duiding

Renaat Kuipers - Veiling Haspengouw

duiding

"Nooit penetreerde een nieuwe appel sneller als Kanzi"

3 JANUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:52

Lees meer over:
Interview

Jarenlang heeft iedereen geschreeuwd om een opvolger voor jonagold. Uitgerekend op het ogenblik dat de fel bewierookte kanzi zijn debuut maakte in de winkelrekken, stelde de Studiekring Guvelingen op basis van cijfers over aanplantingen vast dat de Belgische fruitteler niet echt wakker ligt van de introductie van nieuwe appelrassen. Genoeg voer voor een pittig gesprek met Renaat Kuipers, directeur van Veiling Haspengouw.

In februari is kanzi voor het eerst massaal opgedoken in de grote supermarktketens. Maar de voorraad was heel snel opgesoepeerd?

Renaat Kuipers: De consumenten moesten inderdaad bij de pinken zijn. We beschikten voor de Belgische markt helaas maar over een voorraad van één miljoen kilogram. Jonge bomen halen nu eenmaal geen toprendement en bovendien hebben hagelbuien vorig jaar 200 à 300 ton onbruikbaar gemaakt. Maar goed, kanzi was drie à vier weken de blikvanger in Colruyt, Delhaize en Carrefour. Op de groothandelsmarkt in Brussel en bij enkele servicehandelaars heeft het programma wat langer gelopen. Voor ons is vooral van belang dat kanzi tot herhaalaankopen leidt. Meer nog, in een periode van minder dan een maand verviervoudigt de vraag bij onze afzetkanalen. Het minder prettige nieuws is natuurlijk dat een beperkt aanbod op die manier wel heel snel uitverkocht raakt.

Wie de smaak te pakken kreeg, moet nu bijna een volledig jaar wachten.

Niks aan te doen. In Nederland was exact hetzelfde volume beschikbaar en heeft zich hetzelfde fenomeen voorgedaan. Uit onderzoek bij Albert Heijn is gebleken dat een consument die kanzi koopt na één week in de winkelrekken opnieuw op zoek gaat naar deze nieuwe appel. Bij Tesco loopt de verkoop van kanzi ook uitstekend. Door het kleine

aanbod konden we helaas niet leveren aan de Scandinavische supermarktketen ICA en ook het Duitse grootwarenhuis Rewe blijft noodgedwongen een jaar op zijn honger zitten. Volgend jaar verwachten we voor de Belgische markt een voorraad van 2 à 2,5 miljoen kilogram. Normaal gezien zal kanzi in 2008 dus enkele weken langer voorradig zijn.

Waarom werd kanzi in de maand februari op de consument losgelaten?
Daarover beslist de commerciële afdeling. Maar tegen het eind van het jaar circuleren er grote hoeveelheden appels van mindere kwaliteit op de markt en tijdens de eindejaarsperiode zakt de consumptie van inlands fruit in elkaar. Dus was het niet onlogisch om het voorjaar te verkiezen.

Waar bevindt zich op dit ogenblik het grootste kanzi-areaal?
Om een internationale vergelijking te maken, kan je best het aantal bomen als parameter nemen. Door de verschillen in bodemstructuur worden in ons land per hectare immers minder bomen aangeplant dan in landen zoals Nederland en Italië. Op de Europese ranglijst staan onze noorderburen aan de leiding met ruim 700.000 bomen. Daarna volgen Duitsland en België met elk ongeveer 400.000 exemplaren. In Italië zijn 200.000 bomen aangeplant en in Engeland 100.000. Zwitserland start binnenkort met commerciële aanplantingen, terwijl in Frankrijk, Spanje en Oostenrijk testplots staan. Samen levert dat 1,9 miljoen bomen op in de Europese Unie.

Is het niet de bedoeling dat de club ook op zoek gaat naar locaties buiten Europa om de supermarkten het hele jaar door een vers kwaliteitsproduct te kunnen aanbieden?
Klopt. Er zijn momenteel zes testplots operationeel in Zuid-Afrika. We gaan ook opstarten in Nieuw-Zeeland, Brazilië, Argentinië en Chili. In die landen komen de bomen nu stilaan uit quarantaine. Je moet weten dat we geen enkele boom aanplanten vooraleer de variëteit en merknaam wettelijk beschermd zijn. Dat hele proces vergt behoorlijk wat tijd, maar het is de moeite waard omdat het zuidelijk halfrond een belangrijke thuismarkt heeft én een goede uitvalsbasis is voor de export naar de Verenigde Staten, Zuid-Oost-Azië en Europa. Wat die uitvoer naar Europa betreft, moeten onze telers helemaal niet vrezen voor concurrentie: omdat de West-Europese kanzi nu eenmaal niet tot in augustus in optimale conditie bewaard kan worden, zal de invoer van verse appels er in die periode van het jaar gewoon voor zorgen dat de supermarkten het hele jaar door de consument uniforme topkwaliteit kunnen serveren. De ingevoerde hoeveelheden staan trouwens op voorhand vast en we gaan de

gemaakte afspraken ook nauwgezet controleren.

Er zijn ook plannen om kanzi te lanceren in de Verenigde Staten?
We hebben er inderdaad 20.000 à 30.000 bomen naartoe gestuurd om tests uit te voeren. Hetzelfde geldt trouwens voor Australië. In die twee landen is het de bedoeling om uitsluitend voor de lokale markt te telen.

De kanzi-bomen groeien tot in de hemel?
We blijven realistisch. In Europa ramen we de potentiële markt op 150.000 ton, terwijl we vijf jaar geleden nog de ambitie hadden om 250.000 ton te produceren. De concurrentie zit nu eenmaal niet stil. De Nieuw-Zeelandse jazz-appel stamt uit dezelfde kruising als kanzi. Verder is ook pink lady zich volop aan het herprofileren, wat meteen ook de waarde van kanzi illustreert (lacht fijntjes). Nieuwe clubrassen die in de lift zitten, zijn kiku, cameo, junami, rubens, ariane. Er zijn daarnaast ook wat nieuwigheden die als vrij ras aangeboden worden, zoals sweety.

De aanplant van greenstar, die andere veelbelovende clubappel van EFC, zou gestagneerd zijn. Wat is de oorzaak?
Vergeet niet dat intussen wel 400.000 bomen aangeplant zijn, goed voor 75 procent van het Europese areaal. Maar het is verkeerd om een vergelijking te maken met kanzi. Uit consumentenonderzoek blijkt dat driekwart van de West-Europese consumenten kanzi verkiest boven alle andere rassen. Als groene appel moet greenstar het stellen met een score van acht procent. Het is dus een nicheappel, maar als we daarmee acht procent van de tachtig miljoen Duitsers kunnen aanspreken, zal ik niet ontevreden zijn (lacht).

Er is nogal wat gekibbel geweest in de greenstar-club?
(ernstig) In die club zetelen alle partijen die betrokken worden bij de teelt van greenstar, bijvoorbeeld ook de Belgische Fruitveiling en Veiling Borgloon. Op een bepaald ogenblik meenden enkele telers dat ze greenstar konden aanplanten zonder aan de verplichtingen van de club te blijven voldoen. Gelukkig hebben we dat geschil in onderling overleg kunnen uitpraten. Eén teler wilde koppig doorzetten en werd uiteindelijk teruggefloten door de rechtbank, waarna hij zijn hele areaal met greenstar moest rooien. Vooraleer nieuwe greenstar-bomen aan te planten, wilden telers eerst zeker zijn dat we de club gesloten konden houden. Omdat ook de Belgische Fruitveiling en Veiling Borgloon de voordelen van het concept ontdekt hebben, is die zekerheid er

nu.

Geef eens een reden waarom een fruitboer moet investeren in greenstar?
Op voorhand wisten we dat greenstar zijn rendement moet puren uit twee marktsegmenten. Dat is in de eerste plaats de versmarkt, die de telers goed kennen. Maar veruit de snelst groeiende markt is die van de verse fruitsalades. De greenstar-appels die vorig jaar naar dat marktsegment gegaan zijn, hebben we duurder verkocht dan jonagold. Onze fruittelers moeten deze nieuwe trend nog ontdekken. Ook de veilingen moeten trouwens durven investeren in gezonde tussendoortjes, zoniet zal de verwerkende industrie zich ontwikkelen zonder dat de fruittelers inspraak hebben. Zoals tot op heden het geval is in de Vlaamse groentesector.

Door een participatie in de Nederlandse rassenontwikkelaar Inova heeft Veiling Haspengouw ook belangen bij de ontwikkeling van appelrassen zoals junami, rubens en wellant. Gaan die variëteiten in Vlaanderen doorbreken?
De supermarkten verkopen op jaarbasis een tiental variëteiten. Als veiling moeten we die in huis hebben om onze klanten optimaal te bedienen. Dus adviseren we de telers om iets meer te variëren: een kwart jonagold, een kwart kanzi, en dan zijn we nog op zoek naar een derde belangrijke variëteit die er momenteel niet is. Van zodra dat het geval is, kan een fruitteler de rest van zijn areaal aanvullen met nog een nicheappel zoals cox, golden of boskoop. Wellant positioneert zich als een appel voor de thuisverkoop, en daar zitten we in Vlaanderen niet echt op te wachten. Rubens is lekker, maar de oogstperiode van deze appel valt samen met conférence, hetgeen op bedrijven de arbeidsplanning in de war kan sturen. Voor junami is het nog te vroeg om ons aan prognoses te wagen. In elk geval zorgt een boer die varieert voor risico- en arbeidsspreiding, maar toch horen niet alle fruittelers dat verhaal graag. Zeventig procent van het appelareaal van onze telers bestaat vandaag nog altijd uit jonagold.

