

**De lijst met aanbevelingen en actiepunten staat op bladzijde 4!**

## Nieuwe samenwerkingen in de biologische sierteeltsector

Op 6 november 2019 organiseerde Bionext de bijeenkomst *samenwerking in de biologische sierteeltketen* in Antropia in Driebergen. De 75 deelnemers lieten de grote diversiteit binnen de sector zien. Van kleinschalige biologische pluktuinen die het belang van biologisch telen laten zien aan de consument, tot grote partijen die de openbare ruimte met biologisch groen willen invullen. Gemeenschappelijke deler: de markt vraagt om milieuvriendelijk geteelde sierteeltproducten en biologisch heeft hierop een passend antwoord. Voorwaarde is dat het biologische verhaal eenduidig verteld wordt en dat vraag en aanbod nog veel beter op elkaar worden afgestemd. De roep om een platform waar het biologische aanbod gebundeld wordt aangeboden, kwam aan het eind van de dag duidelijk naar voren.

Dagvoorzitter **Miriam van Bree (Bionext)** schetste de context van de dag. Het biologische sierteeltareaal blijft achter bij de verwachtingen en de afzetkanalen zijn versnipperd. Afnemers kunnen biologische producten niet altijd vinden, terwijl telers hun producten soms nog moeten afzetten op de reguliere markt. Doel van de dag is daarom om gezamenlijk te onderzoeken welke samenwerkingen nodig zijn om de biologische sierteeltmarkt te laten groeien. **Maike Raaijmakers** van **Bionext** onderstreepte de marktkansen door te wijzen op de recente media-aandacht voor het chemische middelengebruik in de reguliere sierteeltsector. In de biologisch teelt is het gebruik van chemische middelen en kunstmest volledig verboden. Dit wordt onafhankelijk gecontroleerd door Skal Biocontrole en de term biologisch is wettelijk beschermd. Hierin onderscheidt biologisch zich van andere keurmerken.

Hoe je kunt telen in samenwerking met de natuur laten vijf biologische telers aansluitend zien. **Hans Kramer** van de **Hessenhof** teelt zo'n 7000 verschillende soorten vaste planten op biologische wijze. De afzet is voor hem geen probleem, alles wordt direct aan particulieren verkocht. Het directe contact met de klant is daarin essentieel. **Jan Timmerman** is biologische bloembollenteler en tevens voorzitter van **Biobol**, de vereniging van biologische bollentelers. Het blijkt nog lastig om alle geteelde bloembollen biologisch af te zetten. Paradoxaal genoeg zou de oplossing weleens kunnen zitten in het werven van meer biologisch telers. Biobol kan al een redelijk breed sortiment aanbieden, maar leveringszekerheid is een voorwaarde voor telers om beter op de vraag te kunnen inspelen. **Boot en Dart** is een van de grotere groenleveranciers voor invulling van de openbare ruimte. Op een gedeelte van haar areaal teelt zij biologische laanbomen, heesters en vaste planten. **Albert de Vries** ziet dat biologisch telen kwalitatief goede producten oplevert en tevens zorgt voor nieuwe innovaties binnen het bedrijf die ook gebruikt kunnen worden in de reguliere teelt. Gemeenten zijn geïnteresseerd, maar de kennis om te kiezen voor soorten die het biologisch goed doen, ontbreekt vaak nog. **Liesbeth Schellekens** teelt biologische snijbloemen op haar kwekerij **Bisselingskaat** en zet haar bloemen volledig af via de veiling. Afnemers kunnen daar het biologische product herkennen en het geeft haar autonomie. Een ruimer assortiment op de veiling is van harte welkom. **Julian Langelaan** van **kwekerij Op Beemster Klei** deelt deze mening. Julian levert zijn biologische snijbloemen vooral aan vaste contacten buiten de veiling om. Ook hij pleit voor een verbreding van het biologisch aanbod door een uitbereiding van het aantal telers, om zo de bestaande logistieke stromen efficiënter te kunnen benutten.

