duiding

Adrien Saverwyns – Departement Landbouw en Visserij

duiding

“Je moet durven kiezen om gekozen te worden”

28 FEBRUARI 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:53

Lees meer over:
Interview

Op de vooravond van de vijfjaarlijkse Floraliën staat de grandeur van deze sympathieke bloemenkermis in schril contrast met de harde realiteit. Vlaanderen rest hooguit 1.400 sierteeltbedrijven, waarvan de helft dan nog actief is in de boomkwekerij. Het imago van paradepaardje ‘azalea’ is al jaren tanende. En omwille van de familiale schaal lijken onze bedrijven de immense just-in-time vraag van retailers zoals Ikea nauwelijks te kunnen bijbenen. Verliezen we het pleit definitief aan de Nederlanders? Wij vroegen het overheidsvoorlichter Adrien Saverwyns (62), gepokt en gemazeld in de sierteelt.

“Ik heb 35 jaar dienst op het ministerie”, zei u eerder. Hoe goed kent u de Vlaamse sierteelt op het terrein?

Ik heb tien jaar als inspecteur plantenbescherming gewerkt, waarbij ik ter plaatse de aanwezigheid van parasieten op de bedrijven ging controleren. Het volgende decennium behandelde ik investeringsdossiers bij het toenmalige Landbouwinvesteringsfonds. Om de siertelers op hun vakbekwaamheid te beoordelen, trok ik uiteraard regelmatig richting serres. Zowel in mijn eerste functie als ‘politieagent’ als in mijn tweede leven, waarin ik meer een adviserende rol toebedeeld kreeg, probeerde ik me een accuraat en volledig beeld van de teler te vormen. Ik mag zeggen dat ik ondertussen zo goed als alle Oost-Vlaamse siertelers persoonlijk ken (lacht). Toen land- en tuinbouw gefederaliseerd werd, trok ik bewust opnieuw de kaart van de sierteelt, ook al bracht me dat in een nieuwe omgeving. Het Agentschap leek nochtans een logische keuze maar daar werkten ze met arrondissementen en moesten de collega’s alle investeringsdossiers behandelen. Ik zag mezelf niet meteen ’s morgens naar een varkenshouderij stappen om advies uit te brengen over een nieuwe

stal en ’s middags het dossier van een groentekweker bekijken. Inmiddels werk ik zo’n 15 jaar als overheidsvoorlichter: een job met veel vrijheid. Dat heeft ook een keerzijde. Je moet het zelf waarmaken. Zo heb ik heb de laatste vier jaar heel wat energie gestoken in de Europese erkenning van de azalea. Hopelijk halen we volgende maand de eindstreep.

De azalea is onmiskenbaar het pronkstuk van de Vlaamse sierteelt. Toch slaagt ze er niet in om de consument te verleiden. Waar loopt het fout?

We zijn nog steeds wereldmarktleider voor de azalea en hebben 80 procent van de Europese productie in handen. Dat biedt met andere woorden flink wat potentieel. Maar de azalea kampt met twee grote problemen: imago en gebrek aan convenience. De consument associeert de plant nog steeds met oubollig en weinig gebruiksvriendelijk. Niet onterecht, want er is behoorlijk wat minderwaardige kwaliteit op de markt gegooid. Planten die te ‘rauw’ in knop verkocht werden en niet dus in bloei geraakten, planten die meteen hun bladeren verloren,... Ruim tien jaar geleden hebben we met een aantal telers het ‘Project Azalela Kwaliteit’ opgericht. De deelnemende bedrijven engageerden zich om een aantal kwaliteitsnormen te hanteren: mooie blaadjes, nette pot zonder onkruid, correcte verhouding pot-plant,... Voor de straks Europees erkende ‘Gentse azalea’ zal bij levering 80 procent van de bloemknoppen zelfs kleurtonend zijn, om te vermijden dat de consument de plant niet in bloei krijgt. Dat lokte behoorlijk wat gemor uit bij de groothandel. Zij zien liever een partij azalea’s nog volledig in knop geleverd, omdat ze die langer kunnen verkopen, maar we hebben het been stijf gehouden. Dat is soms balanceren op een slappe koord. De belangen van de sierteler en die van de tussenhandel en de eindconsument vallen niet altijd samen.

