duiding

Els Verlee - tuinierster

duiding

Topbedrijven bundelen krachten onder Speciale-logo

30 DECEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:52

Lees meer over:
Interview

De 36-jarige Els Verlee runt samen met haar echtgenoot in Lochristi het grootste hederabedrijf van ons land. Sinds begin vorig jaar verkoopt dit glastuinbouwbedrijf zijn kamerplanten onder de merknaam ‘Speciale’, net zoals acht andere sierteeltbedrijven in de regio rond Gent. De marketingkosten betalen ze met de winst die de samenaankoop van onder meer mest- en sproeistoffen oplevert.

Een jonge vrouw die mee leiding geeft aan een bloeiend sierteeltbedrijf is nog altijd geen vanzelfsprekendheid. Hoe is het zover gekomen?

Els Verlee: Mijn ouders hebben helemaal geen binding met de land- of tuinbouw, maar via vakantiejobs ben ik toch in de sierteeltsector gerold. Na mijn studies heb ik twee jaar bij een azaleateler gewerkt. Met die praktijkervaring ben ik vervolgens mee in het nieuwe bedrijf van mijn echtgenoot gestapt. Ik herinner me dat ik het als 20-jarige best een akelige ervaring vond om me aan een investering van ruim 600.000 euro te wagen. En zeker mijn ouders waren het als gewone arbeiders niet gewoon om met dat soort bedragen geconfronteerd te worden. (lacht)

Is er veel veranderd sinds de start van het bedrijf in 1991?

We zijn begonnen met 3.000 vierkante meter, maar installeerden meteen een zwaardere ketel en de nodige wateropvang om het bedrijf snel te kunnen uitbreiden. Na drie jaar verdubbelden we bijna de omvang van de serre. Vandaag hebben we 11.000 vierkante meter in eigendom en huren we daarnaast nog 3.000 vierkante meter. Met drie à vier productierondes draaien we het hele jaar door op volle toeren. Daarvoor hebben we momenteel negen werknemers voltijds in dienst. De hoofdteelt is klimop, goed voor zo’n tachtig procent van ons volume.

Vanwaar jullie voorliefde voor de hedera?
Het is vooral een rationele keuze geweest. Vooraleer we ons bedrijf opstartten, hebben we ons uitgebreid geïnformeerd bij de exporteurs. Telkens weer kregen we te horen dat ze op zoek waren naar hedera. Als kamerplant past klimop zowel in een klassiek als een modern interieur. De plant is bovendien niet duur, verkrijgbaar in alle potmaten en er zijn heel wat kleurschakeringen beschikbaar. Ieder jaar brengen we innovaties op de markt, op basis van marktonderzoek dat ons leert welke potmaten, kleuren en verkoopsperiodes het best in de markt liggen.

Wat zijn de belangrijkste uitdagingen voor een modern sierteeltbedrijf?
Het milieu is een topprioriteit. Verder wordt ook het personeelsbeleid steeds belangrijker. Doordat we zelf nog altijd heel wat arbeidsuren presteren in de serres, weten we heel goed wat we wel en niet mogen verwachten van onze medewerkers. Omdat het belangrijk is dat die mensen graag komen werken, hebben we nog nooit iemand een dag verlof geweigerd. Hoewel de helft van onze medewerkers de Ghanese nationaliteit heeft, is ons personeelsbestand toch zeer stabiel.

Hoe groot is het energievraagstuk?
(zucht) Op iets meer dan twee jaar tijd is de prijs met vijftig procent gestegen. Zeventien jaar geleden kozen we ervoor om de serres te verwarmen met het milieuvriendelijke aardgas, maar voor die beslissing zijn we nooit beloond geweest door de mislukte liberalisering van de markt. Waarom moet de aardgasprijs gekoppeld worden aan de olieprijs? Om de kosten toch enigszins te drukken, zitten we in een samenwerkingsverband met een 50-tal collega's. De groep heeft een externe medewerker aangetrokken om de markt te prospecteren en ieder kwartaal gas aan te kopen voor alle tuinders. Maar zelfs op die manier slagen we er niet in om contracten op maat van glastuinders te bedingen: onlangs werden alle deelnemers beboet omdat de groep in zijn geheel onvoldoende gas verbruikt had tijdens de zachte winter van vorig jaar. In de context van de klimaatverandering is zoiets extra frustrerend.

Kunnen jullie op het eigen bedrijf veel doen om de kosten binnen de perken te houden?
We hebben al van alles gedaan: energiedoeken, energetisch glas, een rookgascondensor waarmee we de vloerverwarming aansturen. De klimaatcomputer is dan ook één van de belangrijkste managementinstrumenten voor ons bedrijf.

