

Anthurinfo

17E JAARGANG | NR.3 | JULI 2009

VARIËTEITEN

Anthurium boeketbloemen

Zonder er al te veel bij na te denken doet u weer een doos dicht. Uiteraard een prachtig product waar u volledig achter staat: kwaliteit, uitstraling, verpakking, alles klopt. Maar wat verkoopt u eigenlijk? Een doos Anthurium is geen eindproduct. In de keten zal het nog verschillende bewerkingen ondergaan.

Miljoenen boeketten worden ieder jaar verkocht. Door innovatieve ontwikkelingen binnen de productie van een boeket en goede afstemming tussen ketenpartners liggen er bredere mogelijkheden voor Anthurium in het vooruitzicht. Door slim te combineren, zijn houdbaarheidsgaranties van twee weken mogelijk op het gehele boeket.

Narita®, Lumina®, Artica® en Feska® zijn vier rassen met specifieke eigenschappen,



Een boeket van Anthurium bloemen is altijd feest



Pracht in eenvoud

waardoor zij goed tot hun recht komen in het boeket. Narita is een compacte bloem, met een bijzondere vlindervorm. Genoemd naar het internationale vliegveld van Tokyo en rood als de opkomende zon. De groene oren zijn kleurvast en stabiel. Een bijzondere verschijning is de nieuwe Lumina. Veel bloemisten reageren enthousiast wanneer zij kennis maken met deze crèmekleurige bloem, voorzien van een subtiele groene nerf. Gemakkelijk te combineren met andere kleuren en de speelse 'twist' in het schutblad is net even anders.

Artica kenmerkt zich door haar puurheid. In kleur, maar ook doordat er maar weinig bloemen zijn die beschadigen. De bloemen staan royaal boven het blad, waardoor ze daarnaast ook eenvoudig oogstbaar zijn. Artica is een koude tolerante bloem. De bloem kan gedurende een korte tijd iets koelere temperaturen verdragen, zoals tijdens transport kan voorkomen. Onder normale omstandigheden is de houdbaarheid gemiddeld 30 dagen.

Feska is een opvallende bloem, waarvan het schutblad een iets opstaande vorm heeft en daardoor gemakkelijk verwerkbaar. Het blad van Feska is klein, waardoor ook hier een wat hoger aantal planten kan worden aangehouden dan gemiddeld. Al deze rassen hebben een ijzersterke houdbaarheid en een productie die ver boven 100 bloemen ligt.

INTERVIEW

Bernadette Kapteijn van Pull Position

Pull Position is een onafhankelijk bureau voor ondernemers in de sierteeltsector. De activiteiten bestaan onder andere uit het opzetten en implementeren van de marketing- en verkoopstrategieën, het ontwerpen en uitvoeren van marketingplannen en zorgen voor actieve verkoopbemiddeling van het product. Bernadette Kapteijn houdt zich voornamelijk bezig met de marketingzaken en haar hebben wij een aantal vragen gesteld over onderwerpen die spelen in de huidige markt.

Wat is passie voor jou?

Vol overgave en enthousiasme een doel bereiken. Iets moois creëren waar mensen blij van worden. Ons motto is niet voor niets 'Met uw producten en onze passie verleiden we samen de consument.'

Waarom wil Pull Position de consument graag verleiden?

Omdat de consument niet voor één gat te vangen is. Er is zoveel keuze, dus je moet de aandacht trekken en versterken tot en met het punt van aankoop.

Waarom geloven jullie in een pullstrategie?

In plaats van een 'duwende' fabrikant (teler), wordt door de klant aan het product 'getrokken'. Een voorbeeld van een pullstrategie is een actie gericht op het vergroten van de voorkeur voor een bepaald product. In de ideale situatie leidt dit ertoe dat klanten bij retailers om het product gaan vragen, waardoor deze bewogen wordt het product van de teler af te nemen. Wij zijn samen met de andere schakels in de sierteeltketen bezig voor onze gezamenlijke klant: de consument. Door ons te verdiepen in de behoeften en wensen van de consument,



De medewerkers van Pull Position (v.l.n.r.) John Olsthoorn, Bernadette Kapteijn en Frank van Mil

weten wij ook wat er geproduceerd moet worden en hoe dit product het beste op een bepaald moment aangeboden dient te worden.