Nu nog die consument verleiden?

Ik geloof niet in grootse campagnes met topfloristen. Zaak is om de modale klant te beroeren. Plaats die bloemenpracht in een eigentijdse pot, hecht er een mooi etiket met verzorgingstips aan,... Kijk maar naar Mario Naudts. Als azaleateler lanceerde hij de website www.queenofflowers.com: een heel stijlvolle en gebruiksvriendelijke site op maat van de klant. Dat is dus een doorsnee bloemist, hé! Toch vind je zijn naam nergens terug. Naudts won er in Nederland zelfs een marketingprijs mee. Dat wil toch iets zeggen (lacht).

Stopt u niet te veel energie in de azalea, die misschien vooral vergane glorie is?

Die opmerking krijg ik wel vaker! Samen met een twintigtal telers ga ik elk jaar op studiereis in Europa. Daar pols ik bij pakweg een groothandel in Warschau waarom ze bij onze Vlaamse siertelers kopen. Steevast luidt het antwoord dat ze bij ons unieke planten aantreffen zoals clivia’s, laurieren, potchrysanten en winterharde planten zoals

erica, veronica en kleine sparretjes die winterbloembakken opfleuren. En azalea's dus. De rest kopen ze ook, maar als aanvulling op dit exclusief assortiment, want dat vinden ze net zo makkelijk in Nederland, Duitsland en vooral ook Denemarken. We moeten daar niet flauw over doen. Op prijs en volume halen we het niet langer, dus moeten we onze klanten zien aan te zuigen met een uniek aanbod.

Hoe belangrijk is innovatie hierbij?

Vlaanderen kent een rijke sierteelttraditie en nog steeds zit hier heel veel expertise. Zo hebben wij 10 procent van de wereldproductie van jongplanten in handen! Het was de Gentse professor Pierre Debergh die in Vlaanderen de in vitro-teelt introduceerde en de sector hiermee een heuse boost gaf. Dat liet ons toe van virusvrij weefsel te vertrekken, maar ook de vermenigvuldigingssnelheid van de plant was plots ongezien hoog. Er werden labo's opgericht en gespecialiseerde bedrijven zoals Denis-Plants, Deroose Plants, Exotic Plants en Microflor van Floréac volgden in hun kielzog. Veel heeft te maken met de geografische nabijheid. Proefcentra, universiteit, telers en toeleveranciers zitten hier behoorlijk opeengepakt waardoor iedereen heel vlug weet wat er bij die ander gaande is. Onderzoekers stemmen hun projecten sneller af op de concrete noden van telers en vice versa. Innovatie gaat vaak om problemen oplossen, veeleer dan grootse nieuwigheden introduceren. Dergelijke kruisbestuiving heeft zo zijn voordelen.

Maar de markt onderging in de jaren negentig een ware metamorfose. Hebben we toen de boot gemist?

We zijn geëvolueerd van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde markt. De consument werd grilliger en had meer mogelijkheden om aan te kopen. De grootdistributie bleef niet aan de zijlijn toekijken en ketens zoals Ikea combineerden wonen met groen. Bovendien wilden onze noorderburen toen koste wat het kost marktleider worden. Hun productie groeide exponentieel waardoor de prijs sterk onder druk kwam te staan. Veel siertelers denken dat een goed product zichzelf verkoopt, maar dat is niet zo. Voortaan moesten ze keuzes maken: welk product bied ik aan, voor welke doelgroep en via welk afzetkanaal. Kiezen, om gekozen te worden, dus. Met als gevolg dat heel wat bedrijven zich gingen specialiseren terwijl anderen het peloton moesten lossen.

Waarom slagen onze familiale bedrijven er dan nauwelijks in om aan de just-in-time vraag van steeds krachtiger wordende distrubitieketens zoals Ikea te voldoen?

Teelttechnisch zijn we minstens even goed of beter dan de Nederlanders, maar het vermarkten gaat ons echter niet altijd even goed af. We kennen een familiale structuur waarbij de sierteler eigenaar is van grond en serres. Dan ga je automatisch anders om

met het nemen van risico's. Dat ligt in Nederland anders. Veel heeft uiteraard ook te maken met hun coöperatieve geest. Bij ons hebben planten- en bloemenveilingen nauwelijks voet aan de grond gekregen, in Nederland wel. Daar hoeven telers zich geen zorgen te maken over de afzet want die is min of meer verzekerd. Daardoor kunnen ze ook makkelijker groeien en de vraag van een veeleisende distributie beter invullen. Onze relatief kleine bedrijven lijken flexibeler maar kunnen inzake prijs, assortiment en snelle levertermijn niet makkelijk optornen tegen grote spelers. Een goed voorbeeld is de bromelia. Met Exotic Plants en Deroose hebben wij twee van de grootste veredelingsbedrijven inzake bromelia's. Dan zou je denken dat een aantal Vlaamse siertelers uit de omgeving zich op die teelt gaan storten? Niet dus. Er is maar één kweker actief en die doet het dan nog in combinatie met een andere teelt. Ikea bevoorraadt zich nu rechtstreeks bij een Nederlandse teler die 5 hectare bromelia's heeft staan in allerlei variëteiten en potmaten.

Moeten we dan met de hete Nederlandse adem in de nek nog wel inzetten op die veeleisende retail?

We hebben elk onze eigenheid. Onze noorderburen telen doorgaans op grotere oppervlakten, wat hen wendbaarder maakt. Ze zijn ook keien in het vermarkten van hun product. Daar kunnen wij best nog wat van leren. Wij zijn met onze familiale structuur beter verankerd, wat de kans op continuïteit vergroot. Een aantal grotere familiale bedrijven zijn zeker in staat om het kieskeurig distributiesegment te bedienen. Sommige spelers verenigen zich ook om in blok op te treden. Het aanbod breidt uit, de logistieke spankracht neemt toe en de marketing is eenduidiger. Telers die verder kijken dan hun neus lang is en een kwalitatief product aanbieden, rekening houdend met de verzuchtingen van hun klanten, hebben hier met andere woorden zeker nog een toekomst. Vaak gaat het om kleine zaken, zoals vuile potten of een vrachtwagen die niet tijdig levert. Ik herinner me een container azaleaplanten die in folie verpakt was en waarbij de buitenste takken afgebroken waren. Dat kan dus niet, hé.

Een aantal telers heeft zich inmiddels verenigd onder het label 'Speciale' om de verkoop samen te organiseren. In hoeverre kan zo'n formule soelaas bieden aan de neerwaartse druk van supermarkten?

Speciale kan twee maal per dag haar Nederlandse exporteurs bevoorraden. Dat is een enorm concurrentieel voordeel. Tel daar nog eens hun assortimentsrijkdom en hun professionele marketing bij en dan heb je geheid een succesformule. Maar zo'n operatie heeft wel wat voeten in de aarde. Zo moet het allicht geen sinecure geweest zijn voor een aantal bedrijfsleiders om de switch te maken. Het zijn mensen die jarenlang gewoon waren om de plak te zwaaien en nu ten dele wat aan vrijheid moeten inboeten.

Ze blijven wel zelf beslissen wanneer ze tegen welke prijs verkopen maar ze opereren toch onder eenzelfde label. Dat vergt een aanpassing. Maar ik hoor dat hun echtgenotes erbij betrokken worden en ze al eens een weekendje met zijn allen erop uittrekken, dus dat loopt wel goed.

Heel wat siertelers kopen gezamenlijk brandstofstoffen aan. Hoe acuut blijft het thema energie?

Volgens mij evolueren we in Vlaanderen vooral richting koude teelten. In de jaren zeventig hadden we in de regio's Lochristi, Melle en Merelbeke heel wat bedrijven die warme kamerplanten kweekten, zoals de ficus en philododendron. Die markt zijn we verloren aan Denemarken en ook Nederland, dat met eigen gasbronnen aan de helft van de energieprijs kan werken. We zijn een paar weken terug nog naar Terneuzen in Zeeland gaan zien hoe ze met afvalwarmte van een kunstmestfabriek de kassen verwarmen. Energieclustering is zeker zinvol, maar de op stapel staande macrozones hier zullen allicht vooral voor energiebehoeftige glastuinbouw zoals voor paprika en tomaat nuttig zijn. Ik zie daar niet meteen een groepje siertelers zich vestigen. Groentetelers zijn op zich geen concurrenten van elkaar, hé. In de sierteelt speelt dat wel mee. In die zin is het Stokstormproject op de grens van Deinze en Kruishoutem een mooie testcase.

Sierteler is een knelpuntberoep, dat nochtans steeds meer ingevuld geraakt door allochtonen. Waar situeert zich de lacune?

Bijna 80 procent van het uitvoerend personeel bestaat uit allochtonen. Op zich werkt dat systeem van plukkaarten vrij goed, hoewel er occasioneel wel eens problemen opduiken rond huisvesting, taalbarrières of godsdienst. Het personeelsprobleem situeert zich veel acuter op het niveau van 'de meestergast'. Bedrijven worden steeds groter en hebben nood aan een soort technisch middenkader. Helaas heeft de sierteelt bij bacheloropleidingen of bij de master industrieel ingenieur niet bepaald een swingend imago. Dat beeld van onderbetaalde, vuile en routineuze jobs zonder doorgroeimogelijkheden zouden we moeten bijstellen. Daarom willen een aantal toonaangevende bedrijven een label uitwerken voor erkende stageplaatsen. Zo willen ze vermijden dat jongeren als goedkope werkkrachten ingezet worden. Je moet ze motiveren en vooral laten bijleren. Op de Floraliën organiseren we trouwens een namiddag rond het thema 'onderwijs en personeel'. We nodigen leerkrachten en CLB's uit om kennis te maken met moderne sieteeltbedrijven.

In hoeverre is een beurs zoals de Floraliën in deze tijden van crisis nog een waarheidsgetrouwe staalkaart van de Vlaamse sierteelt?

Je mag de uitstraling van de Floraliën niet onderschatten. Prestige speelt voor een stuk

mee, maar ik merk toch dat heel wat siertelers staan te trappelen om hun noviteiten aan het publiek te laten zien. Onze bedrijfsleiders zijn gepassioneerd door hun product en delen dat maar wat graag. Waarmee ik niet beweer dat een aantal bedrijven het momenteel niet lastig hebben. Maar, zoals gezegd, dateert het begin van de crisis in de sierteelt eigenlijk van midden de jaren negentig. Toen heeft de combinatie van overaanbod, gewijzigd marktmechanisme en de energiecrisis heel wat telers de das omgedaan. Wie het nu moeilijk heeft, stond het water eigenlijk al aan de lippen. Ook bedrijfsleiders van pakweg 55 jaar moeten vaak de pedalen lossen. Uitbollen zit er niet meer in. Of je doet mee of je doet niet meer mee. De crisis zal het stoppen an sich dus wel versnellen, maar ik voorspel de blijvers een mooie toekomst. Wij hebben meer de gewoonte om te klagen. In Nederland gaan heel wat bedrijven – ook grote – failliet, maar dat lees je nergens.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy