

Innovatie in de Nederlandse tuinbouwsector

duiding

Het internationale succesverhaal van Seed Valley

11 MEI 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:54




In een uithoek van Nederland, op een boogscheut van het charmante vissersstadje Enkhuizen, ontwikkelen enkele tientallen zadenbedrijven de groene software die op een of andere manier terug te vinden is in niet minder dan 70 procent van de groenten die wereldwijd geteeld worden. Binnen het succesverhaal van de Nederlandse land- en tuinbouw neemt de zaadindustrie een bijzondere plaats in: de Noord-Hollandse Seed Valley is actief in meer dan 100 landen en realiseerde vorig jaar een omzet van meer dan 1 miljard euro, met dank aan een enorme groei van de exportcijfers. Waar schuilt het geheim achter de dominantie van deze internationale hub voor plantenveredeling?

Dat onze noorderburen wel wat adelbrieven kunnen voorleggen als het over land- en tuinbouw gaat, is oud nieuws. Nederland is na de Verenigde Staten de grootste exporteur van landbouwproducten wereldwijd met een totale exportwaarde die in 2013 de kaap van de 100 miljard euro rondde. Opvallend: 40 procent van de Nederlandse landbouwproductie is afkomstig uit de tuinbouw. Daar zit de sierteelt voor iets tussen. Nederlandse bloemen en planten zijn goed voor een duizelingwekkende productiewaarde van 5,3 miljard euro, voor fruit en groenten is dat 2,6 miljard euro.

Familiebedrijf wordt multinational

De Nederlandse overheid gooit zijn volle gewicht in de schaal om de sector naar een hoger niveau te tillen. In 2010 startte het toenmalige kabinet Rutte I met een topsectorenbeleid dat de sectoren waarin Nederland wereldwijd uitblinkt nog sterker moet maken. Agri & Food is zo'n topsector, net als tuinbouw en de zogenaamde uitgangsmaterialen, vrij vertaald als zaadtechnologie. Om de actoren van die topsectoren bij elkaar te brengen, werden in 2004 zes greenports of tuinbouwclusters in het leven geroepen: Venlo, Boskoop, Aalsmeer, Westland-Oostland, Duin en Bollenstreek en Noord-Holland. Doel: het versterken van de concurrentiepositie via een ruimtelijk-economisch netwerk van tuinbouwketens, dienstverlening en kennisinstellingen.

Hoe zo'n tuinbouwcluster er uitziet, merk je als je de kuststreek tussen Den Haag en Amsterdam doorkruist: serres zover het oog reikt, strategisch dicht bij de kust om te profiteren van de Noordzeewind die de wolken landinwaarts blaast en zo voor meer zonne-uren en een lagere energiefactuur zorgt. Als je verder noordwaarts trekt en Amsterdam links – eigenlijk rechts – laat liggen, rijdt je Noord-Holland binnen, in de gouden zeventiende eeuw het kloppend hart van de bloeiende Republiek van de Zeven Verenigde Nederlanden. Lang niet zo veel serres als in Zuid-Holland hier, maar wel 370 hectaren toptechnologie, verdeeld over 28 sites. Welkom in Seed Valley.

 Enza-Zaden-zaadindustrie_geVilt.jpg

Eerder toevallig ontstond er in de ruime omgeving van Enkhuizen de voorbije eeuw een mini-cluster van zaadveredelaars. Jacob Mazereeuw was één van hen. In 1938 investeerde hij al z'n spaarcenten in een houten serre van nog geen 100 vierkante meter en opende hij de Enkhuizer Zaadwinkel. 73 jaar later, in 2011, nam kleinzoon Jaap het roer over van zijn vader Piet. Anno 2015 telt Enza Zaden meer dan 1.600 werknemers – jaarlijks komen er tegenwoordig zo'n 100 bij – en slaat het zijn vleugels uit in meer dan 20 landen. De laatste tien jaar realiseerde het bedrijf een gemiddelde groei van 8


procent per jaar, in 2014 bedroeg de omzet 200 miljoen euro, waarvan 90 procent in het buitenland werd gerealiseerd.

Enza Zaden heeft zo'n twintig groenten in de aanbieding en verkoopt in totaal meer dan 1.000 verschillende producten. Uitblinken doet het in tomaten, zoete paprika's, sla, komkommer, ajuin en meloen. De productie van zaden gebeurt om klimatologische redenen in Tanzania, Zuid-Afrika en Argentinië, het onderzoek en de ondersteuning in Enkhuizen, waar ongeveer 450 mensen werken. Nog niet zo lang geleden een bescheiden familiebedrijf, tegenwoordig een heuse multinational dus. "Noem ons liever een multilocal", vult Mazereeuw aan. "Buiten Nederland ontwikkelen we nieuwe variëteiten het liefst samen met lokale krachten. Onze buitenlandse vestigingen worden geleid door lokale managers. Zij kennen de markt het best."

