



100 jaar tuinbouw



Onderzoek rond de champignonteelt bij Limgroup in Horst aan de Maas.

foto Stefan Koopmans

Onderzoek van levensbelang

De Limburgse tuinbouw wereld telt een aantal koplopers. Bedrijven die met hun ambitie en drang om te innoveren anderen de weg wijzen. Het zijn bedrijven die doordrongen zijn van het belang van onderzoek, vernieuwing en klantgerichtheid.

door **Jan Hensels**

Limgroup uit Horst aan de Maas is een van die opvallende bedrijven die Limburg als tuinbouwgebied tot in het verre buitenland op de kaart zet. Een van de koplopers die met eigen onderzoekers en laboratoria vol inzetten op innovatie. De firma uit Horst aan de Maas noemt zich marktleider op het gebied van aspergezaden. Aspergetelers tot in China, Mexico en Peru toe betrekken zaden van de Noord-Limburgse veredelaar. In al deze

en nog tal van andere landen heeft het bedrijf proefvelden liggen. „Je hebt rassen voor meer gematigde streken die geschikt zijn voor telers hier. In warmere streken worden er weer andere eisen aan de plant gesteld. Dat testen we ter plaatse uit”, legt salesmanager Piet Beurskens uit. Zowat jaarlijks komt het Horster bedrijf met een nieuw aspergeras op de markt. De onderneming weet als geen ander dat een flinke poot voor onderzoek en ontwikkeling een vereiste is om ook in de tuinbouw wereld aan de top te blijven. In de laboratoria en in de kassen van Limgroup werken

hoogopgeleide medewerkers continu aan verbeteringen. Veel personeel komt uit de eigen regio. Dat beïnvloedt volgens het bedrijf het werkklimaat positief. Voortgekomen uit de voormalige proeftuin in Horst is Limgroup uitgegroeid tot een volwaardig bedrijf met een negentigtal medewerkers. Het geld verdient de firma vooralsnog hoofdzakelijk met de verkoop van aspergezaden. Inmiddels werken onderzoekers achter de schermen ook volop aan nieuwe aardbei- en paddenstoelrassen. Een tijdrovende en spannende bezigheid. De zoektocht naar een verbeterde versie van

de vertrouwde witte champignon in de bekende blauwe bakjes begon al in 2009. Het duurt volgens Beurskens mogelijk nog vier tot zeven jaar voordat het eindproduct de markt op kan. „Wij denken dat er nog terrein te winnen valt met de champignon. Nu dient het in tal van gerechten vooral als vulmiddel met een wat neutrale smaak. Wij denken dat er een markt is voor een champignon die dienstdoet als volwaardige eiwitvervanger, een champignon ook met meer smaak.” De champignon krijgt mogelijk ook een stevigere structuur en verliest tijdens de bereiding minder vocht. Het onderzoek richt zich op opbrengst, kwaliteitsverbetering en mogelijk meer gezondheidsbevorderende stoffen in de paddenstoel. Omdat de champignon nog volop in ontwikkeling is, maar ook om de concurrentie niet onnodig wijzer te maken, durft Beurskens nog exacte geen uitspraak te doen over het eindproduct. Wel worden smaakpanels nauw betrokken bij het verdere tra-

ject. „We hebben er niks aan als we straks met een champignon komen waarvan de opbrengst 30 procent hoger ligt, maar die muff smaakt.” In de toekomst wil Limgroup ook onderzoek doen naar nieuwe soorten paddenstoelen. „Dat is wat riskant om mee te beginnen. Dat vergt ook een enorm budget voor marketing. De champignon kent het publiek al.” In tegenstelling tot bedrijven als Limgroup is het voor veel kleinere bedrijven lastig om veel tijd en mankracht uit te trekken voor onderzoek en innovatie. Het kasaardbeienbedrijf Brookberries uit Belfeld toont aan dat ook in verhouding kleinere ondernemingen op een slimme manier aan onderzoek kunnen doen. Marcel Dings van Brookberries werkte daarvoor samen met de Universiteit van Wageningen. Dings stond het de afdeling glastuinbouw van de gerenommeerde universiteit toe dat ze proeven deed met het beïnvloeden van het vitamine C-gehalte van aardbeien. „Ge-