Na de biologische lunch werden de deelnemers verdeeld over twee workshops.

## Workshop 1: Hoe krijgen we meer biologische sierteeltproducten bij de consument?

**Eric de Bruin** en **Hans Reijngoud** van **Intratuin** vertelden in een duo presentatie hoe ze binnen hun bedrijf biologische sierteeltproducten in de markt zetten. Het is een leerproces dat vraagt om intrinsiek gemotiveerde mensen die de kar willen trekken. Communicatie over wat biologisch inhoudt is daarbij heel belangrijk. Zowel intern in nieuwsbrieven als op de winkelvloer door motivering en opleiding van het personeel. Het personeel moet het verhaal van biologisch aan de consument kunnen vertellen. Intratuin is bewust begonnen met eetbare bloemen en planten. Consumenten snappen de meerprijs als bio in een apart hoekje staat en als de producten bijvoorbeeld eetbaar zijn. Staan biologische bollen of tuinplanten tussen de reguliere producten dan verkoopt het minder. Marketing en uitstraling helpen ook mee aan het succes van biologisch. Bijvoorbeeld folders met uitgelichte bio producten of zoals in de vestiging Deventer; tafels met als thema Kweken & Oogsten. Biologische producten worden nu geleidelijk geïntroduceerd d.m.v. pilots in verschillende winkels. Vestigingen in de stad verkopen meer biologische sierplanten dan de winkels op het platteland. Overal geldt dat het prijsverschil met gangbare producten niet te groot mag zijn.

Na de eetbare bloemen en planten ligt de focus nu op *De Levende Tuin*. Centrale boodschap hierbij is: maak je tuin aantrekkelijk voor vogels, bijen en vlinders. Dit betekent tegels eruit en biologische planten erin. Dit lijkt ook goed aan te slaan en is al over 14 vestigingen uitgerold.

Intratuin is ook bezig met biologische bestrijding in de vestigingen. Communicatie met de consument is hierbij belangrijk. Je moet uitleggen dat er natuurlijke bestrijders op de planten kunnen zitten. Zeker voor planten die bij de consument in huis komen te staan is dit nog wel een uitdaging.

Intratuin werkt met vaste leveranciers waarmee ze langdurige relaties hebben opgebouwd. Ze willen graag samen met deze mensen de stap naar verduurzaming maken. Verschillende van hun telers zijn (of gaan) in omschakeling naar biologische landbouw.

Intratuin verwacht dat als zij als marktleider in beweging komen, dat de rest vanzelf volgt. Ze maken hierover afspraken binnen Tuinbranche Nederland. Dat betekent niet dat alles meteen biologisch wordt maar een vorm van certificering wordt wel een minimum vereiste.

De tweede duo presentatie was van **Ingrid Rog** en **Geoffrey Harreman** van **Bio Center Zann**. Zann is distributeur van biologische groente, fruit en bloemen. De meeste producten worden geëxporteerd binnen Europa. Onder andere naar Zwitserland, Duitsland, Engeland en Oostenrijk. Zann levert zowel aan de gangbare retail als aan biologische speciaalzaken. Omdat ze alleen maar biologische producten verkopen hebben ze geen problemen met de logistiek (scheiding van bio en gangbaar) en kennen ze het biologische verhaal door en door. De uitdaging is voor hen om klanten te bewegen om naast biologische groente en fruit ook eens biologische bloemen te bestellen. Dit betekent elke dag weer uitleggen aan de klant waarom ze ook biologische sierteeltproducten verkopen. Passief presenteren werkt niet. De kracht van Zann is dat ze heel flexibel zijn en dat klanten ook heel kleine bestellingen kunnen doen.