De gouden driehoek

De sleutel tot succes? "Bij Enza Zaden werken mensen met kennis en durf", aldus Mazereeuw. "En die goed opgeleide mensen hebben we trouwens meer dan nodig: we investeren 30 procent van onze totale omzet in onderzoek." Die 30 procent is enorm, vergeleken met de 1,84 procent die een gemiddeld Nederlands bedrijf investeert in onderzoek en ontwikkeling. En Enza Zaden is geen uitzondering: gemiddeld investeren de zaadbedrijven uit de Seed Valley 16 procent in onderzoek. "Een economisch model met een enorm potentieel", vindt econoom en journalist Mathijs Bouman. "We zijn in Nederland gelukkig afgestapt van het produceren van staal, auto's en textiel, want er is iets waar we veel beter in zijn. Als je je kennis in een product krijgt, dan creëer je een enorme meerwaarde. Vroeger gooide een boer zaden over z'n veld, vandaag selecteren we de allerbeste zaden en stoppen we ze heel precies onder de grond. 14 procent van de zaden blijft in Nederland, 50 procent exporteren we binnen de EU, 36 procent gaat naar de rest van de wereld. Onze kennis is met andere woorden gewild en dus veel geld waard." Heel veel geld: de omzet van de zaadsector stijgt op de buitenlandse markten dubbel zo sterk als op de eigen Nederlandse markt. Nederlandse kennis is gewild. Nog een opvallend cijfer: van de 40 belangrijkste voedsel- en drankbedrijven ter wereld hebben 12 bedrijven onderzoeksactiviteiten lopen in Nederland.

Kennis is ook een van de speerpunten in het topsectorenbeleid, dat bedrijven, overheden en kennisinstellingen samen aan tafel brengt om in een topsector te investeren. "Het topsectorenbeleid verplicht ons om op lange termijn te denken", legt Jan Willem Breukink, bestuurder van het topsectorteam tuinbouw, uit. "We zijn een wereldautoriteit wat tuinbouw betreft. Wel, dat moeten we verder uitbouwen. Daarvoor hebben we meer jonge mensen nodig. Heel wat bedrijven groeien jaarlijks meer dan 5 procent en zijn voortdurend op zoek naar jong en hoogopgeleid personeel. Daar ligt een belangrijke taak voor onze kennisinstellingen. Kennis hebben we nodig om onze bedrijven hier verder te laten groeien, maar ook om onze internationale positie te versterken."

 Incotec-tuinbouw-Nederland_geVilt.jpg

Breukink is niet de eerste de beste. Naast zijn job als bestuurder van de topsector tuinbouw is hij CEO van Incotec, een wereldwijde marktleider op het vlak van zaadbehandeling, of zaadverbetering zoals hij het zelf noemt. De thuisbasis van Incotec, op amper enkele kilometers van de impressionante bedrijfssite van Enza Zaden, oogt eerder nietszeggend: een grote loods en een kantoorgebouw waar je zo voorbij rijdt. Maar achter de gevel huist een absolute wereldtopper die zowat alle grote spelers uit de zaadindustrie, van Monsanto tot Syngenta, tot z'n klanten mag rekenen.

Incotec moet het in tegenstelling tot de zaadproducenten niet hebben van zijn schaalgrootte, wel van zijn technologische meerwaarde. Die meerwaarde wordt ontwikkeld door – ook hier – een stevige onderzoeksafdeling: zowat 100 van de 500 Incotec-werknemers zijn onderzoekers. Incotec teelt en veredelt niet zelf, maar ontwikkelt technieken die het zaad verbeteren. Via priming bijvoorbeeld, een technologie waarbij het kiemproces in gecontroleerde omstandigheden op gang wordt gebracht en vervolgens weer gestopt net voor het zaadje effectief kiemt, waardoor boeren uniform zaad aangeleverd krijgen. Of via het coaten van zaden door een flinterdunne film aan te brengen rond het zaadje waarin allerlei additieven kunnen worden toegevoegd. Handig voor zaadproducenten die hun zaadje willen beschermen tegen bodemziekten of schadelijke insecten. Met dezelfde techniek kan ook de vorm van zaadjes worden aangepast, waardoor het machinaal zaaien een stuk vlotter verloopt.