Jij verzorgt de marketing van veel telers. Wat valt jou hierbij op?

Dat telers regelmatig vergeten dat zij te maken hebben met verschillende doelgroepen/schakels en er dus ook verschillende wensen en behoeften zijn. Mijn advies is dan ook om nog meer in gesprek met de afnemers te gaan, ze actief op te zoeken en te zorgen voor versterking van de onderlinge relatie.

Hoe speelt Pull Position in op marktontwikkelingen?

Wij zijn altijd bezig met de vraag hoe het product bij de consument scoort. Als we vanuit de klant denken en alle schakels ervan kunnen overtuigen dat wij er samen met elkaar aan moeten werken, zal er altijd afzet zijn voor deze prachtige producten. Wij laten de uiteindelijke klanten (de consument) hierbij niet links liggen. Ook hen zoeken wij op om te achterhalen wat zij graag willen kopen.

Wat verwacht Pull Position van de periode 2009-2013?

De markt zal alleen maar meer eisen van en transparanter worden voor alle partijen in 2013. De klant wil snel, het liefst binnen 24 uur, precies datgene dat aan al zijn wensen

en specificaties voldoet, kunnen bestellen. De grootschaligheid zal de handel naar zich toe trekken. Samenwerking wordt belangrijker, bedrijven die alles voor zichzelf willen houden, worden door de transparantie in de markt buitenspel gezet.

Hoe kijken jullie terug op 2008?

2008 was een jaar met stijgende energie- en arbeidskosten, tegenvallende afzet in de landen als de VS en het Verenigd Koninkrijk, een sterke euro en de kredietcrisis. Er is al door velen iets gezegd over deze samenloop van negatieve effecten, die ook gevolgen hebben gehad op de sierteeltsector. Wij hebben echter alle vertrouwen dat ook deze dip in de economie overwonnen wordt. De sterke bedrijven zullen een nog sterkere positie gaan innemen.

Met welke economische ontwikkelingen moeten telers rekening houden?

Het is de komende tijd vooral afwachten wanneer de terughoudendheid ten aanzien van kredietverschaffing door banken en wanneer de angst voor investeringen bij ondernemers weer zullen afnemen. Het is goed voor de sierteeltsector om te blijven investeren, want bij stilstaan krijgen andere spelers meer kansen.

Zien we Pull Position nog eens met een pushstrategie komen?

Wij kunnen op z'n tijd best wel eens pushen. Daar is ook niets mis mee, bij een pushstrategie probeert de onderneming de verkoop te stimuleren door het aanbod makkelijker beschikbaar te maken. Zeker als het in de markt even iets tegenzit, zullen ook wij af en toe even een duwtje proberen te geven. Zolang je maar niet uit het oog verliest waar je naar toe wilt en wat het uiteindelijke doel daarvan is. De pullstrategie zien wij voor de langere termijn.

Eveliëne Hartmanns

NB. Kijk voor het uitgebreide interview met Pull Position op onze website: www.anthura.nl

OP REIS

In Duitsland

Duitsland, officieel geheten 'Bondsrepubliek Duitsland', heeft ruim 82 miljoen inwoners en is voor de Nederlandse sierteelt de belangrijkste afzetmarkt. Het land staat be-

kend om zijn goede auto's, maar ook om de bierfeesten en de Bratwurst mit Brötchen. De klassieker onder de worstjes is de Currywurst. Deze wordt geserveerd op een kartonnetje en is voorgesneden. Vervolgens komt er nog wat currysaus en currypoeder overheen en klaar is Kees. Duitsers houden van lekker en goed eten en drinken. Het is dan ook goed toeven op reis in Duitsland. Met de vestiging van Anthura Arndt in Borken-Burlo en het feit dat Duitsland één van de grootste afzetmarkten voor de Nederlandse sierteeltsector is, kom ik regelmatig en graag in Duitsland.