In welke mate gaan de Vlaamse siertelers onder druk van de dalende rentabiliteit meer samenwerken?
Eigenlijk zie je in ons land nog niet veel samenwerkingsverbanden op het vlak van verkoop, maar ze zijn wel op komst. Want alle bedrijven kampen met hetzelfde probleem: hoe kunnen we onze producten nog beter promoten en een ruimer publiek aanspreken? Zelf zijn we zeventien jaar bezig, maar we verkopen onze hedera's nog altijd aan quasi dezelfde prijs. Alleen door schaalvergroting en automatisering hebben we het hoofd boven water kunnen houden. Als we niets doen, zal de druk op ons rendement in de toekomst alleen maar toenemen. Want de gewone daghandel kwijnt weg ten voordele van de keten- en termijnverkoop doordat grote winkelketens een steeds grotere hap uit de sierteeltmarkt nemen. Zij eisen grote en uniforme partijen die just-in-time en op maat kunnen beleverd worden. Op zich is dat een positieve trend, maar als sierteeltbedrijf moet je er wel op voorbereid zijn. Ikea heeft ons in het recente verleden al tot de laatste druppel uitgewrongen. Ze zetten tussenhandelaars onder druk om alle productiebedrijven af te lopen op zoek naar het grootste kortingspercentage.

Dit spelletje van de neerwaartse spiraal zijn jullie beu?
Met twee andere sierteeltbedrijven hebben we anderhalf jaar geleden gepraat over manieren om eraan te ontsnappen. Een zelfstandige verkoper heeft vervolgens nog wat extra bedrijven aangebracht, waarna we met zes sierteeltbedrijven beslisten om het merk 'Speciale' te lanceren. Samen ondertekenden we een charter met de doelstellingen die we tegen 2015 willen realiseren. Zo is het onder meer de bedoeling dat we in de toekomst opereren onder het logo van Speciale en dat onze individuele bedrijfslogo's naar de achtergrond verdwijnen. Dat geldt zelfs voor de welkomstborden op onze bedrijven en de bedrukkingen op de werkkledij. Sinds begin vorig jaar zitten alle deelnemers ook verankerd in een aparte juridische structuur, met name een economisch samenwerkingsverband (esv). De groep is intussen uitgebreid tot acht bedrijven en er staan nog enkele kandidaten te trappelen om toe te treden. De formule slaat dus aan.

Wat is het profiel van de deelnemende bedrijven?
Het zijn stuk voor stuk bedrijven die tot de top behoren in hun specifieke niche: we hebben onder meer een buxusbedrijf, een sparrenbedrijf, twee telers die de azaleamarkt afdekken en ook de productiebedrijven van Floréac doen mee. Elke deelnemer moet een minimale schaalgrootte hebben, moet goed gekend zijn op de

markt en mag slechts een beperkt aantal soorten telen om complementair te blijven met de andere partners. Uiteraard moeten de deelnemende bedrijfsleiders bereid zijn tot samenwerking en een duidelijke visie uitstralen. Wanneer je iemands karren bij een exporteur ziet staan, weet je doorgaans al vrij goed welk vlees je in de kuip hebt.

Hoe zwaar weegt het samenwerkingsverband?
Samen vertegenwoordigen we een omzet van ongeveer 15 miljoen euro. We stellen strenge eisen aan nieuwe toetreders omdat we onder onze merknaam enkel topproducten willen verkopen. A2-kwaliteit is voor ons uit den boze. Naast 'Speciale' is er in Vlaanderen zeker nog plaats voor andere samenwerkingsverbanden, bijvoorbeeld van bedrijven met een wat kleinere schaalgrootte. Ik ben ervan overtuigd dat nog meer clusters zullen opgestart worden.

Welk concreet voordeel levert Speciale op voor jullie hederabedrijf?
Het belangrijkste is dat we ons beter kunnen profileren bij de klanten van de exporteurs waaraan we onze planten leveren. Je moet weten dat driekwart van onze productie naar exportbedrijven gaat die de Europese markt bevoorraden. In het verleden hadden we geen flauw idee waar onze klimop uiteindelijk terechtkwam. Terwijl exporteurs in Nederland die informatie vlot doorspelen naar hun producenten, gebeurt dat in Vlaanderen nog altijd maar met mondjesmaat. Vergeet niet dat het nog maar tien jaar geleden is dat de sierteeltsector één overslagplatform wilde creëren zodat we onze producten maar naar één plaats meer moesten vervoeren. Dat project werd toen ook afgeschoten door exporteurs die hun marktinformatie angstvallig geheim wilden houden.