Ze leveren nu vooral mono bossen van tulpen, pioenrozen of amaryllissen en nemen die af van vaste leveranciers. Bij elk boeket zit informatie over de biologische teelt. Knelpunt voor hen is dat er nog te weinig aanbod is en dat biologische bloemen niet jaarrond geleverd kunnen worden. Een verlenging van het "leverseizoen" met enkele maanden zou al helpen. Zann ervaart dat de vraag naar biologische bloemen groter is dan het aanbod en ze willen graag opschalen met meer biologische bloementelers. Zowel grote als kleine leveranciers zijn welkom. Nieuwe omschakelaars kunnen ze zelfs afnamezekerheid bieden. Zann heeft vooral behoefte aan meer snijbloemen zodat ze ook gevarieerde boeketten kunnen leveren. Ze hebben een nieuwe bedrijfsruimte waar de zelf de boeketten zouden kunnen samenstellen.

Er ontstaat een discussie over de kansen en knelpunten bij opschaling van de biologische sierteelt. De deelnemers aan de workshop zijn het erover eens dat continuïteit en kwaliteit van levering heel belangrijk zijn voor groei van de sector. Ook is een verbreding van het aanbod nodig. Dit vraagt om

meer biologische telers, om meer samenwerking tussen de kleinere telers en om teelt in kassen. Een aanwezige biologische glasgroenteteler geeft aan dat hij interesse heeft om naast groente ook bloemen in zijn kassen te telen. Hij wil wel graag geadviseerd worden over de gewassen die daarvoor het meeste geschikt zijn.

Het grootste knelpunt voor de handel is de versnippering van het aanbod. Er is behoefte aan een digitaal platform waarin al het biologisch aanbod gebundeld wordt. De vraag is wel of hiervoor een nieuw platform moet worden opgezet of dat de bestaande platforms hiervoor kunnen worden aangepast. Meerdere partijen bieden aan dit mee uit te zoeken.

De onbekendheid bij de consument wordt ook gezien als een knelpunt. De biologische siertelers en handelaren zouden zich meer moeten presenteren op evenementen beurzen zoals de Trade Fair in Aalsmeer. Binnen de telersgroep Pure Organic is hiervoor al een plan uitgewerkt maar het ontbreekt nog aan financiering.

Eén van de deelnemers vraagt aandacht voor de verplichting om minimaal 65% (vanaf volgend jaar 70%) A meststoffen te gebruiken. Dit is een Nederlandse interpretatie die samen met de sector is uitgewerkt maar die knelpunten oplevert voor met name potplantentelers. Bionext zegt toe om bij de biologische siertelers te inventariseren hoe ze met deze regel omgaan. Als blijkt dat dit bij veel telers een groot probleem is kan dit op de agenda worden gezet bij het Biohuis, de vereniging voor alle biologische boeren en tuinders.

Plantion zou graag meer biologische bloemen veilen. Ze kunnen op de klok ook zichtbaar maken dat het om “bloemen van een bedrijf in omschakeling naar biologisch gaat”. Net als Zann ziet Bloomer dat er behoefte is aan meer biologische bloementelers. Zeker nu het keurmerk van de barometer duurzame bloemist een percentage van inkoop van biologische bloemen verplicht gaat stellen voor winkels die het gouden keurmerk willen dragen. Bionext zegt toe om te inventariseren wat de behoefte is aan een omschakelcursus. Bij voldoende interesse kan een cursus worden opgezet die kostenneutraal draait.

