

Afzet gladiool vooral weerstand overwinnen

Met 900 ha is de gladiool het vijfde bolgewas in oppervlakte. De afzet van het product is een heel ander verhaal dan tulp of lelie. Dat geldt voor droogverkoop en bloementeel. De traditie is vaak te sterk om iets nieuws te proberen. Tijdens de jaarvergadering van de Nederlandse Gladiolus Groep van de KAVB gaven twee sprekers hier het nodige inzicht.



Gert-Jan Klumpenhower: 'De belangstelling voor gladiool in de droogverkoop neemt niet af'

Tekst en fotografie: Arie Dwarswaard

De gladiolenteelt in Nederland past helemaal in het algemene beeld van de Nederlandse tuinbouw. Met veel deskundigheid weet een groep van zo'n vijftig kwekers op een oppervlakte van 900 ha een prima kwaliteit gladiolenknollen te telen. Daarnaast zorgt een handvol professionele veredelaars voor een regelmatige aanvoer van nieuw sortiment. En dan komt het moment dat de gladiolenknol de wereld in gaat. Hetzij voor de bloementeel, hetzij voor de retailmarkt ofwel droogverkoop. Daar begint het werk van de Nederlandse exporteur, en dat werk bestaat vooral uit het overwinnen van weerstanden. Dat maakten inkoper Jack Slijkerman van VWS Export en mede-eigenaar Gert-Jan Klumpenhower van Florex duidelijk tijdens de jaarvergadering van de Nederlandse Gladiolus Groep, donderdag 9 januari 2014.

RIJST

De traditie is stevig als het gaat om de bloementeel van gladiolen, zo maakte Slijkerman duidelijk. VWS exporteert naast tulpen, lelies en irissen ook een flink sortiment gladiolen naar landen in Zuid-Europa, Azië en Zuid- en Midden-Amerika. In veel landen waar de gladiool als snijbloem naar toe gaat ziet het er toch

allemaal wat anders uit dan in eigen land. Beelden van collega's van Slijkerman die voor VWS op pad gaan, spreken boekdelen. In Spanje en Italië kan de bloementeel er nog redelijk professioneel uitzien, met moderne schermhallen en bloementeel op bedden. Het gevraagde sortiment is echter een lastig punt. "In deze landen wil de bloementeler wel een compactere gladiool. Maar voor de bloemenhandel moet een gladiool toch echt 1,80 meter worden. Kleinere sortiment willen ze niet. Dat beschouwen ze als een inferieur product. En dat terwijl tussen het moment van oogsten en de verkoop aan de consument er nog twee keer zo'n twintig centimeter van de steel wordt afgehaald. Dus waarom dan niet meteen een kortere cultivar gebruiken? Nieuw sortiment biedt ook minder problemen met zijspuiten, dat in het oudere sortiment wel zit. Het weghalen ervan tijdens de teelt is handmatig en dus arbeidsintensief werk. Als export blijven we de klanten toch adviseren om in nieuw sortiment te investeren, omdat ze daar ook meer aan kunnen verdienen. Het is echter een lange weg om te gaan."

In India en Vietnam zijn de opvattingen over de teelt nog sterker afwijkend, zo liet Slijkerman zien. "Daar telen ze gladiolen volgens het principe van de natte rijstbouw. En dus wordt de hele boel onder water gezet. Voor een gladiool niet echt prettig. Vandaar dat onze mensen

daar cursussen geven om uit te leggen dat het beter kan."

GROTERE KNOLLEN

De gladiool in de retail blijft gevraagd, zo liet Gert-Jan Klumpenhower van Florex zien. In hun bedrijf is de omzetwaarde van gladiolen al jaren stabiel op zo'n zes procent. Het type koper bepaalt sterk de maat en het sortiment. "Discounters willen bij voorkeur knolmaat 8/10. Andere kopers willen juist de grotere maten. We zien een stijging in die categorie." Wat de retail betreft zijn er twee werelden, aldus Klumpenhower. "In West-Europa heeft de gladiool een relatief laag aandeel in het schap. Wat we wel zien is dat er steeds meer wordt gekeken naar beleving, en daar past de gladiool goed in. Oost-Europa is een hele andere wereld. Daar ligt de nadruk veel meer op zomerbloeiërs, omdat het voorjaar vaak laat komt. Daar gaan dus veel gladiolen naar toe. Vooral Rusland is een sterk ontwikkelende markt, waar ook belangstelling is voor bijzondere kleuren en vormen."

Wat de verpakking betreft gaf Klumpenhower aan dat de export best bereid is om te vernieuwen. "We proberen regelmatig nieuwe ideeën uit, soms ook met meer bedrijven. Maar het is niet gemakkelijk om iets nieuws in het schap te krijgen. Het blijft taaie materie."