



100  
jaar  
tuinbouw

**Honderd jaar geleden startte de veiling in Venlo. We beginnen vandaag een serie over verleden, heden en toekomst van de georganiseerde tuinbouw in Noord-Limburg.** Student Dominique Troisfontaine van HAS Venlo wandelt al pratend met oud-directeur Arnold van Bergen en oud-leraar Jos Boots van de Middelbare Tuinbouwschool (MTuS) en ex-tuinder Sjaar Achten in De Locht.

# Leren van de bierbrouwers

door Jos Bouten

**D**e een komt uit een tijd waarin de os nog voor de ploeg stond, de ander leeft in een periode waarin de tuinder met behulp van gps bepaalt waar hij moet bemesten. De een, die van de os, is Veldenaar Ronald van Bergen (85) oud-directeur van de Middelbare Tuinbouwschool in Venlo die inmiddels niet meer bestaat. De ander, die van de gps, is Dominique Troisfontaine (23) uit Venray, student aan HAS Hogeschool in Venlo. De twee ontmoeten elkaar in De Locht in Melderslo, een streekmuseum dat ooit begon als verzamelplek van historische voorwerpen waarmee de arme boeren en tuinders ooit de kost moesten zien te verdienen. Anno 2015 is in De Locht ook te zien hoe een moderne tuinbouwkas functioneert en hoe wordt geprobeerd gezonde stoffjes uit de doodgewone champignon te halen. Daarmee is De Locht de perfecte locatie om de jonge en de oude garde mee te nemen in honderd jaar veiling in Venlo. De veiling begon in een tijd dat Frans Maas in het seizoen met de hondenkar Venlose komkommers naar de markt in Keulen bracht. Inmiddels haalt de veiling per vliegtuig boontjes uit Egypte om die ook buiten het seizoen aan te kunnen bieden. Honderd jaar geschiedenis van land- en tuinbouwland Noord-Limburg in een notendop. Ongeveer de helft van de Nederlandse groente- en fruitproductie gaat nu naar het buitenland. Nog altijd is Duitsland de belangrijkste klant voor de Limburgse tuinders, het Ruhrgebied ligt tenslotte om de hoek. Omdat miljoenen monden ge-

voed moesten en moeten worden, legde de agrarische wereld in Venlo en omgeving zich toe op meer en goedkoper produceren. En wat we niet zelf hebben, dat halen we, bijvoorbeeld die Egyptische boontjes. „Vroeger ging het allemaal vanzelf”, merkt oud-directeur Van Bergen op. De klanten in binnen- en buitenland namen af wat de boeren en tuinders produceerden. En dat hoefde een halve eeuw geleden helemaal niet zoveel te zijn. Kinderen van tuinders, die nu een jaar of 60 zijn, herinneren zich dat hun vader dagelijks met een paar kistjes komkommers vanuit 't Ven naar de veiling ging. Om daar voor de poort te mogen wachten, samen met tientallen andere tuinders, tot hun kistjes onder de klok kwamen en de kopers aan de klok bepaalden met welk bedrag ze huiswaarts keerden. Maar zo gaat dat al jaren niet meer. We zijn zo goed geworden in het produceren van uitstekende groente en fruit, dat er te veel op de markt komt. Daarbij: andere landen laten zich niet onbetuigd. Als het een mooie zomer is in Spanje, dalen de prijzen van de tomaten in Nederland. In deze situatie zijn de supermarkten de baas. Veel boeren en tuinders gaan ten onder. Het kan dan ook niet anders dan dat het gesprek over 'vroeger en nu' tussen Dominique Troisfontaine en Ronald van Bergen snel over de huidige crisis in de land- en tuinbouwsector gaat. „De tuinders worden uitgeknepen door de retailers, dat klopt”, zegt Dominique Troisfontaine. „Maar ze laten het ook toe. De retailers weten heel goed wat de klant wil. Voor de agrariërs geldt dat veel minder.” Voor de HAS-student staat als een paal boven water dat niet de supermarkt, maar