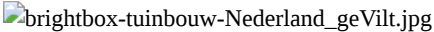
Stilstaan is achteruitgaan

Het paradepaardje van Incotec is een upgrade-technologie waarin het bedrijf tien jaar onderzoek heeft geïnvesteerd: een röntgenscanner die elk zaadje afzonderlijk doorlicht op vorm en kwaliteit en zo de goede zaden van de slechte kan scheiden, en de goede van de allerbeste. "Als KMO zijn we aangewezen op samenwerking met andere topsectoren, maar dat is precies onze sterkte", aldus Breukink. "Dit apparaat hebben we samen ontwikkeld met innovatieve bedrijven uit de technologiesector. Dit soort innovaties laat ons toe te groeien, ook in tijden van crisis. Bovendien heeft het ons heel wat nieuwe internationale klanten opgeleverd, wat ons minder kwetsbaar maakt. Tien jaar geleden waren we enkel actief in Europa, Japan, Brazilië en Amerika. Nu zijn we ook actief in opkomende landen als India, China en Zuid-Afrika. Door je blik te richten op de langere termijn, en door wereldwijd voortdurend te investeren in je mensen en kennis, zorg je voor een robuustere toekomst. Een strategie die ik elk bedrijf zou aanbevelen."

Over enkele maanden introduceert Incotec een nieuwe innovatie die zich op de Zuidoost-Aziatische markt richt. In bepaalde streken eet de beruchte gouden appelslak zo'n 20 tot 30 procent van de rijstteelt op. "Vandaag wordt de slak bestreden met bakken giftige, vaak illegale chemicaliën", aldus Frans Collée, manager new business development. "In samenwerking met de Universiteit van Wageningen ontwikkelde Incotec een nieuwe coating die

het voor de teler veel veiliger maakt en beter is voor het milieu." Het bedrijf wil trouwens niet alleen scoren met technologische innovaties: "In Brazilië hebben we een volledig nieuw marketingconcept opgezet waarbij we 'downstream' in de keten gaan, dichterbij de boer. We hadden gezien hoe grote chemie- en zaadbedrijven klanten als het ware opsluiten door hen min of meer te verplichten om alles bij hen te kopen. Via een franchisesysteem willen wij tegen die trend ingaan door op maat gemaakte oplossingen aan te bieden aan boeren of boerenorganisaties. In Brazilië is het een enorm succes, binnenkort willen we het ook elders uitproberen."

Hoe betaalbaar is die dure spijttechnologie voor zaden? "Hoe hoger de toegevoegde waarde van onze technologieën, hoe meer de klant bereid is ervoor te betalen", legt Collée uit. "Neem nu een krop sla: het aandeel dat een zaadproducent investeert in het optimaliseren van het zaad via onze technologie loopt al snel op tot 30 tot 40 procent van de eindprijs van een sla-zaadje. Voor tomaat ligt dat rond de 8 procent. Het bewijst hoeveel brandie er in zo'n tuinbouwzaadje zit, zeker als je weet dat het aandeel zaadoptimalisatie voor typische veldgewassen als graan, soja en maïs nooit meer dan enkele procenten bedraagt."

brightbox-tuinbouw-Nederland_geVilt.jpg

Ook de nieuwste parel aan de Nederlandse tuinbouwkroon is een product van de gouden driehoek. BrightBox is een onderzoeks- en onderwijscentrum in de vorm van een compacte, gesloten en non-transparante serre die over 192 vierkante meter teeltoppervlakte beschikt, netjes verspreid over verschillende teeltlagen. Zowat alle factoren die de groei van een plant beïnvloeden kunnen hier afzonderlijk afgesteld en bijgestuurd worden: licht, lucht, temperatuur, bemesting, water en bodem – een primeur in Europa. Een staaltje innovatieve toptechnologie die mogelijk werd dankzij de wetenschappelijke kennis van de HAS Hogeschool, de knowhow van productontwikkelaar Botany en technologiegigant Philips en het ondersteunend en faciliterend platform van de (Nederlandse) provincie Limburg. Bedoeling van BrightBox is om zoveel mogelijk opgedane kennis te delen met geïnteresseerde partijen en het concept commercieel aantrekkelijk te maken. En wie weet exporteert Nederland binnen enkele jaren een nieuw succesconcept naar miljoenensteden wereldwijd die op zoek zijn naar nieuwe, duurzame manieren om de groeiende stedelijke bevolking van voedsel te voorzien. "Daar gaat het om, het opschalen van innovatieve businessmodellen", knikt projectmanager Eva van Rijsingen instemmend.