Duitsers zweren bij kwaliteit en duurzaamheid. Het is geen toeval dat Duitse automerken wereldwijd worden geëxporteerd, evenals Duits bier, maar ook de Duitse economie is geraakt door de 'credit crunch' oftewel de Kredit Krise. Het lagere consumentenvertrouwen van deze tijd en de druk op de prijsvorming van bijna alle productgroepen bemoeilijken de afzet. De dalende export zorgt ervoor dat de werkloosheid ook bij onze oosterburen toeneemt. (Het Wirtschaftswunder van na WOII is ineens lang geleden).



Zo gewend als de Duitse consument is aan een goed biertje volgens het Reinheitsgebot (het meest bekende voorschrift in de brouwerijwereld), zo moet ook de vraag naar goede sierteeltproducten uit Nederland in deze tijden worden gewaarborgd.

Goede kwaliteit went en met minder mag geen genoegen worden genomen. De Duitse voorkeur voor mooie Anthurium en Phalaenopsis van Nederlandse producenten moeten wij in stand houden. Mijn voorkeur voor de Duitse automerken blijft immers ook bestaan als ik nieuwe modellen over die Autobahn zie rondrijden.

Wim Gijzen



Het logo van Pull Position



TEELTTECHNIEK

Teeltoptimalisatie met de teeltvaas of de teeltkraag

In de teelt van Phalaenopsis komen wij steeds vaker de teeltvaas of -kraag tegen, meestal nog in kleine aantallen op enkele tafels tussen de normale teelt. Om een overstap te maken naar het telen in deze teelthulpmiddelen zal de teler verschillende zaken op een rij moeten zetten. In dit artikel komen enkele voor- en nadelen van het telen met deze producten aan bod.

De teeltvaas of -kraag wordt gebruikt als hulpmiddel om te komen tot kostprijsverlaging en een beter eindproduct. Bij de teeltvaas wordt de pot in zijn geheel in een ± 20 cm hoge vaas gezet. Het bovenste gedeelte van de vaas steekt ± 7 cm boven de potrand uit. Bij een teeltkraag wordt de kraag van ± 7 cm hoog van onder af over de potrand heen geschoven en op de potrand vast geklikt.

De voordelen van deze teelthulpmiddelen zijn: geen overworteling, minder bladbeschadiging bij de teelthandelingen, minder teelthandelingen, meer planten per netto week m^2 , uniformere potvochtigheid, snellere teelt en een beter microklimaat. Hieronder volgt een korte toelichting op deze voordelen.

Overworteling en minder bladbeschadiging bij teelthandelingen

Overworteling is nauwelijks mogelijk. Het komt wel eens voor dat wortels door een kleine opening tussen potrand en kraag heen groeien. Verder wordt er duidelijk minder blad beschadigd bij de teelthandelingen.



Extra winst is te behalen door de eerste 16 weken zonder vaas of kraag te telen en daarna direct op eindafstand.



De pot wordt in zijn geheel in een ± 20 cm hoge vaas[®] gezet. Het bovenste gedeelte van de vaas steekt ± 7 cm boven de potrand uit.

Minder teelthandelingen en meer planten per netto week m^2

Normaal wordt, van oppotten tot afleveren, geteeld met gemiddeld 50 planten per m^2 . Het aantal planten per m^2 in een teelt met vaas of kraag, waarbij deze planten direct bij het oppotten op eindafstand worden gezet, varieert tussen de 52 en 68 stuks. Dit is afhankelijk van het type kraag of vaas waarin geteeld wordt. Deze verschillen namelijk sterk in diameter, oppervlakte en vorm. Op sommige unieke modellen wordt patent aangevraagd of verleend.