## **Workshop 2: Hoe krijgen we meer biologische sierteeltproducten in de openbare ruimte/bij de institutionele markt?**

Parallel aan de discussie over de consumentenmarkt werd besproken hoe we meer biologisch groen in de openbare ruimte kunnen krijgen. **Elwin Vink** van **Donker Design** heeft een enorme drive om circulair te werken en gebruikt daarin het liefst zo veel mogelijk biologische groenproducten. Daarnaast ziet hij dat de overheid zichzelf verplicht heeft gesteld om vanaf 2023 circulair in te kopen. Dit brengt enorme kansen met zich mee voor de biologische sector. Waar hij tegenaan loopt is dat de biologische producten moeilijk te vinden zijn. De marketing van biologische kwekers blijft nu vaak nog ver achter bij die van reguliere collega's. Als voorbeeld noemde hij het CIRCL project, waarbij Donker Design voor de inrichting van een groot kantoorgebouw 50.000 biologische vaste planten zocht. Dit is uiteindelijk gelukt, maar hij merkte wel dat biologische telers de neiging hebben terug te deinzen bij grootschaligheid. Dit staat verdere groei in de weg. Een ander voorbeeld dat Vink noemde is dat Donker Design via het *In Bloom* project enkel nog wil werken met biologische planten voor de interieurinrichting. Grote bedrijven staan hier voor open, maar het lukt niet om dit in te vullen vanuit de aanbodkant. Vink stelt dat er veel gewonnen kan worden met goede marketing en goede vindbaarheid van biologische siertelers. Vertel waarom biologische producten meerwaarde hebben ten opzichte van gangbare producten, onderbouw dit met cijfers en zorg dat je via zoekmachines als google goed vindbaar bent. Bionext zou die cijfers op een rij moeten zetten. Inkopers moeten immers verleid worden. Vanuit de zaal geeft een boomkweker aan bewust niet van de daken te schreeuwen dat ze ook een biologisch aanbod hebben. Leverzekerheid wordt als zeer belangrijk gezien, ze willen geen nee hoeven te verkopen. Donker Design spreekt zich uit om te gebruiken naar wat er biologisch

beschikbaar is. Bijvoorbeeld bij de bloembollen zouden de biologische telers kunnen aangeven wat er beschikbaar is, daar wil Donker Design dan vervolgens mee werken.

**Ellen Prosée** van de **gemeente Meijerijstad** ervaart soortgelijke problemen. Ze wil zo veel mogelijk biologisch inkopen, maar kan lastig aan de producten komen. De vindbaarheid van biologisch groen moet omhoog. Het bundelen van het aanbod en dit toegankelijk maken op een platform zou hier bij kunnen helpen. Gebundeld aanbod zou het ook gemakkelijker moeten maken om in te schrijven op openbare aanbestedingen waar grote gemeentes zoals Meijerijstad mee te maken hebben. SKAL gecertificeerde producten eisen in een aanbesteding mag volgens Meijerijstad niet, maar in de aanbesteding kan wel opgenomen worden dat biologische producten meer punten opleveren. De Vlaamse vertegenwoordiger van Bioforum geeft aan dat dit wel kan, mits correct omschreven met verwijzing naar de Europese biologische wetgeving. Voor kleine telers is het lastig inschrijven op tenders die onder andere gepubliceerd worden op TenderNed. Dit vraagt namelijk veel tijd en kunde. Ook hier weer de oproep: cluster het aanbod en schrijf in op de openbare aanbestedingen, eventueel samen met een bedrijf dat zorgt voor de aanplanting. Grote bedrijven hebben speciaal personeel in dienst die deze plannen schrijven. Voor een individuele teler is het zeer lastig om dit naast de teelt te doen. Donker Design, de Gemeente Meijerijstad, Bioforum (BE) en Bionext gaan aan de slag om biologische aanbestedingen te stroomlijnen en te kijken wat er nu precies mag. Prosée wil ook graag weten wat er biologisch geteeld kan worden en die producten vervolgens vragen. Ook zou ze graag wat meer lange termijn teeltopdrachten uitzetten, maar probleem is dat zij niet weet wat de planning is bij andere departementen (bijv. woningbouw). Ook moet zij haar collega's zien mee te krijgen. De uiteindelijke inkoop doet iemand anders.