Hoe wil Speciale de machtspositie van de exporteurs doorbreken?
Dat is niet onze doelstelling. Wél willen we voldoende marktinformatie verkrijgen zodat we onze producten nog beter kunnen afstemmen op de marktbehoeften. Vandaag kennen we niet of nauwelijks de mate waarin onze hedera's de Spaanse markt dekken en of ze inspelen op de specifieke wensen van de lokale handel. Gelukkig beginnen steeds meer exporteurs te beseffen dat beide partijen voordeel kunnen halen uit een transparante samenwerking. Nu gebeurt het al wel eens dat Speciale een eigen stand mag plaatsen op een opendeurdag van een exportbedrijf. Om nog meer marktinformatie te bekomen, gaan de leden een deeltijdse marktcoördinator aantrekken. Die moet in kaart brengen in welke landen en marktsegmenten onze exporteurs actief zijn. In die afzetgebieden moeten we vooral de termijnmarkt veel

beter leren kennen. Maar het was dus nooit onze bedoeling om onze bloemen en planten rechtstreeks te gaan verkopen bij de klanten van de exporteurs. Als we ervoor kunnen zorgen dat die klanten er bij onze exporteurs op aandringen om Speciale-producten te leveren, is onze doelstelling al bereikt.

Levert het samenwerkingsverband nog andere voordelen op?
Het is de bedoeling dat we bij ID'Flor een logistiek platform creëren om twee vrachtwagens per dag naar Nederland te laten vertrekken. Op de Nederlandse veilingen hebben we ook iemand een halve dag per week in dienst om er de Speciale-producten op de juiste plaats te krijgen. Nederlanders zijn chauvinisten, en dus kan je maar beter een noorderbuur inschakelen om die klus geklaard te krijgen. (lacht)

Hoe verloopt de samenwerking tussen de Speciale-partners in de praktijk?
Begin vorig jaar heeft elk deelnemend bedrijf voor het eerst 5.000 euro gestort. Dat is het jaarlijks lidgeld, dat we desgevallend kunnen verhogen in de loop der jaren. Dat bedrag recupereren we alleen al door de samenaankoop van bijvoorbeeld meststoffen, sproeistoffen en verpakkingsmateriaal. Om het project aan te vuren, organiseren we iedere maand een vergadering. Daarnaast zijn ook nog werkgroepen actief die zich buigen over beursdeelnames, toegevoegde waarde, inkoop en informatica.

Begin december hebben jullie met de hulp van het Innovatiesteunpunt een strategisch weekend georganiseerd. Wat waren de conclusies?
We willen uitbreiden tot maximaal 15 leden. Verder stellen de leden vast dat we goed gekend zijn bij de exporteurs, maar dat we de promotie nog beter moeten afstemmen op de eindklant. Iedereen is het er roerend over eens dat Speciale geen verkoper moet aanwerven, maar wel iemand die voor ons marktinformatie verzamelt. En uiteraard is het ook belangrijk dat de neuzen van alle deelnemers in dezelfde richting wijzen, en dat dit ook tot uiting komt in de externe communicatie. Het idee om gezamenlijk op afzondering te gaan, is ons zo goed bevallen dat we besloten hebben om binnen enkele maanden opnieuw de koppen bij elkaar te steken tijdens een tweedaagse.

Zien jullie dit samenwerkingsverband op termijn uitmonden in één grote naamloze vennootschap?
Oei, zover zijn we zeker nog niet. Maar onze samenwerking groeit. Alle deelnemers voelen zich heel goed bij het proces omdat het stapsgewijs kan gebeuren. En wat de toekomst brengt, weet je niet, hé. Toen we ons bedrijf opstartten, hadden we nooit

gedacht dat we op een dag samen met andere collega's onder eenzelfde merknaam zouden opereren. Dat de Speciale-bedrijven ooit zullen samensmelten, is een optie die we zeker openhouden voor de toekomst. Allicht wordt dit een project voor de volgende generatie, onze kinderen. De investeringen en verantwoordelijkheden zullen veel te groot worden om het allemaal nog op familiaal vlak te kunnen klaren. Daarnaast veranderen de maatschappelijk waarden in onze samenleving heel snel. Werken van 's morgens vroeg tot 's avonds laat met nauwelijks ontspanning of vakantie zoals wij doen, zal in de toekomst definitief tot het verleden behoren.

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
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada