid en behandeld door de gezondheidszorg die geen aandacht schenkt aan voeding." Daarmee raakt hij de kern van de grote toename van de zogenaamde welvaartsziekten.

De Grahams startten in 2016 samen de praktijk Fresh Medicine. Hier kunnen patiënten terecht voor integrale geneeskunde die het beste van de reguliere geneeskunde combineert met op bewijs gebaseerde complementaire therapieën, goede voeding en gezondheidscoaching. Zie daar de link naar de tuinbouwsector, waar geïntegreerd teken gemeengoed is. Resultaat: gezonde planten die gezonde producten opleveren die weer bijdragen aan gezonde mensen en een gezonde planeet. Met Robert als dokter en chef en Julie als leefstijlcoach en yogalerares hebben zij alles in huis om hun patiënten het advies te geven dat past bij hun overtuiging. Medicijnen als het moet, gezonde leefstijl als het kan en preventief. Robert Graham schrijft zijn patiënten de vijf 'Fresh' ingrediënten voor: goede voeding (Food), ontspanning (Relaxation), beweging (Exercise), slaap (Sleep) en geluk (Happiness). "Dit is geen 'quick fix', maar een verhaal van lange adem. Mensen zijn gewend aan een pil die ieder probleem snel oplost. Maar niet om te werken aan hun gezondheid met goede voeding, ontspanning en beweging."

Wake-up-call

Vanuit hun praktijk Fresh Medicine ontwikkelden Robert en Julie Graham een vijfjarenprogramma om het voedselsysteem in ziekenhuizen te veranderen. Dit programma nam een vlucht toen Robert Graham in contact kwam met Eric Adams, burgemeester van het stadsdeel Brooklyn in New York City. Adams was gediagnostiseerd met Diabetes Type 2. Hij kreeg zijn 'wake-up call' toen hij op een ochtend wakker werd en met één oog niets meer kon zien. Hij schakelde over op een plantaardig dieet en herwon zijn gezondheid. "Als het persoonlijk wordt zijn mensen bereid tot verandering", zegt Robert Graham. Eric Adams hielp vervolgens bij de introductie van plantaardige voeding in elf publieke ziekenhuizen in New York. Met alleen maar winnaars. "De tevredenheidsscore steeg van 3 naar 95 procent tevreden patiënten. De kosten daalden met 60 cent per maaltijd en verspilling daalde aanzienlijk. Tot dan bedroeg het percentage verspilling in een aantal ziekenhuizen wel 70 procent."

We produceren gezondheid

De verblijftijd van patiënten in Amerikaanse ziekenhuizen is gedaald van gemiddeld vijf naar twee dagen. "Het wordt dus steeds belangrijker om mensen ook thuis gezond te voeden. Daarvoor ontwikkelde Robert Graham menu's, gebaseerd op de medische situatie van patiënten. Die moeten wel worden geserveerd mét scholing, zowel over inhoudsstoffen als kookvaardigheden. Een aantal verzekeraars in Amerika vergoed deze maaltijden 30 tot 90 dagen. In de helft van de gevallen heeft dit geleid tot minder ziekenhuisopnames. Dus een enorme besparing op de zorgkosten." Een prachtig voorbeeld van wat goede voeding teweeg kan brengen. Hoog tijd om als tuinbouwsector ons verhaal te veranderen. We produceren geen tomaten, paprika's en komkommers. We produceren gezondheid!



‘Producenten hebben sleutel in handen voor een gezonde toekomst’



25

ROBERT GRAHAM ONTMOET **CARING DOCTORS**

Drie dagen lang werden Robert en Julie Graham ondergedompeld in de Nederlandse glastuinbouw op uitnodiging van EatThis. Een beweging van bedrijven met dezelfde overtuiging: ‘Gezonde voeding is de basis voor gezonde mensen en een gezonde planeet’. Door invloedrijke mensen van buiten de sector kennis te laten maken met de tuinbouw, draagt EatThis op een positieve manier bij aan de beeldvorming. EatThis bracht Robert en Julie Graham in contact met Caring Doctors. De organisatie die werkt aan een duurzame, plantaardige voedseltransitie in de zorg. Voor beide partijen een inspirerende ontmoeting. Patrick Deckers: “Mooi om te zien dat gezonde voeding en leefstijl voor Robert als arts de basis is. En dat inmiddels elf ziekenhuizen in New York koken volgens het principe 80 procent plantaardig/20 procent dierlijk. Je geeft dan nog altijd een keus, maar het maakt een heel groot verschil voor mens en planeet.” Robert Graham bewondert de pioniersgeest van Caring Doctors. “We hebben kunnen delen dat het niet alleen de gezondheid van patiënten telt, maar ook duurzaamheid en een gezonde financiële situatie. Daarbij zijn wij een beetje jaloers op de beschikbaarheid van verse producten die groeien om de hoek van bijna ieder ziekenhuis hier in Nederland.”

Op tijd insecten **SPOTTEN** is het halve werk



GA JE MEE OP EXPEDITIE?



Blijf op de
hoogte van
onze komende
expedities.
Meld je aan!



VAN IPEREN

groeispecialist sinds 1921



Wat zoek jij?

hortibiz
**tuinbouw
marktplaats**



hortibiz
NEWS & MEDIA

Goedemorgen – Hortibiz Newsradio – Tuinbouwmarktplaats – Hortibiz Daily

HYBRIDE GEHAKTBALLETJE AAN HET ROLLEN BRENGEN!

Telers opgelet: er ligt een gouden kans op jullie te wachten. In het vleesschap! Het vleesschap? Ja! "Oh, komen er meer vegetariërs bij dan?" Nee, dat aantal ligt al jaren stabiel op 5 procent in Nederland en geeft geen krimp. En de overige 95 procent vindt de plantaardige vleesvervanger meestal nog steeds niet te pruimen. Nee, de échte doorbraak zit 'm in en-en, in mix & match. Hybride vlees is een kleinere stap, die veel meer mensen bereikt.

"Als je het niet voor vegetariërs maakt, hoeft het niet vegetarisch te zijn", schreef collega Daan Remarque vorig jaar in het Financieel Dagblad. Hij doelt daarmee op een belangrijke kans om te win-noveren in het voedselaanbod – minder vlees eten door méér hybride vleesproducten – maar snijdt ook een groter maatschappelijk thema aan: polarisatie. De zwart-wit-wel-niet discussies worden tot op ons bord/bot gevoerd.

Omdat de gemiddelde Hollandse thuiskok nu eenmaal een gewoontedier is, zet de plantaardige branche in op bekende recepten, waarbij geldt: geen vlees = vleesvervanger. Daar stelt iedere zelfbenoemde vleesliefhebber met een beetje zelfrespect een volmondige 'lussikniet' tegenover. Slechts een enkeling wil zijn lekkere vleesmomentje opgeven voor een blokje tofu.

In die hoek zit geen groei, geen beweging.

Om het aandeel plantaardig in onze dagelijkse voeding verder op te krikken, moeten we als tuinbouw inzetten op gezamenlijke oplossingen. Lidl geeft alvast het goede voorbeeld: 60/40 gehakt. En dan niet rund/varken, maar rund/erwteneiwit. En waarom dan juist gehakt? Nou c'est simple: Dat staat bij de helft van de Nederlanders wekelijks op tafel. De consument met flexitarische ambities kan van zijn vertrouwde vleesmaak genieten. Da's lekker. En hoeft niet van gewoonte te veranderen. Da's pas echt lekker. Oh, en de milieu-impact én prijs zijn lager. Mjummm...

Willen we met tuinbouwproducten écht een slag slaan in het eetpatroon van vleesminnend Nederland, dan moeten we inzetten op hybride producten. En dus op samen werking (met spatie) met vleesproducenten. De meeste consumenten willen wel, maar willen niet inleveren op smaak, prijs of gewoonte. Aan ons om die oplossing te ontwikkelen - samen. Waarom polariseren, als je de krachten van beide flanken kunt bundelen? Krijgen we de niet-vegetarische 95% aan de hybride vleesproducten, dan hebben we het gouden (gehakt-) balletje écht aan het rollen.

Roger Engelberts

is Chief Emotions
Officer bij Imagro BV



GROENERE TOEKOMST CHRY SANT **DANKZIJ** **LIEVEHEERSBEESTJE?**

Zijn lieveheersbeestjes straks de sleutel in de beheersing van bladluizen in chrysant? Dat testen ze uit bij Leen Middelburg Chrysanten in Made. De telers zijn flink onderweg om het gebruik van chemische middelen te verminderen. Met behulp van biologische bestrijding, groene middelen en biostimulanten bouwen ze een weerbaar teeltsysteem op.

Tekst: Pieterneel van Velden

Fotografie: Sorcha Tijmons

Het is een stralende voorjaarsdag en lekker warm in de kas van Leen Middelburg Chrysanten in Made. Een medewerker rijdt de spuitboom naar voren. Aan de spuitboom hangen zes camera's die op hun ronde door de kas plagen kunnen detecteren, maar ook de gewasstand kunnen meten.

De neven Barry en Martijn Middelburg inspecteren het gewas, samen met Guido Halbersma en Richard van Spronsen van Van Iperen. Halbersma en Van Spronsen zijn specialisten die de telers al jaren begeleiden in hun zoektocht naar

duurzamere en groenere teeltmethoden. Leen Middelburg Chrysanten teelt op verschillende locaties in het Westland en Brabant en heeft inmiddels een omvang van zo'n 25 hectare.

100% Groen Geteeld

"Voor de teelt van chrysanten moeten we te veel chemische middelen gebruiken om het gewas gezond te houden. Zelfs met geïntegreerde bestrijding loopt de tripsaantasting uit de hand, hebben we hier gemerkt," vertelt Barry



K!



SCAN, LEES
ONLINE EN DEEL!

29

Middelburg. "Ik ben helemaal klaar met dat spuiten." Om die reden is Barry een van de initiatiefnemers van het project 100% Groen Geteeld, dat zich richt op het verduurzamen van de sierteeltsector. Dit project heeft tot doel de afhankelijkheid van chemische gewasbeschermingsmiddelen te verminderen door het toepassen van biologische bestrijders en het gebruik van technische middelen, zoals insectengaas en camera's. Het project is onderdeel van een bredere beweging in de sierteeltsector, waarbij steeds meer telers proberen de afhankelijkheid van chemische middelen te verminderen. In dit kader zijn diverse pilots gestart met gewassen zoals phalaenopsis, gerbera, kalanchoë en chrysanten. In de teelt van glasgroenten loopt eenzelfde initiatief. De samenwerking in dit project is cruciaal. "Je kunt het niet alleen," zegt Barry. Het project benadrukt de noodzaak van samenwerking tussen telers,

toeleveranciers – waaronder Van Iperen - en andere stakeholders. "Het is een gezamenlijke zoektocht naar de juiste oplossingen."

Escalatieladder

In januari vorig jaar zijn de chrysantentelers van start gegaan, die zich in dit project richten op plaagbestrijding in het gewas. Het remmen en het bestrijden van bodemziektes vallen hierbuiten. Allereerst installeerden zij insectengaas. "We hebben een jaarplanning gemaakt waarin we de inzet van biologische bestrijders en middelen hebben geschetst," legt Martijn Middelburg uit. "En we hebben niet naar de kosten gekeken. Het gaat er nu om wat het beste werkt voor de teelt."

"Als je altijd eerst uitgaat van de kosten, kom je niet verder. Dan durf je niet voldoende biologische bestrij-

ding in te zetten. We hebben een schema gemaakt waarin we een overdosis aan biologische bestrijders inzetten om te zorgen dat het gewas gezond blijft,” vult Barry aan.

Naast het gebruik van biologische bestrijders, wordt er gewerkt met een zogenoemde escalatieladder. “Als een plaag zich voordoet, hebben we een vastgestelde drempelwaarde,” legt Barry uit. “Als die overschreden wordt, grijpen we in door eerst extra biologische bestrijders in te zetten. Pas daarna gebruiken we groene middelen en pas als allerlaatste synthetische middelen.”

Scouten is een essentieel onderdeel van het proces. Martijn en de medewerkers controleren hoe het gewas ervoor staat. Ze rapporteren wat ze zien en delen dit met de rest van het team. “Het is belangrijk om snel te kunnen signaleren of er iets mis is met de plant. Je ziet het meteen aan de stand van het gewas,” vertelt hij.

Op termijn willen Barry en Martijn overschakelen naar digitaal scouten. De camera's die aan de spuitrobot zijn bevestigd, detecteren de gewasgroei en sturen de gegevens naar het managementprogramma QMS Chrysant. De camera's kunnen ook plaaginsecten en biologische bestrijders detecteren. Dit systeem is echter nog niet feilloos. Martijn legt uit: “De biologie werkt eigenlijk te goed. Vorig jaar vonden we te weinig plaaginsecten, maar het is wel belangrijk dat het systeem gegevens verzamelt om de kunstmatige intelligentie (AI) te trainen.”

Leerzaam eerste jaar

Elke maand worden de resultaten besproken met de pilotgroep. “Het eerste jaar was leerzaam,” zegt Barry. “De bestrijding van trips ging veel beter, vooral doordat we meer biologische bestrijders inzetten. Door minder chemische middelen te gebruiken sloeg de biologische bestrijding beter aan.”

Een van de uitdagingen waar ze tegenaan liepen, waren wantsen en taxuskevers. Het insectengaas houdt ze in principe tegen, maar misschien zijn ze op een andere manier in de kas gekomen.

Guido legt uit dat nieuwe plagen vaak een kans krijgen, juist door de inzet van biologische bestrijders. “We vonden bijvoorbeeld de rode chrysantenluis, een plaag die we niet of nauwelijks kenden. Waarschijnlijk was die er in het verle-

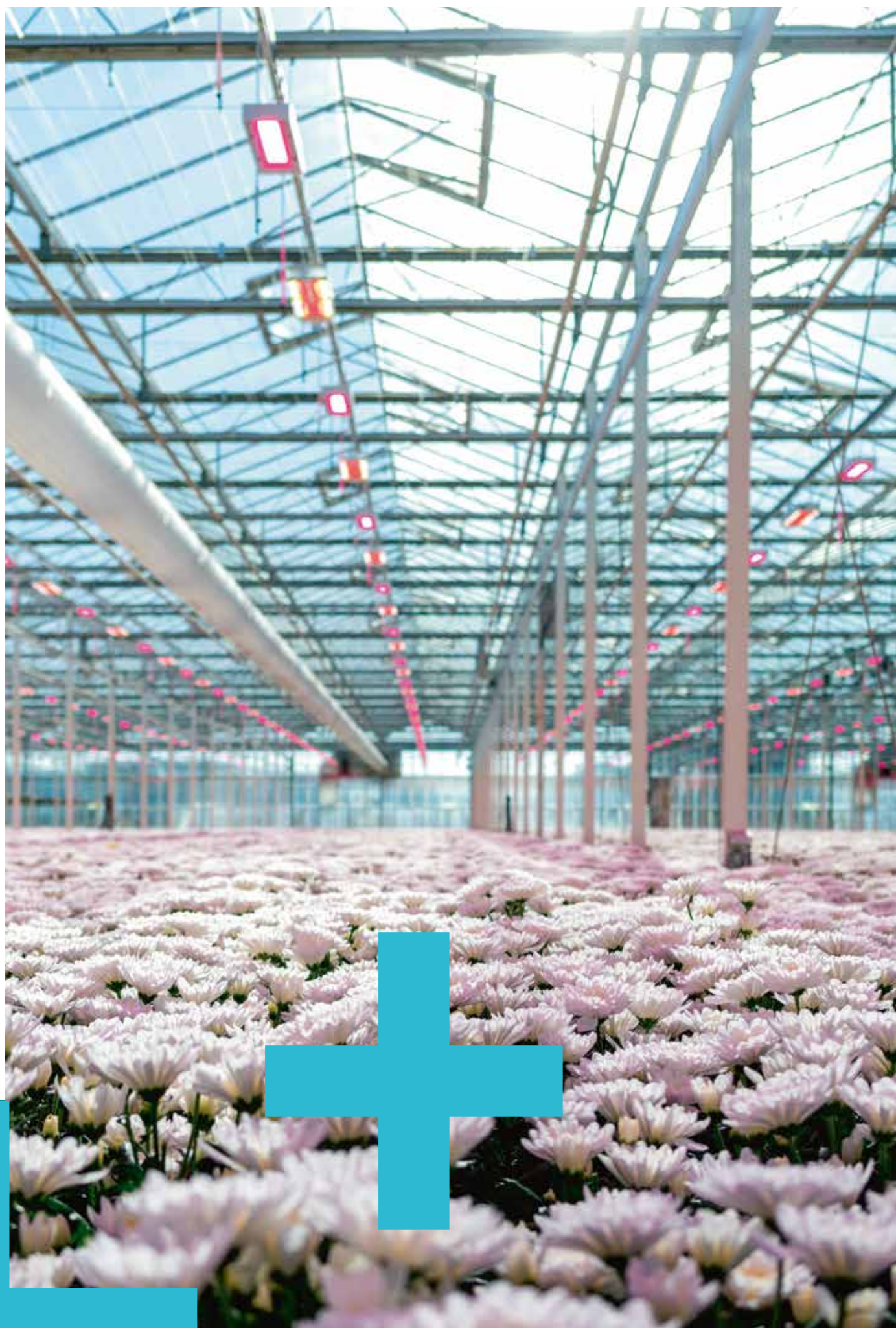
den ook wel, maar werd hij onder controle gehouden door breedwerkende middelen. Met praktijkgericht onderzoek hebben we diverse groene middelen onderzocht. Daardoor kunnen we straks ook een ‘groene oplossing’ voor deze plaag toepassen.”

Andere plagen zoals de Turkse mot en de mineervlieg zijn geen probleem meer, want het gaas houdt ze tegen. Spint werd goed onder controle gehouden door de inzet van Phytoseiulus.

Lieveheersbeestjes vs bladluizen

Toch bleef bladluis het grootste terugkerende probleem. In eerste instantie werden Chrysoperla en Aphydoletes ingezet, maar dat was niet altijd voldoende. Richard van Spronsen vertelt dat ze voor het eerst het Japanse lieveheersbeestje, Propylea, hebben ingezet op plekken waar veel bladluis zat. “Dit beestje heeft onze ogen geopend. Het is een echte ‘grazer’, die veel verschillende bladluizen predeert,” vult Guido Halbersma aan. “We hebben er ervaring mee opgedaan in de paprikateelt, maar we zien er ook een goed effect van in de chrysantenteelt. Er zijn wel wat aandachtspunten. Propylea is kostbaar en moet goed worden uitgezet op bladluishaarden. Propylea heeft een daglengte van twaalf uur nodig om zich te kunnen vermeerderen. In de praktijk kunnen ze zich vanaf april zelf in stand houden. Nu is de daglengte korter in de verduisteringsperiode, dus gaan we aankomend jaar leren hoe we deze in stand kunnen houden in een chrysantengewas.”

Afgelopen winter werd het lieveheersbeestje zes tot zeven keer pleksgewijs uitgezet op luishaarden en voor volgend jaar moet het een vaste plek krijgen in de strategie. Martijn legt uit: “Het systeem is nu in balans, en het zou met minder beestjes moeten lukken. Het insectengaas houdt ze keurig in de kas.” Het pilotproject duurt drie jaar. Barry benadrukt dat de groene aanpak wel twee keer zo duur is als de gebruikelijke methode met synthetische middelen. “We hebben dit jaar overvloedig biologische bestrijding uitgezet, maar als we het in de vingers hebben en het scouten verder automatiseren kunnen die aantallen wel wat omlaag. Ondanks de hogere kosten blijft de motivatie hoog. “De wil om groener te telen is er absoluut. We willen de overgang maken naar een duurzamere en gezondere teelt.”



ENERGIE EN KLIMAAT VRAGEN **GEDEGEN** ADVIES

Met de toenemende complexiteit van klimaatinstallaties in kassen wordt steeds meer vakkennis van teeltmanagers gevraagd. Telers zijn zich niet altijd bewust van de gevolgen van het ophangen van LED-belichting of het installeren van een dubbel scherm of verticale ventilatoren op het klimaat. Of hoe ze met die nieuw aangeschafte installaties maximaal energie kunnen besparen, zonder daarbij in te leveren op productie en kwaliteit, zegt kasklimaat expert Ton Habraken van Svensson.

Tekst: Mario Bentvelsen

Fotografie: Svensson



Goede raad is duur, wat je op twee manieren kan opvatten. Een tweede gezegde luidt: Goede raad is goud waard. Dat laatste geldt zeker voor energiebesparing en klimaat. Sinds LED-belichting, dubbele schermen en ontvochtiging hun intrede deden, is telen in kassen nog meer topsport geworden. Op het scherpst van de snede vaak, omdat de marges smaller zijn dan ooit. Door schaalvergroting en verduurzaming moeten ondernemers alle registers opentrekken om een rendabele businesscase te behouden, mede gezien de toenemende regel- en belastingdruk.

Ton Habraken: "De CO₂-footprint moet omlaag, dat inzicht wordt bij producenten van voedsel en 'groen geluk' steeds duidelijker. Voor behoud van je 'license to produce' in de toekomst moet je daar echt wel stappen in zetten. Je kunt daarin ook onderscheid maken op dit moment. Uiteindelijk moet natuurlijk iedereen daar naartoe. Maar de oplossing is niet voor iedereen hetzelfde."

Puzzel opnieuw leggen

Iedere situatie vraagt om een oplossing op maat, vervolgt Habraken. "Het is niet zo dat je kunt zeggen: ik installeer een scherm en dan ben ik er wel. Dat zal echt per bedrijf en per locatie specifiek bekeken moeten worden. Het is geen 'one size fits all'-benadering maar echt maatwerk dat wij leveren. Wij zijn natuurlijk op de hoogte van alle energiebesparende maatregelen en kunnen helpen het verbruik zo veel mogelijk te beperken. We leggen daarbij ook de link naar de switch van SON-T naar LED. Wij zijn goed op de hoogte wat voor gevolgen dat heeft voor het klimaat. Uiteindelijk gaat het ook om de juiste productkwaliteit. Daar mag niet op ingeleverd worden. Toch zie je dat op sommige bedrijven die de switch naar full-LED hebben gemaakt niet de productie of kwaliteit wordt gehaald die zij gewend waren. De puzzel die we met SON-T redelijk goed voor elkaar hadden, ook omdat er een overvloed aan energie was, moet nu opnieuw worden gelegd met minder energie-input en behoud van productkwaliteit. Dat vraagt steeds meer vakkennis."

Klimaatimpact verlagen

Energie-efficiency is inmiddels een hot item geworden omdat afnemers steeds vaker zullen vragen naar de CO₂-footprint per kg, steel of potje. Daarmee kan de voortgang in de energietransitie van

de glastuinbouw naar minder CO₂-uitstoot inzichtelijk gemaakt worden. Dankzij de productiviteitsverbetering in Nederland is daarin al veel voortgang geboekt. Habraken: "Toen mijn vader nog gerbera's teelde, was een germiniteler met 250 of 300 stelen per m² al een topper. Tegenwoordig halen bepaalde rassen 800 tot 900 stuks per m². Het energieverbruik per m² is daarbij niet heel erg veranderd, maar per stuk maakt dat natuurlijk een enorm verschil."

Van kieren naar ontvochtigen

Door hogere lichtniveaus met LED is meer warmte in de kas nodig, wat leidt tot meer vochtproductie. Kieren in het energiescherm in combinatie met een minimumbuis is echter ongewenst, omdat dat te veel energie kost. Dan komt ontvochtigen om de hoek kijken, vervolgt Habraken. "Telers denken weleens heel makkelijk: die ene lamp haal ik weg en de andere lamp hang ik op, klaar. Maar opeens gebeuren er allerlei rare dingen in de kas die ze voorheen niet aan de hand hadden. Temperatuurverschillen die in de kas ontstaan. Die afhankelijk van je strategie, welke temperaturen je inzet in welk buizenet, in welke volgorde, weer opgelost kunnen worden. Die hele puzzel van klimaat en energie moet opnieuw gelegd worden. Je kunt niet blijven doen wat je altijd deed. Je moet echt gedegen per bedrijf kijken: wat is de beste oplossing en in welke volgorde ga ik het doen."

Verticaal ventileren

Verticale ventilatoren kunnen aanleiding geven tot een nog hogere energiebesparing, omdat telers hun schermen meer uren volledig gesloten kunnen houden. "Naast energie besparen weten we ook hoe we het klimaat en de plant, actief moeten houden, en hoe we het natuurlijke licht op een optimaal niveau kunnen brengen. Dat kan onder andere met de PARperfect schermoplossing. Misschien niet zozeer in de groenteteelt, maar wel in de sierteelt. Telers die dit gebruiken vertellen ons dat ze sneller kunnen telen, met een zwaardere kwaliteit. Omdat ze geen planten meer hoeven te verplaatsen van een donkere hoek naar een lichtere plek bespaart het ook arbeid."

*Neem voor meer informatie contact op met
Ton Habraken, ton.habraken@ludvigsvensson.com*

'VAART MAKEN' MET **KNOPROBOT** VOOR **CHRY SANTEN**

Wat is de overeenkomst tussen een bierflesje en een chrysantentak...? Je moet wel heel veel bier hebben gedronken om bij deze vraag uit te komen. Of je moet wel heel erg 'buiten de box' kunnen denken. En dat laatste is het geval bij de ontwikkeling van een chrysanten knoprobot.

34

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon Schouten

Voorafgaand aan een demonstratie met een prototype legt programmamanager Mark Bruijnen van RoboHouse het graag uit. RoboHouse is een TU Delft Fieldlab (25 medewerkers) waar ze met bedrijven, wetenschappers en startups nieuwe robot- en AI-technieken ontwikkelen en testen. Rabobank is al jaren partner van deze innovatieve club. De uitdaging die er ligt is een robot te ontwikkelen die op eigen houtje de grootste knop van een chrysant kan verwijderen, om zo te voorkomen dat die al is uitgebloeid voordat de andere knoppen uitkomen. Vereist is dus onder andere een verfijnde cameratechniek om de juiste knop te ontdekken. En dat dan in een gewas dat altijd een beetje heen en weer wiebelt, én met een camera die aan een buizenframe hangt dat ook een beetje mee veert... Geconfronteerd met dat vraag-

stuk grepen ze bij RoboHouse terug op een eerder project bij... de Heineken-brouwerij! Daar valt op de afvullijn soms een flesje om. Dus zochten ze daar naar een robot die dat ene gevallen flesje razendsnel uit de stroom rechtopstaande flesjes zou kunnen plukken. Kortom, omstandigheden die vergelijkbaar zijn met het scannen in een gewas. Waar ook nauwkeurigheid en snelheid van groot belang zijn. De chysantrobot scant intussen honderd keer per seconde. Snelheid is er dus wel, maar er zijn nog genoeg andere problemen op te lossen, zo laat Bruijnen zijn gehoor weten.

'Ongeduldig'

De zoektocht naar de robot is een samenwerking tussen RoboHouse en Zentoo, een samenwerkingsverband van vijftien chrysan-



SCAN, LEES
ONLINE EN DEEL!

35

tenkwekers. Zentoo vroeg vervolgens kwekers Michel Grootcholten en Jeffrey van Uffelen of zij belangstelling hadden voor deze pilot. En dat hadden ze wel: Grootcholten: "Wij hebben per kas van zo'n 10 hectare gemiddeld twee man die het jaar door fulltime aan het knoppen zijn. Met deze pilot willen we kijken of we een stuk arbeid kunnen oplossen. Het is een interessant project, waar we vorig jaar aan begonnen zijn." Naar de voortgang kijkt hij licht kritisch. "We zijn nog niet heel ver gevorderd, vind ik." Om daar lachend aan toe te voegen: Maar ja, wij ondernemers zijn van nature ongeduldig; dat is ons gebrek!"

'Vaart maken', dat is trouwens ook wel iets wat ze bij RoboHouse graag willen. Maar de

praktijk is soms weerbarstig. De algoritmes om de camera te leren de juiste knop op te sporen vergen veel 'trial & error' en dus veel tijd. Bovendien is werken in het gewas uitdagend. De lichtomstandigheden zijn er verre van ideaal. "Onze voorkeur gaat eigenlijk uit naar planten zónder bladeren", merkt een van de engineers met gevoel voor understatement op. Ook de wijze waarop de knop moet worden weggenomen is nog volop in onderzoek: snijden, knippen, knippen, branden...? Er zijn talloze mogelijkheden. Een eerste experiment met een 'softe' laserstraal pakte niet echt goed uit. Er ontstond een lelijke bruine plek op de plant en dat wil je niet als kweker. Een krachtigere laser – 'eentje waarmee je ook staal kunt snijden' – werkt stukken beter. Ook hier werd trouwens

door de ontwerpers weer slim 'leentjebuurtje' gespeeld; ditmaal haalden ze hun inspiratie uit een apparaat waarmee tuinders onkruid wegbranden. Bij RoboHouse kijken ze het ene moment naar wat er al is, maar vooral kijken ze vooruit naar wat er nog moet komen. Zo leren ze de robot nog beter te begrijpen welk takje al geknopt is, zodat de robot niet tweemaal bij hetzelfde takje uitkomt.

'WIJ ONDERNEMERS ZIJN **VAN NATURE** **ONGEDULDIG**'

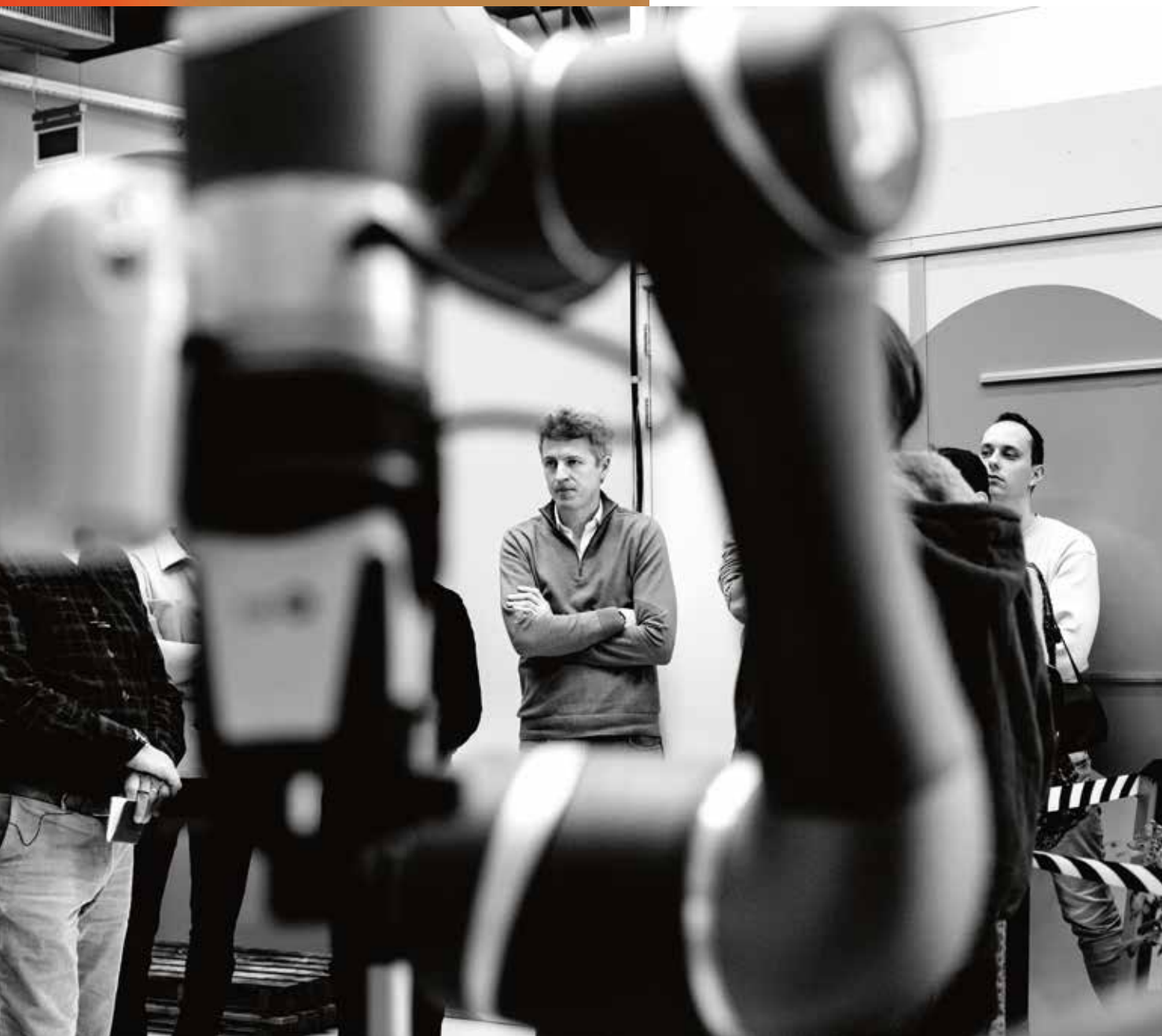
En ze maken nieuwe datasets, om een antwoord te vinden op het gegeven dat chrysantenknoppen tijdens de groei telkens weer wat veranderen.

36 "Uitdagingen genoeg dus!", aldus Mark Bruijnen.

Prototype

Er zijn, naast RoboHouse, ook nog twee andere partijen bezig met het ontwikkelen van een chrysantrobot. Michel Grootsholten volgt het met veel interesse: "Het maakt mij eerlijk gezegd niet uit wie het probleem oplost. Waar we straks die machine kopen is me om het even. Wij willen gewoon goeie bloemen maken tegen een goeie prijs en met niet te veel trammelant in arbeid." Ja, Grootsholten gaat dapper verder met de pilot. Toen hij eind vorig jaar hoorde dat er elders al een robot was die het laboratorium stadium al was ontgroeid en in een chrysantenkas in de praktijk werd getest overwoog hij en Jeffrey van Uffelen heel even om zich terug te trekken. "Maar we hebben toch besloten om hiermee door te gaan. Het is ons namelijk niet zeker dat die andere tests gaan slagen en op tijd te koop komen." Waar hij vooral naar uit ziet is de komende zomer, want dan moet er volgens de planning een prototype klaar zijn dat in de kas getest kan worden. Of die robot aan de circa 7.000 takken per uur gaat komen die ervaren 'knoppers' van vlees en bloed bij hem in de kas halen? Grootsholten kijkt er met heel veel belangstelling naar uit!





KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Robots en kunstmatige intelligentie (AI) kunnen bedrijven efficiënter, concurrerender en dus ook toekomstbestendiger maken. Ook Rabobank heeft daar belang bij en dus zoeken ze naar mogelijkheden om hun klanten daarbij te helpen. Aangezien de bank zelf niet alle kennis op dat gebied in huis heeft, werken ze samen met partners die dat wel hebben. Zoals met RoboHouse in Delft.

De samenwerking tussen die twee verloopt naar wens, want onlangs werd het bestaande partnership weer voor een periode van drie jaar verlengd. Klanten van Rabobank kunnen kosteloos deelnemen aan een RoboHouse Kenniscluster (waarde € 5.000,-). Dat is een serie workshops met experts en mensen uit de praktijk om meer

inzicht te krijgen in de mogelijkheden met onder andere robots. Accountmanager Gerwien Kerkhof van Rabobank legt zijn tuinbouwklanten graag uit dat zijn bank verschillende initiatieven ondersteunt om bedrijven te helpen te verduurzamen, en ook om op arbeidskosten te besparen. "Enkele klanten van mij in de Phalaenopsis hebben onlangs bijvoorbeeld een stok-steek-robot aangeschaft. Handmatig opsteken is arbeidsintensief, dus robotiseren is dan een aantrekkelijke optie." Behalve kosten wordt ook de beschikbaarheid van arbeid lastiger, zo hoort Kerkhof steeds vaker. Voor telers die op dat vlak ideeën of initiatieven hebben én willen weten wat Rabobank voor hen kan betekenen, heeft hij een helder advies: "Bel je accountmanager."



HENK DE JONG, RIZA:

'PROFESSIONALITEIT BIEDEN DIE DE MARKT VAN ONS VERLANGT'

Onder de vlag van Riza hebben zes telers van bloeiende kamerplanten sinds begin dit jaar hun krachten richting de markt gebundeld. Een collectief met zo'n 45 miljoen planten op jaarbasis en een omzet van om en nabij de € 130 miljoen. Dat mag je een serieuze partij noemen. Waar komt dit idee vandaan? Hoe loopt het nu? En waar moet het heen? We vroegen het aan Henk de Jong, de kersverse commercieel directeur van Riza.

Tekst: Ton van der Vliet

Fotografie: Sharon Schouten

39

Waarom is deze krachtenbundeling nodig?

"Om sterk te staan tegenover grote eindklanten heb je schaal en volume nodig. Met ons nieuwe collectief creëren we dat. Bovendien; vroeger kon je met 5 hectare prima een kwekerij runnen. Dan was jij degene die het meeste verstand van alles had. Maar met de huidige ontwikkelingen op het gebied van digitalisering, duurzaamheid, wet- en regelgeving, HR, finance en noem

maar op, red je het niet meer. Ook daarom is krachtenbundeling nodig."

Wat merk je daarvan in de praktijk?

"Je loopt op zeker moment tegen je eigen plafond aan. The Orchid Growers (waar Henk 3 jaar commercieel manager was, red.) leek een grote en sterke partij te zijn, maar als je bij de grote afnemers kwam was ook dat

6 BEDRIJVEN, 5 PLANTEN, 2 MERKEN, 25 MEDEWERKERS

Riza is een coöperatie die op dit moment zes aangesloten bedrijven omvat: Bromelia Specialist, Ter Laak Orchios, Maarel Orchids, Van der Voort Potplanten, Concorde Plants, Karma Plants. De coöperatie bedient de markt met Bromelia, Orchidee, Anthurium, Spathip-

hyllum en Azalea. De zes productiebedrijven brengen hun producten niet meer onder eigen naam, maar onder twee nieuwe merknamen - Mimesis en Mazie - op de markt. Bij Riza werken 25 personen, waaronder accountmanagers, marketeers en data-specialisten.

een druppel op een gloeiende plaat. Dan was je toch een klein radertje in het geheel. Nu, met ons aanbod van vijf belangrijke kamerplanten, zijn we al snel goed voor zo'n 40 procent van het schap. Dat maakt je een stuk relevanter voor retailers. Bovendien kunnen wij 'dikke stromen' in de markt zetten, waarmee we data kunnen ophalen. Met deze data en onze productkennis kunnen we veel toegevoegde waarde bieden. Als wij de derving bij de klant met 2 of 3 procent terug kunnen dringen, dan ben je een graag geziene gesprekspartner."

Wat kenmerkt de huidige groep?

"Er is in eerste instantie gezocht naar producten met volume en een stevig marktaandeel én naar bedrijven die bij elkaar passen. We hebben in twee jaar tijd veel gesprekken gevoerd, en er zijn bedrijven aangehaakt en ook weer afgehaakt. Wat we nu hebben zijn allemaal familiebedrijven. Het laatste wat we willen is een grote corporate organisatie waar mensen vooral met hun ellebogen werken. Onze focus ligt op een organisatie waar mensen elkaar juist vastpakken, ondersteunen en helpen."

Waarom een nieuw initiatief?

"Omdat we volledig grip willen op de orderstromen. Dus geen geitenpaadjes, niet dat mensen toch nog even een kwekerij gaan bellen; nee, alles wordt gekanaliseerd door Riza. En het is ook omdat we een data gedreven organisatie willen zijn. Hoe uitgebreider en betrouwbaarder onze data zijn, hoe beter ons advies naar klanten. Je ziet soms product-marktcombinaties die totaal niet kloppen. High-end planten bij een prijsvechter. Of zaadkweek en geen weefselkweek – wat een betere en mooiere Spathiphyllum oplevert - bij een luxe tuincentrum. Met al onze data en een professioneel team van accountmanagers kunnen we optimaal adviseren."

Waarom een coöperatie?

"Met deze constructie blijft het echt iets van de kwekers. Je verkoopt je producten niet aan

een anonieme organisatie en daardoor blijft productkennis in huis. Riza is een middel, om de doelen van de kwekers te realiseren. Riza mag ook nooit ver van de kwekers af komen te staan."

Waarom niet fuseren?

"Dat lijkt me nu een te grote stap. Zet eerst het fundament goed neer en geef de deelnemers een mooi podium voor deze samenwerking en laat het groeien. Dat er op termijn onderling fusies kunnen ontstaan sluit ik overigens niet uit."

Biedt de coöperatie nog ruimte voor groei?

"Ja, we missen nu nog bepaalde productgroepen. Ik ben er ook heilig van overtuigd dat dit concept nodig is om ook in de toekomst bloemen en planten te blijven produceren in Nederland. We hebben elkaar nodig. We moeten elkaar niet zien als concurrenten, maar als de bv-Nederland die samen optrekt om een beter resultaat in de markt te krijgen. Maar laten we nu eerst zorgen dat de basis in orde is, en ons richten op dit vijftal planten."

Waar gaat het heen?

"Ik hoop van harte dat andere kwekers deze stap herkennen en erkennen. En zich ook gaan aansluiten bij een collectief, of zelf zoiets starten. Want als Riza de enige blijft, dan gaat dat het verschil ook niet maken. Er moeten er echt meer volgen. Ik gun de sector deze professionalisering. We hebben een miljarden industrie, maar we acteren nog als een ambacht. Dat moeten we zien te doorbreken. Door de professionaliteit te bieden die de markt van ons verlangt. Want uiteindelijk begint alles bij ons product."



'WE HEBBEN EEN MILJARDEN
INDUSTRIE, MAAR **WE ACTEREN
NOG ALS EEN AMBACHT'**



'VERDER DOORPAKKEN'

Maurice Langelaan van Karma Plants ziet duidelijk de meerwaarde van de coöperatie. De belangrijkste winst? "Dat je nu een meer professionelere aanpak hebt dan dat wij op individueel niveau zouden kunnen doen. Om stappen te maken is dichterbij de klant komen essentieel." De vijf producten die Riza vertegen-

woordigt zijn al 'top of mind' bij de grote afnemers, en daar gaat nu nog verder op doorgepakt worden. Voor zijn eigen ontwikkeling ziet Maurice de aansluiting ook als een voorname stap: "Ik kan me nu meer op inkoop en productontwikkeling richten omdat het hele commerciële stuk bij Riza komt te liggen."

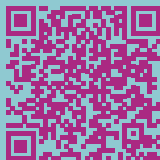
ONLINE THEMA: GEZONDHEID EN GROEIEN

Op het online kennisplatform kasmagazine.nl kun je artikelen uit KAS Magazine op thema terugvinden. Om te lezen of om te delen met anderen. Zoals gezondheid en groeien, onderwerpen die onder andere in samenwerking met Biobest worden ingevuld. Een selectie van deze artikelen brengen we op deze pagina's nog een keer onder de aandacht. Scan de QR-codes om de volledige versies te lezen op smartphone of tablet.

42

HOOFDPIJNDOSSIER BLADLUIST OPGELOST?

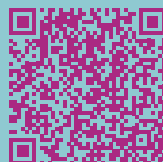
In een aantal teelten, waaronder de paprikateelt, is bladluis probleem nummer één voor bedrijven. Met het wegvallen van chemische middelen en het opduiken van resistentie, werd de inzet van biologie afgelopen jaren steeds belangrijker. Biobest heeft het breedste pakket biologische bestrijders op de markt. "Met dit brede pakket kunnen telers bladluis effectief aanpakken", zegt gewasbeschermingsspecialist Marvin Koot.





'DIGITAAL SCOUTEN WORDT STANDAARD'

Scouten in de kas gaat next-level met de introductie van camera's die plaaginsecten automatisch kunnen waarnemen, tellen en identificeren met behulp van geavanceerde software. Bij Duijvestijn Tomaten Next in Pijnacker worden hightech tools van Biobest als Crop-Scanner, Trap-Eye en PATS-C getest. Remy van Haaster, gewasbeschermingspecialist bij Duijvestijn, ziet wel mogelijkheden. "Als in de toekomst steeds meer middelen wegvallen wordt accuraat scouten alleen maar belangrijker."



BIOLOGIE VRAAGT ANDERE DENKWIJZE

Gewasbeschermingsmiddelen verdwijnen stuk voor stuk van het toneel. Om gezonde gewassen te kunnen blijven telen wordt de inzet van biologie steeds belangrijker. Dat vergt echter een totaal andere aanpak, weten Jeffrey van den Akker en Marcel Verbeek, gewasbeschermingsspecialisten bij Biobest. Het draait om planmatig en preventief werken. "Dat begint met je teelt evalueren."



GRIP OP KWALITEIT MET EIGEN SMAAKPANEL

Bij de keuze voor voedingsproducten spelen kwaliteit, smaak en versheid een grote rol. Een eigen team van smaakexperts geeft tuinders en voedingsproducenten grip op productkwaliteit, verlaagt kosten en versnelt innovatie. Scelta Mushrooms zet daarom met hulp van Brightlands NovaBite een eigen smaakpanel op voor het objectief beoordelen van de smaak, aroma en productkwaliteit van de eigen producten.

Tekst: Lise Schregardus

Fotografie: Brightlands Campus Greenport Venlo



Bij Scelta Mushrooms draait het om champignons: van vers ingevroren en geconserveerde varianten tot innovatieve toepassingen zoals vetvervangers en umami-versterkers. Achttien medewerkers van het Venlose bedrijf volgen een training via Brightlands NovaBite en starten binnenkort als smaakexperts.

Volgens Sophie Tullemans, sensorisch expert bij Brightlands NovaBite, kan iedereen leren proeven. "We trainen mensen om op een gelijk niveau te proeven, maar er zijn wel drie basisvoorwaarden: je moet goed kunnen ruiken, proeven en niet-kleurenblind zijn, aangezien je soms ook een product op kleur moet beoordelen. Dit checken we vooraf met een eenvoudige test. Als je die doorstaat, kun je een taster worden. Het mooiste is als je een breed expertpanel hebt, van de productontwikkelaar tot de HR-medewerker."

Eigen smaakpanel

Brightlands NovaBite helpt bedrijven bij het opzetten van een intern smaakpanel om smaak, aroma en productkwaliteit te beoordelen. De trainingen richten zich op het ontwikkelen van de proefvaardigheden en expertise van medewerkers, zodat zij producten nauwkeuriger en consistentere kunnen beoordelen volgens de standaarden van hun bedrijf. Steeds meer bedrijven kiezen voor het opzetten van een eigen smaakpanel. "Met een intern smaakpanel krijg je als bedrijf goed inzicht in je producten. Dit stelt je in staat om unieke kenmerken en verschillen beter te begrijpen en te communiceren naar de klant", vertelt Tullemans. "Een getraind panel draagt bij aan productkwaliteit, merkidentiteit en innovatie. Tegelijkertijd bespaar je kosten doordat je minder afhankelijk bent van externe panelen."

Rachel Eikelboom begeleidt de achttien deelnemers bij Scelta Mushrooms en wordt zelf opgeleid tot panelleider van het interne smaakpanel. Proeven is haar dagelijkse werk. Als Technical Sales & Application Advisor is ze veel in de keuken te vinden om producten te testen en te verbeteren. "Voor mij is het vanzelfsprekend hoe je producten proeft, maar voor veel collega's niet. Maar dat is juist een voordeel: door verschillende medewerkers te betrekken, proef je objectiever."

Maar ook betrokkenheid en professionaliteit zijn volgens Eikelboom belangrijke redenen om met een eigen smaakpanel aan de slag te gaan. "Doordat je als medewerker regelmatig producten moet testen, krijg je meer affiniteit met de producten die we hier ontwikkelen en kunnen we onze klanten ook beter adviseren met betrouwbare resultaten. Een ander bijkomend voordeel van een eigen smaakpanel is dat we sneller 'in huis' testen kunnen doen. We krijgen veel klantvragen en die kunnen we met een eigen panel meteen oppakken. Dat scheelt tijd en geld."

Smaak in kaart brengen

Het smaakpanel helpt niet alleen bij bestaande producten, ingrediënten en toepassingen, maar ook bij nieuwe innovaties. "We hebben pas een

'Getrainde panelleden kunnen benoemen wát een product lekker maakt'

vetvervanger ontwikkeld op basis van de witte Nederlandse champignons. Die moet zorgen voor de juiste textuur, sappigheid en malsheid in vleesvervangers", legt Eikelboom uit. "Met ons panel kunnen we dit testen voordat het product op de markt komt."

Smaak laat je genieten van eten, maar het is ook een complex samenspel van chemische reacties en zintuiglijke waarneming. "Iedereen kan zeggen of iets lekker is, maar getrainde panelleden kunnen benoemen wát een product lekker maakt", zegt Sophie Tullemans. "Dat is iets wat zelfs de modernste meetapparatuur nauwelijks kan vaststellen." Om een zo eenduidig mogelijk oordeel te krijgen over een product, is het volgens Tullemans van belang dat de deelnemers aan een smaakpanel dezelfde interpretatie hebben over hoe zout, bitter of zoet iets is. "Als je bijvoorbeeld zoutloos eet, ervaar je een product anders dan iemand die



veel zout gebruikt. Wanneer je ongetraind bent, speelt dit zeker een rol. Maar met deze training zorg je ervoor dat de interpretatie hetzelfde is en alle experts vanuit dezelfde basis, hetzelfde smaak-startpunt, de smaakaspecten beoordelen.”

Eigen vocabulaire

Na de eerste trainingen zijn Rachel Eikelboom en haar collega's enthousiast. "We leren om smaken en texturen objectief te omschrijven. Ik ga ervan uit dat we na de tien trainingssessies allemaal ex-

perts zijn in het omschrijven van de champignon-smaak en we met elkaar een eigen vocabulaire kunnen ontwikkelen voor onze champignonproducten. Dat helpt ons niet alleen intern, maar ook in onze communicatie met klanten."

Tullemans benadrukt dat een smaakpanel continu moet oefenen. "Het is als een taal leren: je moet blijven trainen om scherp te blijven. Door wekelijks te proeven, blijft het panel op niveau en blijft Scelta Mushrooms werken aan smaakverbetering en innovatie."

SERIE: BRIGHTLANDS

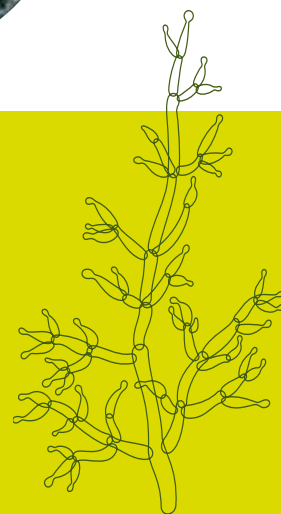
Op Brightlands Campus Greenport Venlo werken vernieuwers uit het MKB, startups, wetenschappers en studenten samen aan innovaties op het gebied van gezonde voeding, future farming en bio-circular economy. In KAS Magazine worden specifieke projecten en initiatieven uitgelicht.

ASPERELLO® T34



Pak het probleem bij de wortel aan

- Duurzame bescherming tegen wortelpathogenen
- Zonder residu
- Start bij de plantenkweker



www.biobest.com

Biologisch fungicide (10481P/B) op basis van 1012CFU/KG *Trichoderma asperellum* stam T34.
Beschermt wortels tegen wortelziekten. Gebruik gewasbeschermingsmiddelen veilig.
Lees voor het gebruik eerst het etiket en de productinformatie.

SMAAKPAPRIKA'S FLINK IN DE LIFT

Smaakconcepten zijn uitgegroeid tot een belangrijke pijler onder het paprika-assortiment van Rijk Zwaan. De concepten Sweet Palermo en Tatayoyo - die zich beiden kenmerken door paprika's met een zoete, sappige smaak - wonnen de afgelopen jaren flink aan terrein. En nog steeds: smaakvolle paprika's voorzien duidelijk in een consumentenbehoefte en helpen de paprikaconsumptie op te krikken. Rijk Zwaan zet daarom vol in op de doorontwikkeling van deze concepten én op de veredeling van nieuwe smaakpaprika's.

Tekst: Ank van Lier

Fotografie: Sharon Schouten





Smaakpaprika's zijn niet nieuw binnen het paprika-rassenpalet van Rijk Zwaan. Ruim tien jaar geleden introduceerde de veredelaar namelijk al het smaakconcept 'Sweet Palermo'. "Je ziet al jarenlang een trend richting diversificatie in het groente- en fruitschap; consumenten willen steeds meer te kiezen hebben", zegt Emiel Bronswijk, Crop Specialist Paprika bij Rijk Zwaan. "We zijn daarom gaan kijken naar de mogelijkheden om meer variatie te brengen in ons paprika-assortiment, op basis van de eigenschappen die genetisch besloten liggen in dit gewas. Dat leidde uiteindelijk onder meer tot het Sweet Palermo-concept. Het paprikaras Palermo RZ werd al jarenlang geteeld en aangeboden als groene paprika. Deze paprika's langer laten rijpen, totdat ze rood zijn, bleek te resulteren in een geweldig smaakvolle paprika. Daarmee legden we de basis voor het Sweet Palermo-concept."

Breed rassenpalet

Vandaag de dag omvat dit concept tientallen zoete puntpaprika-rassen, die zich kenmerken door een zoete smaak en uitermate sappige vruchten. "Deze combinatie doet het 'm", zegt Erwin Weerheim, Crop Specialist Paprika en wereldwijd Crop-Coördinator hightech Paprika bij Rijk Zwaan. "We stellen als veredelaar hele hoge eisen aan de smaak van deze conceptrassen; de Brix-waarde moet optimaal zijn. Daarop - en op de sappigheid en een goede houdbaarheid van de paprika - hebben we in de afgelopen tien jaar vol ingezet. Inmiddels zijn er Sweet Palermo-rassen met diverse ziekteresistenties, waaronder TM3 en TSWV:0, voor zowel de hightech glastuinbouw in Nederland als voor de teelt in Spanje en Marokko. Ook zijn er rassen met verschillende vruchtgewichten en rijpingssnelheden; de teler kan dus het ras kiezen dat past bij zijn wensen én bij die van zijn afnemer. Maar uiteindelijk is de smaakbeleving voor de consument altijd hetzelfde; doordat al onze Sweet Palermo-rassen uitgebreid worden gescreend door een consumentenpanel,

krijgen kopers gegarandeerd een zoete en sappige paprika."

Groeiende markt

Het areaal Sweet Palermo zit flink in de lift; in Nederland staat inmiddels zo'n 150 hectare van deze zoete puntpaprika's. Daarnaast worden deze smaakpaprika's geteeld in Spanje en Marokko. "Het areaal is de afgelopen twee jaar met ruim tien procent uitgebreid", zegt Bronswijk. "De markt groeit dus. Dat komt mede doordat wij als Rijk Zwaan fors investeren in de marketing en promotie van het Sweet Palermo-concept. We trekken samen op met retailers om de meerwaarde van deze smaakpaprika onder de aandacht te brengen van consumenten. Dit sorteert effect, daarnaast slaat de smaak aan. En consumenten - en vooral ook kinderen - eten de Sweet Palermo's heel makkelijk weg. Hij is ideaal om tussendoor te snacken en past ook prima in de broodtrommel."

Een vergelijkbare ontwikkeling manifesteert zich bij het Tatayoyo-concept, het nieuwste smaakconcept. Rijk Zwaan lanceerde deze premium snackpaprika twee jaar geleden. "Tatayoyo - de merknaam voor het ras Mitayo RZ - onderscheidt zich ook met name door zijn smaak", zegt Weerheim. "Deze oranje smaakpaprika is zoet en sappig en kenmerkt zich daarnaast door diverse tropische, fruitige aroma's. Deze aroma's zijn in geen enkele andere paprika aanwezig. Hierdoor komt de Brix-waarde nog iets hoger uit dan bij Sweet Palermo."

Tatayoyo valt ook op doordat 'ie kleiner is dan een blok-paprika, maar groter dan een reguliere snackpaprika. "Een gewone snackpaprika weegt 25 tot 30 gram, de Tatayoyo 40 tot 80 gram. Desondanks is deze smaakpaprika heel handzaam en ideaal om te snacken, mede omdat de vrucht weinig zaden in zich heeft. Daarbij past 'ie ook prima in een broodtrommel."

50



SCAN, LEES
ONLINE EN DEEL!

Emiel Bronswijk: 'Consumenten willen steeds meer te kiezen hebben'





Erwin Weerheim: 'We stellen hele hoge eisen aan de smaak van deze conceptrassen'

51

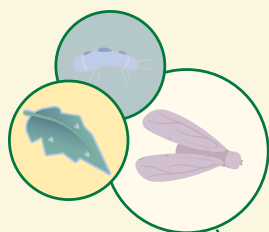
Omdat Tatayoyo nog een relatief jong concept is, is het areaal aanzienlijk beperkter dan bij Sweet Palermo. Bronswijk stelt dat in Nederland ruim 2 hectare Tatayoyo-paprika's staat. Daarnaast wordt het ras op kleine schaal geteeld in Roemenië, Oostenrijk, Spanje en Noord-Amerika. "Maar we zien dat dit product terrein wint; de Tatayoyo vindt redelijk makkelijk z'n weg naar de consument", zegt Bronswijk.

Verbreiding paprikamarkt

Al met al weten consumenten de bijzondere smaak van Sweet Palermo en Tatayoyo dus te waarderen. "Smaakpaprika's zijn in trek en zitten in de lift. En steeds meer Europese retailers willen ermee aan de slag", zegt Weerheim. "We zijn er zeker van dat deze opmars zal doorzetten. Er is duidelijk behoefte aan smaakvolle paprika's, die ook nog eens makkelijk uit de hand te eten zijn." Om die reden zet Rijk Zwaan vol in op de (door)ontwikkeling van

smaakconcepten. "Ook omdat deze concepten helpen om de paprikaconsumptie te verhogen", zegt Bronswijk. "De smaakpaprika's snoepen doorgaans namelijk weinig afzet weg bij de blokpaprika's. Deze worden meestal niet als snack gegeten, maar verwerkt in diverse gerechten. De smaakvolle paprika's zijn dus een aanvulling daarop; deze zorgen voor een verbreding van de paprikamarkt."

De veredelaar oriënteert zich niet alleen op de ontwikkeling van nieuwe smaakconcepten, maar ook op de doorontwikkeling van Sweet Palermo en Tatayoyo. Bronswijk: "Bij Sweet Palermo richten we ons bijvoorbeeld op het creëren van meeldauwresistentie. Bij Tatayoyo focussen we onder meer op rassen met een hogere kilo-opbrengst, andere kleuren en het inkruisen van TM3- en TSWV:0-resistentie. Omdat dit concept nog relatief nieuw is, zijn hier grotere stappen te zetten. Maar investeren in smaakpaprika's loont; dat blijkt wel!"



VOOR
GROENTE
EN
SIERTEELT



BEKIJK DE VIDEO

Velifer®

Biologisch insecticide

- Zeer effectief op witte vlieg en trips
- Sier- en groenteteelt
- Vloeibare formulering
- Zeer gewasveilig

BASF Nederland B.V., Agricultural Solutions, Telefoon (026) 371 72 71,
www.agro.basf.nl. Gebruik gewasbeschermingsmiddelen veilig.
Lees voor gebruik eerst het etiket en de productinformatie.

BASF
We create chemistry

Professionele podcast met jouw bedrijf?



- Opent deuren bij nieuwe klanten
- Maakt jouw bedrijf bekend onder jonge doelgroep
- Voor iedereen toegankelijk op Spotify
- Tevens gratis uitzending op Hortibiz Newsradio
- Meer weten? Whats app 06-23 757 240



hortibiz
NEWS & MEDIA

Goedemorgen – Hortibiz Newsradio – Tuinbouwmarktplaats – Hortibiz Daily

WEER EN LANDSCHAP: VERHAAL VAN TWEE LANDEN

Verhuizen naar het buitenland brengt altijd opvallende verschillen met zich mee, misschien nog wel het meest als het gaat om weer en landschap. Als geboren en getogen inwoner van Madrid in Spanje, die nu al meer dan twee jaar in Noord-Holland woont, heb ik deze contrasten aan den lijve ondervonden.

Nederland kent vier verschillende seizoenen, elk met zijn eigen karakter. De winters zijn donker en bewolkt, met minder dan acht uur daglicht tijdens de winterzonnewende. Dit kan gevoelens van melancholie opwekken, omdat de straten stil en somber worden, een schril contrast met de levendige avonden in Madrid.

De zomer schetst een ander beeld. Fris en rustgevend, bieden Nederlandse zomers meer dan zestien uur daglicht rond de zomerzonnewende. Dit verlengde licht nodigt uit tot buitenactiviteiten zonder de verstikkende hitte die ik in Spanje kende.

Het Nederlandse landschap speelt een cruciale rol waar het gaat om buitenactiviteiten. Prachtige kanalen, weelderige weilanden en levendige flora creë-

ren een uitnodigende sfeer. Toch vormt het vlakke terrein ook een unieke uitdaging voor diegenen die gewend zijn aan bergen of valleien.

Fietsen wordt een fluitje van een cent op de vlakke Nederlandse grond, maar de afwezigheid van hoogteverschillen kan vreemd aanvoelen voor nieuwkomers. Al biedt dit geografische contrast ook weer zijn eigen charme en moedigt het aan om de unieke kenmerken van het land te verkennen.

In essentie bieden deze regionale verschillen een verhelderende ervaring. Ze stellen mij in staat om de unieke identiteit en cultuur van mijn nieuwe thuis te leren kennen en waarderen, een kans die ik zou missen als ik nooit buiten mijn comfortzone zou treden.

Het omarmen van deze veranderingen verbreedt niet alleen mijn perspectieven, maar verdiept ook het begrip van de diverse omgevingen in de wereld. Dus, de volgende keer dat je de drang voelt om te verkennen, bedenk dan: een compleet nieuwe wereld van weer en landschappen wacht op jouw ontdekking!

53

Daniel Lopez Lacasa

verhuisde twee jaar geleden van Spanje naar Nederland om bij Syngenta aan de slag te gaan als Assistent Veredelaar. In KAS deelt hij zijn ervaringen.



OUT OF THE BOX ÉN

54



Bij Kwekerij Knippenberg-Eijkenboom in Sint Odiliënberg is alles 'anders dan anders'. Eigenaar Ruud Eijkenboom kiest bewust voor een kleinschalig bedrijf en richt zich volledig op consumentenverkoop. Om klanten te bereiken, gaat hij - samen met zijn compagnon - vooral 'out of the box'. Daarnaast teelt Eijkenboom sinds 2022 volledig gasloos.

Tekst: Ank van Lier
Fotografie: Jordy Caris

Een elektrisch treintje met toeristen dat door de kwekerij rijdt. Een ontbijtsessie voor ondernemers in de kas. Niets is te gek bij Kwekerij Knippenberg-Eijkenboom in Sint Odiliënberg. Ruud Eijkenboom is de drijvende kracht achter het bedrijf. "Ik stapte in 2015 in de kwekerij", vertelt de ondernemer. "Tot die tijd werd deze gerund door het echtpaar Knippenberg. Ik had voorheen een handelsbedrijf in bloemen en planten, maar wilde graag zelf gaan telen. Daar ligt mijn passie. Jan en An Knippenberg boden mij die kans; zij hadden namelijk geen opvolger."

De eerste jaren runde Eijkenboom de pot- en perkplantenkwekerij met twee compagnons, sinds 2020 is hij de enige eigenaar. "De focus lag al jarenlang op de particuliere verkoop. Die

GASLOOS TELEN

lijn heb ik doorgetrokken. Ik teel een breed assortiment perkplanten en in het najaar nog wat violen. Daarnaast koop ik vaste planten, heesters en andersoortige tuinplanten in bij kwekers in de regio. Ik wil alles zien voordat ik het koop, zodat ik gegarandeerd goede kwaliteit kan leveren. We staan namelijk bekend om topkwaliteit én een goede prijs-kwaliteitverhouding. Onze prijzen liggen 25 tot 30 procent lager dan bij een regulier tuincentrum. Hoe ik dat voor elkaar krijg? Vooral door de kosten laag te houden. Qua teelt doe ik het meeste zelf, de externe arbeid is minimaal."

Volgeladen karren

De periode maart tot en met juni is qua verkoop het belangrijkste. Dan komen er gemiddeld zo'n 25.000 consumenten naar de kwekerij, die - inclusief verkoopruimte - ongeveer 1,5 hectare telt. "Ik heb nooit een groot bedrijf geambieerd. Contact met mensen vind ik het mooist", zegt Eijkenboom. "Onze klantenkring bestaat voor de helft uit Duitsers; we zitten hier tegen de Duitse grens. Mensen komen hierheen omdat wij groene kennis in huis hebben en hen kunnen adviseren. Hierdoor laden de meesten hun kar flink vol. De omzet en winst komt bij ons uit de massa. Daarbij hoef ik geen dikke boterham te verdienen; ik wil plezier hebben in mijn werk."

Dit plezier haalt de ondernemer ook uit de samenwerking met zijn 'compagnon' Richard Cox. Hij is sinds 2022 officieel in dienst. "Maar eigenlijk runnen we het bedrijf samen", benadrukt Eijkenboom. "Richard sprong ten tijde van corona bij en zo ontstond een vriendschap. Hij heeft verschillende banen gehad en een groot zakelijk netwerk. Dat was voor mij een pre. Net zoals het feit dat hij geen plantenkennis heeft. Hierdoor kan hij out of the box denken en signaleert hij kansen die ik niet zie.



Ik doe vooral de teelt en inkoop van planten, Richard richt zich op het werven en binden van klanten. Persoonlijk contact met de klant is voor ons heel belangrijk. Eigenlijk is dat de basis van ons bedrijf en voor ons succes."

Video's op Facebook

Cox zet onder meer in op klantenbinding via Facebook, waar het bedrijf inmiddels zo'n 7.500 volgers heeft. De filmpjes die hij opneemt met Ruud in de hoofdrol zijn een ware hit. "In deze filmpjes zetten we Ruud neer als gezicht van de kwekerij", zegt hij. "En de video's bevatten ook altijd een komische noot. We gaan met regelmaat 'live', ook in het seizoen. Dan doen we bijvoorbeeld een winactie. Ruud ligt dan tussen de planten en volgers moeten raden hoeveel planten er in het vak staat. Dat slaat enorm aan. Waarschijnlijk omdat we plezier uitstralen en omdat we het persoonlijk maken. En deze aanpak trekken we door wanneer mensen op de kwekerij komen. Iedereen wordt 'gezien', er is tijd voor een praatje en mensen krijgen gratis koffie." Eijkenboom haakt hierbij aan: "Mensen komen hier graag. De persoonlijke benadering en gezelligheid maken het verschil. Dat vind je bijna nergens meer, terwijl mensen daar wel behoefte aan hebben. We willen een glimlach op de gezichten toveren. Dan komt de omzet vanzelf, daar ben ik van overtuigd. Maar eerlijk is eerlijk: het is moeilijk meetbaar wat deze aanpak precies oplevert."

Gasloos telen

Ook verduurzaming was de afgelopen jaren een belangrijk thema. De ondernemer teelt nagevoeg biologisch en ging in 2022 volledig van het gas af. Dit was noodzakelijk vanwege de hoge gasprijzen. Eijkenboom: "Het was voor ons niet meer rond te rekenen, zeker omdat we de verkoopprijzen laag willen houden. We zijn in een paar weken tijd volledig omgegaan, het gas werd afgesloten. Hoe ik dat teelttechnisch doe? Vooral door pas vanaf half maart te planten; voorheen stonden in februari al de eerste perkplanten in de kas. Hierdoor zijn de producten later verkoopklaar, maar dat leggen we klanten uit

via sociale media. Daarbij heb ik getest wat de tuinplanten in de wintermaanden kunnen hebben aan kou; een temperatuur tot -7 is te doen. In geval van nood huren we gasbranders bij." Ook de elektriciteitsvoorziening werd verduurzaamd, door te investeren in zonnepanelen. Deze verduurzamingslag trekt volgens Cox extra klanten. "Dat komt mede omdat deze ommezwaai behoorlijk wat media-aandacht genereerde."

Online verkoop

Daarmee is het verhaal nog niet compleet. De twee boezemvrienden lanceerden enkele jaren geleden ook de webshops tophangpotten.nl en rechtstreeksvandekweker.nl. "In coronatijd viel een groot deel van onze particuliere verkoop weg, doordat Duitsers niet meer over de grens kwamen", vertelt Eijkenboom. "Hierdoor realiseerde ik me hoe kwetsbaar we waren. Om risicospreiding te creëren, zijn we toen online aan de slag gegaan. Daarmee boor je nieuwe doelgroepen aan."

Via tophangpotten.nl biedt het bedrijf hangpotten aan met planten die passen bij het seizoen. Rechtstreeksvandekweker.nl biedt het sortiment dat ook in de kwekerij staat. "Met deze laatste website hebben we nog niet veel gedaan", erkent Cox. "Tophangpotten.nl loopt daarentegen best aardig; we leveren zo'n 7.000 potten per jaar. Hierbij richten we ons nu vooral op de zakelijke markt. Mijn netwerk komt daarbij goed van pas. Ik nodig ondernemers die ik ken bijvoorbeeld uit op ons bedrijf."