Bovenstaande kan het beste aan de hand van een voorbeeld worden verduidelijkt. Stel de vaste kosten voor een netto week m^2 zijn € 1,85. In de normale teelt met een teeltduur van 46 weken zijn de staankosten per plant € 1,70 (€ 1,85 x 46 wk / 50 planten/ m^2). In een teelt met 68 planten per m^2 zijn de staankosten per plant € 1,25. Dit levert dan een kostprijsverlaging op van € 0,45 per plant.

Door de planten direct op eindafstand te telen, bespaart men arbeid, want er wordt immers niet meer uitgezet. Stel dat er € 0,08 per netto week m^2 aan arbeid bespaard wordt. De vaste kosten dalen dan naar € 1,77. Hiermee wordt dan door niet uit te zetten ruim € 0,05 per plant bespaard. De conclusie luidt dan ook dat meer planten per m^2 resulteert in een kostprijsverlaging per plant. De arbeidsbesparing is een relatief klein onderdeel van deze kostprijsverlaging.

Het aantal planten per netto week m^2 kan



nog meer verhoogd worden. Extra winst is te behalen door de planten in de eerste ± 16 weken te telen zonder vaas of kraag (80-84 pl/ m^2) en pas daarna te voorzien van een kraag of vaas en op eindafstand verder te telen. Dit levert de volgende voordelen op: meer planten per netto week m^2 . Nu varieert deze tussen de 62 en 73 pl/ m^2 (in genoemde rekensom worden de staankosten per plant respectievelijk € 1,37 en € 1,16); de eerste 15 teeltweken wordt een micro-klimaat gerealiseerd zoals gewend. De nadelen hiervan zijn dat er een extra teelthandeling en een extra plantbeweging plaatsvinden.



Teeltkraag[®]

Uniformere potvochtigheid

In de reguliere teelt kunnen er gemakkelijk verschillen ontstaan in potvochtigheid door overlapping van bladeren en kunnen er zelfs planten uitvallen door uitdroging. Door de kraag of vaas wordt het gegeven water goed en uniform opgevangen. Uniformere potvochtigheid resulteert in uniformere groei en uitval door verdroging komt eigenlijk niet meer voor.



Snellere teelt en beter microklimaat

Een gegeven is dat bij minder teelthandelingen de plant minder vaak verstoord wordt en daardoor geen groeiachterstand oploopt. Of er een beter microklimaat gerealiseerd kan worden is nog onduidelijk. De planten staan in het begin van de teelt juist verder van elkaar. Het is de vraag in welke mate dit het microklimaat in de vaas of kraag beïnvloedt. In de koeling en afkweek staan de planten dicht op elkaar ten opzichte van de normale teelt. Dit is weer positief voor een beter microklimaat.

De nadelen van de teeltvaas en -kraag zijn de kosten, arbeid, plantvorm en lichtonderschepping.

Kosten

Een teeltkraag kost tussen de € 0,05 en € 0,10 en is daarmee duidelijk goedkoper dan een teeltvaas die ongeveer € 0,50 kost. De vaas gaat echter langer mee (2 tot 5 keer) dan de kraag die soms maar één teeltronde meegaat. De aanschaf van kragen/vazen in één keer is een hele investering. Daarbij komen nog de kosten voor het op voorraad houden van deze producten.

Arbeid

Er is al aangetoond dat kosten van extra arbeid relatief klein zijn ten opzichte van kostprijzverlaging door de ruimtewinst. Toch moet bij het maken van een keuze de extra kosten die nodig zijn om de potten te voorzien van kraag of vaas meegenomen worden, ook als deze handeling machinaal geschiedt.

Plantvorm

In de teelt met een kraag of vaas gaan de bladparen omhoog staan. Na het verwijderen van de vaas of kraag blijft deze bladstand. De bladeren zakken (al dan niet gehinderd door een bloemtak en afhankelijk van het ras) niet uit naar de horizontale positie.