de klant de baas is. Om tegenwicht te bieden zullen de telers in zijn ogen meer samen moeten werken en nieuwe concepten moeten ontwikkelen. Troisfontaine: „Kijk naar de bierbrouwers. Die hebben gewonnen van de supermarkten. De retailers verkopen het bier onder de kostprijs, ze nemen het verlies omdat ze graag bier in de schappen hebben staan. De brouwers praten niet over merk A of merk B, maar ze promoten de hele sector. En wat doet de groente- en fruitsector als Rusland ons gaat boycotten? Dan gaan alle appelteilers reclame maken voor hun eigen merk.” Oud-leraar Jos Boots van de MTuS vult aan: „Er zijn 25 telersverenigingen, die bestrijden elkaar allemaal.” Want de veiling is ook allang niet meer de spil in de Noord- en Midden-Limburgse agrarische wereld. Van de honderd jaar dat ze bestaat heeft de veiling zeker 75 jaar een centrale rol gespeeld. Het was ondenkbaar dat een boer of tuinder geen lid was van de coöperatie. Echter, afsplitsingen en fusies waren de afgelopen kwart eeuw aan de orde van de dag. Het enige verschil tussen die avalligen en de tuinder is 'de klok'. Heeft de veiling toekomst? „Wij nemen de veiling serieus”, zegt student Troisfontaine, „maar zoals het nu gaat met de veilingklok, gaat het geen vijftien jaar meer door. Het aanbod is er te gering voor. Er komt veel meer contractteelt, er komen meer handelaars. De veiling is nu een verzamelpunt, ze zal veel meer een ambassadeur van de sector worden.” Ook Jos Boots, nu verbonden aan De Locht, ziet veel meer directe contacten ontstaan tussen de tuinder en de klant. Worden de producten daardoor goedkoper voor de klant? Dominique Troisfontaine



Dominique Troisfontaine wandelt met Arnold van Bergen (links), Sjaar Achten en Jos Boots (rechts) in De Locht. foto Mijntje Wismans

“De tuinders worden uitgeknepen door de retailers, dat klopt. Maar ze laten het ook toe.”

HAS-student Dominique Troisfontaine

stellig: „Nee. Wellicht in Nederland een beetje, maar niet in de rest van de wereld. Het enige voordeel: de producten liggen verser in de winkel. Dertig jaar geleden duurde het twee dagen, nu een dag of zelfs nog korter. De prijs verandert echter nauwelijks, want de grote coöperaties willen ook een marge.” En, de klanten willen het hele jaar door alles kunnen krijgen. Troisfontaine en Boots spreken over 'een tendens'. Aardbeien en asperges met Kerstmis, boontjes in maart, peulen in november, chrysanten in het voorjaar, het moet allemaal kunnen. De Nederlandse tuinbouw speelt daarop in. Ze schakelt in de kassen met behulp van ledverlichting de seizoenen uit. „De vraag is of dat zo moet. De supermarkten creëren een vraag die we niet hebben. Ze zetten producten in de etalage die consumenten normaal gesproken niet zouden kopen”, zegt Dominique. „En als we nog geen exotisch eten op het menu willen met de kerst, dan zorgen de damesbladen er wel voor dat dit verandert”, vult oud-agricultuër Sjaar Achten aan. „De consument wil dat, het is een niet te stoppen ontwikkeling”, reageert voormalig MTuS-leraar Jos Boots. Hoe iets smaakt, is daarbij volgens Dominique Troisfontaine wel belangrijk, maar niet het belangrijkste. „Wij maken een product waarvan je weet waar het vandaan komt. Het is te traceren, dat is waar het nu om gaat”, zegt de HAS-student. Jos Boots vult aan: „Het gaat om gezondheid, producten uit Nederland zullen het meest betrouwbaar moeten zijn. Voedselveiligheid, traceerbaarheid.” Troisfontaine: „Wij zijn in Nederland niet uniek, in Shanghai hebben ze ook een Greenport. Wij zijn wel een voorbeeld voor de rest van de wereld.”

TIJDPAAL ZON