keken werd of je bijvoorbeeld dat gehalte kon sturen door iets minder water toe te dienen. Dan spreek je over zogeheten droogstress”, legt hij uit. Het verhogen van gezonde bestanddelen van groente en fruit krijgt tegenwoordig volop aandacht van onderzoekers. Voor telers als Dings biedt het kans als dat inderdaad zou lukken. Het verhogen van vitamine C of D of eiwit in groente en fruit biedt mogelijkheden om een hogere prijs te vragen voor het product. En dat is iets waar veel tuinders naar op zoek zijn; onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde. Dings heeft samen met zijn zakenpartner Peter van den Eertwegh inmiddels in Belfeld en Venlo een modern kasaardbeienbedrijf van twintig hectare. Hij begon op het ouderlijk gemengd bedrijf met veehouderij, akker- en tuinbouw en een boerderijwink. Toen zich de kans voordeed om een aantal kassen te kopen besloot hij daar in zijn geluk te beproeven. „Met het ge-

menge bedrijf had ik geleerd om naar de wensen van de klant te luisteren. Dat heb ik doorgezet toen ik met aardbeien begon.” Volgens Dings, aangesloten bij telersvereniging Fossa Eugenia, is het luisteren naar en inspelen op de wensen van de klant van cruciaal belang voor wie het hoofd boven water wil houden in de tuinbouw. „Er gaan ook aardbeien naar Japan. Daar willen ze dat ik ze pluk als ze nog een beetje groen zijn, zodat ze na de reis langer goed blijven in de winkel. Ik ga er in mee, maar niet tot het uiterste. Ik moet wel nog achter het product kunnen staan.” Dings heeft regelmatig klanten aan de telefoon. Dat contact vindt hij prettig en wezenlijk, zeker in het geval dat hij met nieuwe rassen of teelttechnieken aan de slag wil gaan. Wel houdt hij als stelregel dat geen van zijn klanten meer dan 25 procent van de omzet mag uitmaken. „Je bent als bedrijf te kwetsbaar als je te veel van een klein aantal klanten afhankelijk bent.”

VERSNELLINGSAGENDA

Om de tuinbouw nieuwe impulsen te geven zijn de provincie en de LLTB op 29 augustus 2014 de Versnellingsagenda Tuinbouw Limburg overeengekomen.

De maatregelen uit die tuinbouwversnellingsaanpak worden de komende jaren op minimaal vier miljoen euro geraamd.

Halfabrikaten, producten voor de farmacie, voedingssupplementen en het aanboren van verre markten worden gezien als middelen voor tuinders om een betere prijs voor hun geteelde groente te krijgen.

Het streven is er op gericht dat de komende jaren meer tuinders de omslag weten te maken naar een onderscheidende en marktgerichte productie.

Nieuwe vormen van samenwerking tussen telersverenigingen en coöperaties worden ook van belang geacht om de tuinbouwsector weer sterker te maken.

Tuinders en boeren bepalen als eigenaar van 60 procent van het provinciale grondgebied in belangrijke mate aangezicht van het landschap.

Vier van de tien bedrijven in de Nederlandse top van research- en ontwikkelingsinvesteers zijn tuinbouwbedrijven; zij investeren jaarlijks samen 120 miljoen aan onderzoek.

Van de veertig belangrijkste voedsel- en drankbedrijven ter wereld hebben er twaalf een vestiging of een research- en ontwikkelingsafdeling in Nederland.

Voor iedere euro die wordt verdiend in de primaire bedrijven, zoals bijvoorbeeld tuinbouw, staat 3 tot 4 euro in de toeleverende bedrijven of verwerking en distributie.

De Limburgse land- en tuinbouw wil haar positie verder versterken en streeft naar een verhoging van de huidige omzet van ruim 2 miljard naar 3 tot 3,5 miljard in 2025.

De provincie streeft ernaar dat de land- en tuinbouw in Limburg zich verder ontwikkelt als innovatieve sector met ondernemers die duurzaam produceren.

Het areaal tuinbouwgroenten in de open teelt in Noord-Limburg is goed voor ongeveer eenderde van het Nederlandse areaal. Bij de glasgroenten gaat het om een vijfde deel.