Gezond verstand, durf en Belgische knowhow

Tot slot: hoe vergaat het de tuinbouwer van dit grensverleggend tuinbouwland? De vraag die zich opdringt: straalt het succes van de zaadindustrie af op zijn bedrijfsresultaten? Het recente verleden was alleszins niet echt fraai. In 2014 kreunde de sector onder lage prijzen door de combinatie van een recordoogst, toenemende concurrentie en een ontregelde markt door de gevolgen van de Russische importban. Daarnaast blijft ook in Nederland de schaalvergroting zijn stempel op de sector drukken: het aantal glasgroentebedrijven daalde vorig jaar met 8 procent. Sinds 2000 is het aantal bedrijven met liefst 60 procent afgenomen. Nederland telt vandaag nog 11.000 tuinbouwers die samen over een serreareaal van 10.000 hectare beschikken. Iets minder dan de helft (4.900 hectare) daarvan zijn groenten: 1.800 hectare tomaten, 1.200 hectare paprika's en 600 hectare komkommers. Dat areaal is overigens al twintig jaar ongeveer stabiel, dus schaalvergroting betekent in Nederland niet noodzakelijk netto areaaluitbreiding.

"De tuinbouwers hebben het momenteel niet gemakkelijk", weet ook Ruud Huirne, directeur Food & Agri Nederland bij Rabobank. "Samen zijn ze goed voor een productiewaarde van 12,5 miljard euro waarvan 95 procent geëxporteerd wordt. Dat maakt hen sterk, maar breekt hen soms ook zuur op, kijk maar naar het Rusland-debacle. Eén van de grootste uitdagingen voor onze tuinbouwsector is het creëren van voldoende toegevoegde waarde zodat ze hun topproducten niet meer aan bodemprijzen moeten slijten."

"De laatste jaren waren lastig", bevestigt Pieter Wijnen, zaakvoerder van Wijnen Square Crops, een paprikagigant met 18,4 hectare glas in het Limburgse Egchel en 32,6 hectare glas in Californië. "Tijdens de EHEC-crisis verloren we meer dan twee miljoen euro en vorig jaar kregen we 1,05 euro voor onze paprika's, terwijl onze kostprijs op 1,3 euro per kilo ligt." Op acht maanden tijd produceert dit bedrijf 18 miljoen paprika's die voor het overgrote deel geëxporteerd worden. "We zitten in de schoot van een gigantische thuismarkt, en met thuis bedoel ik Nederland, het Verenigd Koninkrijk, België en Duitsland. Dat zijn samen toch meer dan 170 miljoen consumenten", aldus Wijnen. "Maar we kunnen de consument natuurlijk niet zover krijgen dat hij elke dag drie paprika's eet. Wat de export betreft: we beseffen dat er overal ter wereld een tendens is om zoveel mogelijk zelfvoorzienend te worden en dat heel wat landen hun importafhankelijkheid willen terugdringen. Uiteraard is dat een bedreiging voor ons businessmodel, maar daar moeten we dan maar iets op vinden."

Square-Crops-Nederland_geVi.jpg

Een lagere productiekost bijvoorbeeld. Wijnen, die het bedrijf samen met z'n broer en nog een honderdtal andere vaste werknemers runt, probeert op alle mogelijke manieren zijn afhankelijkheid van dure inputs te verkleinen. Zo wordt 30 procent van het afvalwater hergebruikt en zorgt druppelirrigatie voor een tot op de milliliter gerationaliseerd waterverbruik. Wat energie betreft, mag je Wijnen gerust een pionier noemen. Een tiental jaren geleden investeerde hij in een WKK die gas omzette in elektriciteit (waarvan 95 procent verkocht werd aan de netbeheerder) en warmte (goed voor 95 procent van de jaarlijkse warmtebehoefte op het bedrijf). De uitlaatgassen van het hele proces werden gefilterd en gereinigd voor gebruik als CO₂-meststof. Wereldwijd zijn de energieprijzen de laatste jaren echter stevig gedaald, waardoor de installatie plots niet meer rendabel was. "Daarom kreeg ik vijf jaar geleden het idee om te investeren in geothermie", doet Wijnen zijn verhaal. "In Nederland wist niemand waar en hoe ik naar warmte kon boren.

Uiteindelijk ben ik in België terechtgekomen, bij de Vlaamse Instelling voor Technologisch Onderzoek (VITO). Zij konden me meer informatie geven over de eigenschappen van de bodem waar we in wilden boren. In 2011 zijn we met proefboringen gestart, en sinds 2013 produceren we warmte met behulp van het 67 graden warme water dat we oppompen van op een diepte van meer dan twee kilometer. Het gaat om een investering van 15 miljoen euro, maar onze energiekost daalt met 40 procent, waardoor het project op zeven jaar afbetaald zou moeten zijn." Cijfers die doen duizelen. "Maar je moet door de cijfers heen kijken", zegt Wijnen. "Het échte geheim is een goede gezondheid, gezond verstand en een beetje durf."

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)