Risicospreiding

De ondernemers bezorgen de hangpotten bijna allemaal zelf. "Zo houden we het persoonlijk én kunnen we de kwaliteit waarborgen. Of dit rendabel is? Nee, zeker niet. Maar dat is niet erg. Ons inkomen moet uit de kwekerij en de particuliere verkoop komen. De online verkoop is een aanvulling en trekt ook weer extra mensen naar de kwekerij. En zoals gezegd: het biedt risicospreiding. In de toekomst willen we deze afzetkanalen dan ook verder uitbouwen."



'PERSOONLIJK CONTACT MET DE KLANT
IS DE BASIS VAN ONS SUCCES'



4 VRAGEN AAN... ILSE PENNINGS

In een serie korte interviews laten we vrouwelijke ondernemers aan het woord die schitteren op de Verjaardagskalender Iconische Kwekersvrouwen. We stellen hen telkens vier vragen. Dit keer: Ilse Pennings van P. Pennings Bloembollenbedrijf uit Noordwijkerhout.

Tekst: Jacco Strating

Fotografie: Marieke Treffers

Wie ben je en wat doe je?

"Ik ben Ilse Pennings. Mijn man is narcissenkweker. Zelf ben ik niet dagelijks actief in het bedrijf, maar meer de stille kracht op de achtergrond. Ik werk drie dagen in de week als communicatieadviseur bij een groot hoveniersbedrijf en vanuit die communicatieachtergrond help ik ook mijn man om het narcissenplezier de wereld in te slingeren. Ik assisteer hem vooral met fotografie, social media en de website. Hoe kunnen we de narcissen aan zoveel mogelijk mensen laten zien? Superleuk om te doen! Daarnaast help ik tussen de bedrijven door met allerlei zaken. Ik pluk de bloemen voor de shows op Keukenhof, doe de personeelsadministratie in de zomerperiode. We hebben dan altijd een grote groep seizoensmedewerkers op het bedrijf. Vooral jeugd uit de omgeving. Het is heel leuk om met die club bezig te zijn met de verwerking van de narcissenvollen. Ik word ook gewoon heel blij van narcissen. Op het bedrijf kweken en verhandelen we inmiddels meer dan 180 soorten."

Ervaar je de tuinbouw als mannenwereld?

"Ja, ik denk dat de tuinbouw wel altijd een mannenwereld is geweest, maar er is ook een hoop veranderd de laatste jaren. Dat zie ik ook bij het hoveniersbedrijf waar ik werk. De soms zachtere, menselijke kant van de bedrijfsvoering en de intuïtie van de vrouw worden steeds belangrijker. En vaak is de klant ook een vrouw.

Zo kun je die klant ook beter gaan aanvoelen. Ik heb wel het idee dat er steeds meer balans komt tussen mannen en vrouwen. Natuurlijk zijn er nog wel functies die vooral door mannen worden ingevuld, maar de sector is zeker met zijn tijd meegegaan en zien we steeds meer een goede mix."

Wat kun je juist als vrouw zijnde bijdragen?

"Zoals ik al aangaf zit die meerwaarde vooral aan de verkoopkant. Communicatie, marketing, verpakking, dat soort zaken. Het is van belang om je product goed zichtbaar te maken en erover te vertellen. Hoe kun je het product zo goed mogelijk verkopen? Tegelijkertijd kunnen vrouwen ook over het geheel natuurlijk meer kennis inbrengen. Dus je zult in de breedte steeds meer vrouwen in de tuinbouw gaan zien."

Waarom heb je meegedaan met de kalender?

"Ik vond het vooral een heel origineel idee. Ik word altijd enthousiast van nieuwe dingen. En omdat vrouwen in de tuinbouw soms wat op de achtergrond blijven, vond ik het wel goed om juist op de voorgrond te treden. Ik was de eerste die voor de kalender werd gefotografeerd, dus ik had geen idee wat mij te wachten stond. Maar dat ik uiteindelijk met een kraag van narcissen op de foto sta, vind ik helemaal geweldig. Een totaal andere manier om met je product bezig te zijn."

De Verjaardagskalender Iconische Kwekersvrouwen is een project van Marjolein van Ruiten en Marieke Treffers. De kalender is te koop via marieketreffers.nl.

ONLINE THEMA: ENERGIE

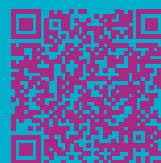
Op het online kennisplatform kasmagazine.nl kun je artikelen uit KAS Magazine op thema terugvinden. Om te lezen of om te delen met anderen. Een van die thema's is energie, een onderwerp dat veelal in samenwerking met AgroEnergy wordt ingevuld. Een selectie van deze artikelen brengen we op deze pagina's nog een keer onder de aandacht. Scan de QR-codes om de volledige versies te lezen op smartphone of tablet.

60



SCHERP BLIJVEN OP ENERGIEVLAK

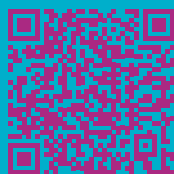
Verduurzaming van de energievoorziening is een belangrijke rode draad in de bedrijfsvoering van Komkommerkwekerij Reijm & Zn. in Zevenhuizen. AgroEnergy helpt komkommerteler Jan Reijm om deze transitie vorm te geven én de energiekosten beheersbaar te houden. Het bedrijf wil niet alleen energieleverancier zijn, maar bovenal een partner van de teler. Om die reden ondersteunt EnergieSpecialist Jaco Gelderblom de ondernemer al jarenlang in zijn energiemanagement.





'CONGESTIE BIEDT OOK VOLOP KANSEN'

Door de opmars van duurzame bronnen is regelmatig sprake van congestie op het elektriciteitsnet. Dat betekent dat meer stroom moet worden getransporteerd dan het net aankan. Om dit op te lossen, kloppen netbeheerders steeds vaker bij telers aan met het verzoek om tijdelijk geen WKK-stroom terug te leveren. Ook tomatenteler Arno Verbocht kreeg die vraag. AgroEnergy helpt hem om inzichtelijk te krijgen wat dit betekent en gaat daarnaast het gesprek aan met de netbeheerder. Doel is om te komen tot een oplossing die voor de teler het beste past.



OPTIMAAL RENDEMENT UIT ZONNESTROOM

Zonnepark Branderwal in Kootwijkerbroek is in veel opzichten uniek. AgroEnergy regelt de verkoop van de opgewekte stroom. Daarnaast ondersteunen de energiespecialisten ondernemer Brand Jan van den Bosch in de verdere ontwikkeling van het park. Hij heeft diverse innovatieve plannen om op termijn te komen tot een maximale flexibiliteit in duurzame energiestromen.



VOEDSELTRANSITIE APPELTJE-EITJE?

Landbouwcommissaris Hansen presenteerde onlangs de contouren van de Europese landbouwvisie. In de nieuwe aanpak voor het Europese landbouwbeleid pleit hij vooral voor een aantrekkelijke, concurrerende en duurzame sector door dialoog en vertrouwen. Ondanks de optimistische toon klonk er ook kritiek op de visie omdat concrete uitwerkingen ontbreken. Wat is een landbouwvisie eigenlijk zonder een voedingsvisie van Europa? De route naar een dieet dat zowel de aarde als de mens gezond houdt, is allesbehalve appeltje-eitje.

Tekst: Judith van Heck en Paul Houtepen, Imagro

Fotografie: Shutterstock

62

De cijfers liegen er niet om. Het RIVM verwacht dat in 2050 62 procent van de Nederlanders overgewicht heeft. We eten ons letterlijk ziek. Niet alleen de manier waarop we ons voedsel produceren moet anders. Ook wát we eten moet anders. We consumeren te veel, te zoet, te vet, te zout en te vaak bewerkt voedsel. De pijnlijke waarheid is dat 80 procent van wat er in de supermarkt ligt, niets te maken heeft met de schijf van vijf.

Welvaartziekten

Volgens Patrick Deckers van Caring Doctors is aangetoond dat overconsumptie van dierlijke eiwitten – zeker van rood en bewerkt vlees – schadelijk is voor het darmmicrobioom. Hij stelt dat het ontstekingen in het vet rond je darmen veroorzaakt. Deze ontstekingscellen hebben een relatie met ‘welvaartsziekten’ zoals hart- en vaatziekten en diabetes. De voorspelling is dat we naar 4 miljard diabeten gaan wereldwijd. Rationeel weten we natuurlijk best dat ons consumptiegedrag niet bijdraagt aan onze gezondheid. Het ontbreekt de consument echter aan de discipline om de verleidingen te weerstaan. Eten is emotie. Toch moeten we iets doen om een zorginfarct te voorkomen én Earth Overshoot Day zover mogelijk richting 31 december te krijgen. Overshoot Day symboliseert het moment waarop de consumptie van natuurlijke hulpbronnen en de uitstoot van broeikasgassen de jaarlijkse capaciteit van de aarde overschrijdt. Op dit moment valt Earth Overshoot Day op 24 juli 2025. In Nederland ligt deze datum zelfs op 5 mei dit jaar.

De 80/20 regel

De sterkste hefboom om zowel onze planeet als de mensen

weer gezond te krijgen, schuilt volgens het wetenschappelijke platform voor de transitie van voedselsystemen, EAT, in voeding. Wetenschappers pleiten in het EAT Lancet rapport voor een 80 procent plantaardig en 20 procent dierlijk dieet. EAT berekende dat we met zo’n dieet 10 miljard mensen kunnen voorzien van voldoende én gezonde voeding zonder dat we de aarde overvragen. Fantastisch nieuws toch? De oplossing! Appeltje (en af en toe) eitje, zou je zeggen.

Moeizame eiwittransitie

Toch zien we dat de huidige eiwittransitie, ondanks de vele initiatieven en programma’s, op barrières stuit. De consumptie van vleesvervangers stagneert bijvoorbeeld. Daarbij wordt ook de gezondheid van deze producten betwist. We focussen ook te veel op vegetarisme. Het percentage vegetariërs staat al twintig jaar lang straf op 5 procent. Motivaction deed vorig jaar onderzoek naar de motivatie om vegetarisch te gaan eten. Maar liefst 58 procent wil helemaal niet vegetarisch eten. Natuurlijk kennen we de voorlopers die wel volop in het pannetje van de transitie roeren; de vegetariërs, veganisten, foodies en healthies. Een klein groep consumenten die vooral terug te vinden is in de grote steden. Aan het andere uiterste vinden we nog zo’n kleine groep: de conservatieven. De introductie van wereldgerechten moet bij deze groep zijn entree nog maken. Laat staan dat de stap naar plantaardige maaltijden al besproken wordt aan de keukentafel.

Hulde aan het verspakket

Het overgrote deel van de consumenten is echter wél gemotiveerd om gezond te eten. In deze groep bevindt



zich ook de groeiende groep van flexitariërs. Inmiddels is 45 procent flexitariër. Maar ook bij de flexitariër thuis geldt dat gezondheid aan het aanrecht vecht met gemak. In ons drukke bestaan is het al ingewikkeld genoeg om überhaupt een verse maaltijd te bereiden. Even wat extra aandacht aan het weekmenu besteden, is een opgave. En, zeg nu eerlijk, we herkennen het toch allemaal? Je bent allang blij wanneer het eten 's avonds weer op tafel staat en er zonder al te veel tegenstrubbeling gegeten wordt. Stiekem ben je zelfs trots dat het weer gelukt is om een verse gezonde maaltijd te maken. Hulde aan de groentepakketten en de maaltijdboxen. Vooruit, in het weekend wil je nog weleens uitpakken. Voor vrienden bijvoorbeeld. Dan is er tijd. Tijd voor iets nieuws.