Net als in de eerste workshop gaat de groepsdiscussie over het vergroten, professionaliseren en clusteren van het aanbod. Het huidige aanbod is ongetwijfeld te klein om een volledig sortiment te kunnen aanbieden, maar welk aanbod er wel is, is slecht zichtbaar. Terugkoppeling tussen afnemer en kweker is nodig over wat er mogelijk is. Een lijst met variëteiten die zijn aan te bevelen voor biologisch teelt zou welkom zijn. Sterke, robuuste planten voor in de openbare ruimte. Prosée benadrukt nog eens dat inkopers vaak ook niet de kennis hebben om de juiste producten te vragen. Zo'n lijst zou dat kunnen oplossen. Een aanwezige handelskweker geeft aan een platform te beheren waar kwekers hun aanbod plaatsen en professionele klanten samenkomen. Het zou een mogelijkheid zijn om op dat platform aan te geven op zoek te zijn naar biologische producten. Het platform had dit al weleens gedaan, maar kreeg toen kritiek dat dit niet veel voorstelde.

Na de workshops kwamen alle deelnemers weer bij elkaar voor een korte terugkoppeling en om de aanbevelingen en actiepunten op een rij te zetten.

### **Actiepunten**

- ➔ Richt een digitaal platform op voor biologische sierteeltproducten waarin vraag en aanbod elkaar gemakkelijk kunnen vinden. Mogelijk zijn er verschillende platforms nodig voor de diverse productgroepen en afzetkanalen. Kijk eerst of bestaande platforms hiervoor gebruikt kunnen worden. Geïnteresseerden om hierover mee te denken: Bloemen- en plantengroothandel Bab Star, Plant Market, Donker Design
- ➔ Er is behoefte aan een eenduidig biologisch verhaal. Om dit verhaal ook uit te dragen op beurzen en andere evenementen is nog wel budget nodig. GreenBalanZ, Hessel Marketing & Communicatie en Bloomer boden aan hierover mee te denken.
- ➔ Bionext zal bij de bestaande biologische siertelers inventariseren hoe ze met de A meststoffen regel omgaan.
- ➔ Er is behoefte aan meer biologische snijbloemen. Zann kan nieuwe telers afzet zekerheid bieden. Bloemenservice Bloomer en veiling Plantion sluiten zich hierbij aan; zij bieden afzetruimte aan

biologisch telers. Bovendien zien ze mogelijkheden voor het vermarkten van bloemen van bedrijven in omschakeling naar de biologische landbouw.

- Inventariseer wat de behoefte is aan een omschakelcursus. Afspraak: Bionext zal hiervoor een oproep maken, Plantion zegt toe deze mede te verspreiden.
- Besteed binnen groene beroepsopleidingen aandacht aan biologische sierteelt. Willemijn ter Hart-Koopal, Bureau Coördinator NVTL (Nederlandse Vereniging voor Tuin- en Landschapsarchitectuur) & Initiator Slow Flowers Nederland kaart dit aan binnen haar vereniging.
- Maak een lijst van gewassen die biologisch goed te telen zijn zodat afnemers zoals gemeenten hier rekening mee kunnen houden. Jan Timmerman van Biobol biedt aan om dit te doen voor de biologische bloembollen, Julian Langelaan zal dit doen voor de snijbloemen, Albert de Vries voor de heesters, vaste planten en laanbomen.
- Procedure inschrijven op openbare aanbestedingen stroomlijnen vanuit biologisch. Donker Design, de Gemeente Meijerijstad, Bioforum (BE) en Bionext willen hier mee aan de slag.

### Conclusies

Ondanks de grote diversiteit van de biologische sierteeltketen liet deze dag zien hoe het belangrijk het is om samen op te trekken. Het was mooi om te zien hoeveel partijen actief mee willen denken en open staan voor samenwerking. Bionext zal zich inzetten voor het verspreiden van duidelijke informatie over de biologische sierteelt, gebaseerd op feitelijke cijfers. Ook in het onderwijs moet biologische sierteelt haar plek verdienen. Een platform waar afnemers gemakkelijk het biologisch aanbod van de verschillende sectoren kunnen vinden, zou enorm helpen de afzet te vergroten en staat bovenaan de lijst van actiepunten.