Lichtonderschepping

Het grootste nadeel is misschien wel de lichtonderschepping. De planten dekken elkaar niet meer af, maar juist zichzelf. Wanneer vier à vijf bladeren zich hebben ontwikkeld en de plant koelbaar is, komt het voor dat de twee onderste bladeren volledig overschaduwd worden door de bovenste twee bladeren. Dit gaat ten koste van een optimale inductie. Het telen met vaas of kraag biedt zeker perspectieven in het opti-

maliseren van de teelt en het verlagen van de kostprijs. Of de investering en de manier van telen rendabel zijn, kan voor elk bedrijf anders zijn. Het is daarom belangrijk om de voor- en nadelen tegen elkaar af te wegen.

Ed Konijn

Bureau IMAC Bleiswijk B.V.

ANTHURVARIA

Nieuwe medewerker afdeling verkoop

Op deze plek stel ik, Rudy van den Berg, mij graag voor als nieuwe medewerker van Anthura. Sinds half februari van dit jaar ben ik werkzaam als Verkoper Orchideeën Nederland. Ik ben 29 jaar en woon in De Lier (gemeente Westland). De liefde voor de glastuinbouw is er met de paplepel ingegoten. Mijn vader was teler in het Westland en had 9.000 m² tomaten, toen sla en ten



Rudy van den Berg

slotte pluischrystanten. Zelf ben ik werkzaam geweest bij groenteveredelaar Rijk Zwaan als vertegenwoordiger en bij oranje paprikaweckerij Barendse als teeltmanager. Bij Anthura wacht mij een grote, maar geweldige uitdaging; de Phalaenopsismarkt zo goed mogelijk bedienen met het juiste assortiment voor iedere teler.

Teelttip

Op dagen met extreem warm weer voorkomt u hoge kas- en planttemperaturen door nog meer licht weg te scherpen. Door met deze aangepaste schermstrategie op tijd in de morgen te beginnen, kan de opbouw van de temperatuur worden tegengegaan.

Deelname Anthura aan beurzen van juli 2009 tot en met oktober 2009:

Flowers 2009, beurs in Moskou, Rusland 03/09/2009 – 06/09/2009

Flormart Miflor, beurs in Padova, Italië 11/09/2009 – 13/09/2009

GLEE, beurs in Birmingham, Engeland 20/09/2009 – 22/09/2009

FiaFlora Expogarden, beurs in Sao Paulo, Brazilië 23/09/2009 – 26/09/2009

7th China Flower Expo in Beijing, China 28/09/2009 – 05/10/2009

Hortifair, beurs in Amsterdam, Nederland 13/10/2009 – 16/10/2009

Deelname Dutch Creations aan beurzen van juli 2009 tot en met oktober 2009:

Alden Biesen, beurs in Bilzen, België 21/09/2009 – 24/09/2009

Hortifair, beurs in Amsterdam, Nederland 13/10/2009 – 16/10/2009

COLOFON

Anthurinfo is een uitgave van Anthura B.V. Dit blad wordt gratis verspreid onder alle klanten en is verkrijgbaar in de Nederlandse, Engelse, Italiaanse, Spaanse, Poolse en Chinese taal. Anthurinfo verschijnt 4 maal per jaar.

Redactie: drs. Laetitia de Goeij

Anthura B.V.
Anthuriumweg 14
2665 KV Bleiswijk - Holland
Tel. (31) 10 - 529 19 19
Fax (31) 10 - 529 19 29
E-mail: info@anthura.nl
www.anthura.nl

Niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd zonder schriftelijke toestemming van Anthura B.V. Anthura B.V. en Bureau IMAC Bleiswijk B.V. kunnen niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gegeven advies.

Alle intellectuele eigendomsrechten van genoemde merken of plantenrassen zijn uitdrukkelijk voorbehouden aan Anthura B.V.