Vast repertoire gerechten

Gemiddeld bestaat ons repertoire van avondmaaltijden uit zo'n tien gerechten. Tien gerechten! In dit beperkte repertoire zit misschien wel de sleutel voor een versnelling van de transitie. Immers; als we de consument binnen dit vaste repertoire van maaltijden de verandering naar een meer plantaardige maaltijd kunnen laten maken, dan zetten we een reuzesprong in het effect. Wekelijks hybride gehakt door de spaghetti bijvoorbeeld. Dat zet zoden aan de dijk in de transitie. Hebben we nog wel een andere naam nodig voor hybride trouwens. Dat woord doet je op geen enkele manier het water in de mond lopen.

Van veranderen naar variëren

Onderzoek onder de lezers van de Volkskrant afgelopen december liet zien dat consumenten misschien niet houden van veranderingen, maar wel van variatie in het vaste repertoire. Het blijkt dat we er heerlijk op los variëren en experimenteren in de keuken. Een week lang mailden 5.000 lezers hun dagelijkse hoofdmaaltijd. De redactie kreeg 29.000

maaltijden gepresenteerd. Spaghetti bolognese heeft het traditionele aardappelen-vlees-groente gerecht (AVG-tje) van de eerste plaats verstoten. De Italiaanse klassieker kent echter veel variatie in de Hollandse keukens. We mixen werkelijk alles door de rode saus. Van pompoen, hele groentepakketten, kappertjes en hamblokjes tot venkel en paprika. Datzelfde doen we bij andere populaire gerechten als nasi en zelfs de oer-Hollandse stampot.

Gerichte stimulering

In dat vaste repertoire zitten ook markante regionale verschillen. Met een regionale voedingsstrategie die inspeelt op variatie van ons vaste repertoire kan de transitie versnellen. Om dit te bereiken moet er meer gebeuren dan een Bonenspecial van de blauwe grootgrutter (applaus hier voor trouwens). En ja, er gebeurt al best veel. Denk aan de programma's om jongeren een gezonde lunch op school te bieden, aan de initiatieven om de menu's in zorginstellingen te verbeteren. En aan de overheid die werkt aan een wet die gemeenten handvatten geeft om nieuwe verkopers van ongezond eten in een wijk te kunnen weigeren. Maar toch is de voedseltransitie nog niet op het kantelpunt dat het vanzelf gaat. Dat de kritische massa groot genoeg is en dat gezond eten de logische keuze is. Juist in gerichte stimulering van variatie in het repertoire is nog veel te winnen.

Plant de toekomst

De toekomst is hoe dan ook aan de 'plant'. Voor tuinders ligt hier een enorme kans. Bijvoorbeeld door in te spelen op de behoefte aan variatie en inspiratie bij consumenten. In de keuken thuis, maar zeker ook in de wereld van foodservice. Laat zien en proeven hoe een overwegend plantaardig dieet een heerlijk volwaardig en gevarieerd repertoire kan zijn.

BURGERPANEL EIWITTRANSITIE

Vorig jaar organiseerde LVVN een burgerpanel over duurzame eiwitconsumptie. Het doel van dit initiatief was om inzicht te krijgen in oplossingen om de consumptie van dierlijke eiwitten te verminderen en die van plantaardige eiwitten te verhogen.

De drie belangrijkste voorgestelde oplossingen van het burgerpanel:

1. Regulering door overheid: duidelijke kaders en financiële prikkels voor gedragsverandering.
2. Eerlijke communicatie over ingrediënten en effecten van voeding, afgedwongen door regelgeving.
3. Ondersteuning bij gedragsverandering: toegankelijke alternatieven en inspiratie.

De deelnemers zagen een sleutelrol weggelegd voor de overheid en supermarkten, aangevuld met ondersteuning door media en onderwijs. Hoewel burgers zichzelf ook een verantwoordelijkheid toedichten, benadrukten zij dat structurele veranderingen primair van grotere actoren moeten komen. (Bron: Burgerpanel duurzame eiwitconsumptie)

SYMPTOOMBESTRIJDING OF VERSTANDIGE OVERHEID?

Een kritische terugblik op een raadscommissievergadering die recent plaatsvond in het prachtige gemeentehuis van de gemeente Westland. Agendapunt was de uitbreiding van het ABC Westland-terrein in Poeldijk. Volgens de gemeente biedt de uitbreiding een positieve bijdrage aan de positie van de Westlandse tuinbouw. Nu is het aantal hectares glas redelijk constant en staan ze enigszins onder druk. Uitbreiding van het ABC Westland-terrein is voor de verwerking voor de huidige tuinbouwproductie dus niet nodig. Waarom dan toch uitbreiden?

Ik vrees dat er veel exotische producten vanuit de Rotterdamse haven naar Poeldijk getransporteerd gaan worden. Die worden verwerkt, verpakt en weer met vrachtwagens richting de distributiecentra van grote supermarkten in Nederland en Europa gereden. Geografisch gezien is het een zeer onlogische plek en een dure route met veel extra kilometers. Deze uitbreiding heeft bovendien een aantal consequenties: een verdrievoudiging van het vrachtverkeer en wéér ruim 700 nieuwe arbeidsplaatsen voor arbeidsmigranten, waarvan er slechts 400 in Poeldijk gehuisvest gaan worden.

De gemeente Westland motiveert dat deze uitbreiding zorgt voor 'meer kennis en innovatie en het Westland helpt om een belangrijke speler te blijven'. Jammer, ik wil ook een sterke sector, maar niet zo! Veel meer vrachtwagencombinaties zonder aanpassing van het wegennet

leiden ertoe dat het nog vele malen drukker wordt dan bij Royal FloraHolland. Daarnaast komt er nog meer laagwaardige arbeid. Hoezo meer kennisontwikkeling en innovatie?

Echter, tijdens de commissievergadering was er nauwelijks belangstelling voor deze inzichten. Enkele partijen en beleidsbeslissers hielden zich bezig met symptoombestrijding. Niet de verkeersdrukke voorkomen, maar discussie over een breder fietspad, een tunnel en hier en daar een paar bomen. De oorzaak werd niet ter discussie gesteld. Belangrijkste argument lijkt dat men een 'betrouwbare overheid' wil zijn en 'het proces loopt al zo lang' (hoe zou dat komen?).

Ook ik hecht aan een betrouwbare overheid, maar ik hecht meer aan een verstandige overheid. Er is namelijk geen beslissing zo goed of deze kan worden teruggedraaid. Trouwens, tuinbouwgrond kopen en na goedkeuring als bouwgrond verkopen is volgens mij grondspeculatie, uiteraard voor eigen risico. Maar inmiddels staat de wereld in de fik of verzuipt deze, hebben we te maken met klimaatverandering, staat de economie onder druk, is er onrust en dreiging en financiële onzekerheid. Erg onverstandig dus om beslissingen te nemen met zoveel impact, die voor de komende vijftig jaar een heel gebied op slot zetten en verkeersaanpassingen zeer onzeker blijven. Wat schiet men in het Westland hier mee op? Helemaal niets!

65

Hans Ligtenberg
is oud-tuinbouwdocent en
betrokken Westlander



Contact

Industrieweg 12
2712 LB Zoetermeer
Tel. 06-18827446
info@kasmagazine.nl
www.kasmagazine.nl

Aan dit nummer werkten mee:

Mario Bentvelsen / Roger Engelberts / Annemarie Gerbrandy / Judith van Heck / Paul Houtepen / Ank van Lier / Hans Ligtenberg / Daniel Lopez Lacasa / Wilma van den Oever / Lise Schregardus / Jacco Strating / Pieter van Velden / Ton van der Vliet

Coverfoto:

Lianne Torn-Boschman / Salted by Salt

Fotografie:

Brightlands Campus Greenport Venlo / Jordy Caris / Astrid Grootsholten / Simon Metseelaar / Pixabay / Sharon Schouten / Svensson / Sorcha Tijmons / Lianne Torn-Boschman / Marieke Treffers / Shutterstock

Vormgeving:

Diseno Vormgeving

Druk:

Vellendrukkerij BDU BV

Uitgever:

Jacco Strating

Samenwerken met of adverteren in KAS?

Mail naar jacco@kasmagazine.nl of bel met 06-18827446 of bekijk de factsheets op www.kasmagazine.nl.

Abonnement

Vul het contactformulier in op www.kasmagazine.nl en ontvang KAS ieder kwartaal voor € 39,50 per jaar. Abonnementen op KAS worden ieder jaar automatisch verlengd. Beëindiging van het abonnement kan door uiterlijk drie maanden voor het einde van de lopende abonnements termijn per mail op te zeggen. Indien u meerdere exemplaren van KAS wilt ontvangen binnen uw organisatie, kunt u contact opnemen via jacco@kasmagazine.nl voor een speciaal aanbod. Aanpassingen van abonnementsgegevens kunnen eveneens via het contactformulier op www.kasmagazine.nl.

KAS verschijnt vier keer per jaar en richt zich op ondernemers in de professionele glastuinbouw. KAS is een uitgave van Jacco Strating in Zoetermeer, KVK 27352113.

KAS Media

KAS Media richt zich specifiek op contentproductie voor eigen gebruik. Van artikelen, podcasts en video's tot eigen magazines en complete mediaproducten. Neem voor informatie contact op via

info@kasmagazine.nl of kijk op www.kasmagazine.nl voor de factsheet.

Disclaimer/copyright:

De inhoud van KAS is zorgvuldig samengesteld. De uitgever, redactie en auteurs zijn niet aansprakelijk voor schade die het gevolg is van beslissingen die worden genomen op basis van redactie, vormgeving en advertenties in KAS. Niets in deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen of openbaar worden gemaakt zonder uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van de uitgever, auteur en fotograaf.

Privacy

KAS respecteert uw privacy. De door u verstrekte gegevens worden daarom enkel gebruikt ter uitvoering van de gesloten sales- en/of abonnementsovereenkomst en om u te informeren over relevante activiteiten en diensten van KAS.



GREENTECH & VERDUURZAMEN!

De volgende uitgave van KAS verschijnt alweer snel. Vanwege GreenTech en de FlowerTrials valt KAS nummer 2 eind mei bij jou door de bus. In die uitgave uiteraard aandacht voor beide tuinbouw evenementen. Wil je jouw deelname aan GreenTech en/of FlowerTrials met de wereld delen, met een artikel, advertentie of combinatie van beiden? Neem dan contact met ons op via info@kasmagazine.nl. Maar er is meer! Want rond de zomer verschijnt ook een speciale uitgave van KAS die volledig in het teken van verduurzamen staat. Een bewaaruitgave voor de hele tuinbouwsector. Wil je ook deelnemen aan dit speciale magazine dat in een extra grote oplage wordt uitgebracht? Stuur dan vrijblijvend een e-mail naar info@kasmagazine.nl.

BEDANKT!

**VOOR JE BEZOEK
AAN HET EERSTE
TUINBOUW FOOTPRINT
EVENT.**

We verwelkomen je graag (weer)
tijdens het tweede Tuinbouw Footprint
Event in 2026. Houd de website in de
gaten of volg ons via LinkedIn,
Facebook en Instagram.



**LUISTER PODCASTS MET
DE SPREKERS NU TERUG
VIA SPOTIFY**



En volg ons op
social media voor updates!





SAVE THE DATE!

24, 25 & 26
februari '26

Evenementenhal
Gorinchem



HortiContact



Wilt u een stand boeken voor
HortiContact 2026 of meer
informatie ontvangen?
Scan de QR-code!

WWW.HORTICONTACT.NL

