

Bloemenkwekers en veredelaars bundelen hun krachten

“Grote bedrijven drukken de kleintjes uit de markt”

“De kraamkamer van de snijbloemenbranche”, noemt Ton Kester de Bloemistenkwekerij. Zijn toekomstige bedrijfsverzamelgebouw voor veredelaars en kwekers is het resultaat van dertig jaar verbazing over de manier waarop hij en zijn collega's werken.

■ tekst Linda Huijsmans ■ fotografie Ton Zonneveld

“W e zijn allemaal relatief kleine ondernemers. Iedereen koopt dezelfde dure machines en betaalt de hoofdprijs bij zijn energieleverancier. Het zou slimmer zijn om onze krachten te bundelen”, legt kweker Ton Kester uit. Ook de manier waarop zijn branche zich nu ontwikkelt ziet hij met lede ogen aan. “Het wordt steeds grootschaliger. Grote bedrijven drukken de kleintjes uit de markt en de producten worden steeds goedkoper en eenvormiger. De afstand tussen wat wij als kwekers en veredelaars ontwikkelen en wat klanten en bloemisten willen moet kleiner worden. Hoe dichter we bij de markt zitten, hoe beter we weten of de klant dit jaar weer rozen zal kopen of toch liever amaryllissen wil.” Als alles volgens plan verloopt, wordt het resultaat van een jarenlange voorbereiding in de tweede helft van 2010 werkelijkheid.

Dan verrijst PrimAviera, een nieuw glastuinbouwgebied in Rijsenhout onder de rook van Schiphol. Kester wil op het terrein van veertig hectare groot een bedrijfsverzamelgebouw neerzetten. Hier bundelen kwekers en veredelaars hun krachten op het gebied van overhead, transport en marketing. Samen zijn ze ook sterk genoeg om de tussenhandel over te slaan en direct contact te leggen met afnemers. Deelnemers huren of leasen een stuk van één hectare en voeren er hun bedrijf voor eigen rekening en risico in samenwerking met een veredelaar en bloemisten. Eindproducten leveren de ondernemers voor verdere verwerking en transport aan bij het bedrijfsverzamelgebouw. Aan de realisering van de Bloemistenkwekerij is een lange tijd van praten, plannen maken en partners zoeken voorafgegaan. Ruim vijf jaar geleden

stapte Kester naar twee hogescholen in de regio met de vraag of zij de haalbaarheid van zijn plannen wilden onderzoeken. Met een positief advies op zak benaderde hij potentiële investeerders, zoals een bank, het energiebedrijf en de bloemenveiling Flora Holland. “Mijn argument was dat zij zouden profiteren van een aanbod dat beter is afgestemd op de markt.”

Fondsen werven

Dat was in 2006. De crisis was nog niet in zicht en de partijen waren allemaal zeer te spreken over Kesters plannen. Hij richtte de Stichting Glashelder op waarin vijftien gemotiveerde kwekers en veredelaars en partijen als Rabobank Nederland, Rabobank regio Schiphol en het Productschap Tuinbouw deelnemen. De stichting ging aan de slag met het werven van fondsen en het vinden van een geschikte locatie. Ook onderzocht zij hoe hoog de »



Ton Kester (rechts)

“De afstand tussen wat wij ontwikkelen en wat klanten willen moet kleiner worden”



Voor Ton Kester is de liefde voor zijn vak zijn grootste drijfveer.



“De consument is niet langer afhankelijk van **het inkoopbeleid en de smaak van de groothandel**”

investeringskosten zouden zijn voor deelnemende partijen en hoe snel die konden worden terugverdiend.

25 procent eigen vermogen

Toen het exploitatiemodel klaar was en de zoektocht naar financiers kon beginnen, gooide de economische crisis roet in het eten. Kester: “De bank eiste opeens vijftig procent eigen vermogen, in plaats van tien procent. Dat was een behoorlijke tegenvaller, want voor kleine ondernemers wordt het dan een moeilijk verhaal.” De stichting ging op zoek naar alternatieven. De provincie Noord-Holland is inmiddels geïnteresseerd en onderzoekt de mogelijkheid van een sell-and-lease-back-constructie, waarbij zij de grond koopt en die op haar beurt aan de kwekers verhuurt. Door de crisis is de start van de Bloemistekwekerij kleinschaliger dan aanvankelijk gepland. Ook moeten er meer partners komen om aan de eis van vijftig procent eigen vermogen te kunnen voldoen. Natuurlijk heeft de crisis voor vertraging gezorgd,

maar tegelijkertijd heeft zij ook duidelijk gemaakt hoe groot de noodzaak tot veranderen is, vindt Kester. “De wereld om ons heen verandert immers. Webshops beïnvloeden het koopgedrag van de consument. Om aan de vraag te voldoen en toch een goede prijs te bieden aan de afnemers, moeten we samen optrekken. Bovendien vormt internet een goed podium om vraag en aanbod bij elkaar te brengen.” Het concept kan ook voor andere branches interessant zijn, denkt Kester. “Je

combineert de voordelen van een groot bedrijf met de creativiteit en flexibiliteit van kleinschaligheid.”

Uiteindelijk is de liefde voor zijn vak zijn grootste drijfveer. “Ik wil de beleving van ons product zowel in de keten als in de winkel verbeteren. De consument is niet langer afhankelijk van het inkoopbeleid en de smaak van de groothandel. Het aanbod in de bloemenwinkel wordt gevarieerder en beter afgestemd op de vraag van dat moment.” ■

Kordes Roses uit de Kwakel

Een van de ondernemers die zeer geïnteresseerd is in de Bloemistekwekerij van Ton Kester is rozenveredelaar Kordes Roses uit De Kwakel. Vestigingsmanager Johan Berk: “We kunnen daar relatief kleine oppervlakten van nieuwe en aparte rassen aanplanten. Ik loop minder risico bloemen te leveren waar geen vraag naar is. De lijnen met de markt zijn kort waardoor ik eerder hoor wat werkt en wat niet.” Hij ziet ook voordelen in de gezamenlijke inkoop van materialen, energie en water en het aanbod kan groter worden: “Nu bieden telers bijvoorbeeld alleen één soort rozen aan. Bloemisten kunnen straks bij de Bloemistekwekerij terecht voor meerdere rozenrassen én voor gerbera's of chrysanten of gemengde boeketten.”

Voor meer informatie: www.bloemistekwekerij.nl