De prijsvorming van jonagold was uitstekend in 2006.
Ja maar, we hebben die appel nooit afgeschreven, hé. Het betere kwaliteitssegment van jonagold scoort in ons land nog altijd een uitstekende prijs. Als je ook nog kijkt naar de kilo's die over de toonbank gaan, moet je concluderen dat het een goede appel is. Maar we moeten ons wel de vraag durven stellen of het nog zin heeft om minderwaardige jonagold te produceren voor de Russische markt en om de Polen met dat soort appels te beconcurreren in Duitse discounters. Oude jonagold-bomen die voor vette en melige appels zorgen, kunnen beter gerooid worden. Niét om vervolgens

conférence-bomen aan te planten zoals de voorbije jaren steevast het geval was. Om hun inkomen uit peren veilig te stellen, moeten de fruittelers vooral appelrassen aanplanten.

De Europese appelmarkt leek zich vorig jaar hersteld te hebben van een jarenlange structurele crisis. Gaat het om een duurzaam herstel?
De prijs van jonagold heeft zich hersteld omdat de productie in ons land de voorbije vijf jaar werd afgebouwd van 300.000 naar 200.000 ton. In Nederland is de appelproductie het voorbije decennium gehalveerd en ook in Duitsland en Frankrijk verdwijnen bomen. Tien jaar geleden werd de appelproductie in de EU nog geraamd tussen 7,5 en 8,5 miljoen ton, maar dat volume is intussen gezakt naar 6 à 6,5 miljoen ton. De Europese markt heeft zich dus gesaneerd. Door het kleinere aanbod wordt ook de industriemarkt voor de productie van bijvoorbeeld appelmoes weer interessant. Vroeger kregen bedrijven zoals Materne de overschotten bijna gratis in de schoot geworpen. Dat is nu voorbij, ook al omdat een Ierse firma momenteel 20.000 ton appelen op jaarbasis verwerkt in een appelcider die in Engeland tot een echte hype is uitgegroeid. Daardoor wordt voor de andere spelers het overblijvende aanbod nog schaarser.

Voor de appeltelers zijn dat erg positieve signalen.
En toch durf ik niet beweren dat de huidige herstelbeweging duurzaam van aard is. Volgens de World Apple and Pear Association zal de mondiale productie tot 2015 blijven stijgen. En ik verwacht niet dat de producenten in derde landen die meerproductie helemaal zelf gaan opeten (sic), al is het gelukkig wel zo dat de wereldwijde consumptie stijgt. Van essentieel belang is dat onze telers appelrassen aanplanten die bij ons goed scoren in de markt. Dan gaat het in de eerste plaats om kanzi. Het is nooit eerder gebeurd dat op twee plantseizoenen tijd bijna twee miljoen bomen de grond ingaan van eenzelfde variëteit. Dat heeft nog nooit iemand gepresteerd!

Tegelijkertijd staan de Vlaamse telers huiverachtig tegenover het clubsysteem. Hoe rijm je het ene met het andere?
Tien jaar geleden werd het plantadvies aangestuurd door boomkwekers. Omdat jonagold zich hopeloos vast reed, heeft Veiling Haspengouw zijn nek uitgestoken om dat principe om te keren: voortaan zouden we redeneren op basis van consumentenbehoeften en rasprofielen. Vanuit die opstelling ligt een gesloten clubconcept voor de hand, want anders investeert niemand meer in nieuwe rassen.

Terwijl de andere veilingen aan de zijlijn bleven toekijken, hebben wij geïnvesteerd in participaties in veredelingsbedrijven zoals Better3Fruit en Inova, daarna volgde de oprichting van de European Fruit Co-operation. Voor fruittelers die al vele jaren hun appelareaal vol plantten met jonagold en hun perenareaal met conférence, oogde die strategie misschien te vernieuwend. En de adviseurs die bij deze telers over de vloer kwamen, hebben het clubsysteem zeker niet verdedigd. De verkopers van sorteermachines, koelcellen, bomen en sproeimiddelen vreesden dat dit concept hen grotendeels uit de markt zou duwen. De beroepsorganisaties en de overheid durfden ook geen duidelijke stelling innemen, waardoor de fruittelers uiteindelijk met zeer diffuse signalen achterbleven. Gelukkig heeft iedereen stilaan begrepen dat de markt de jongste jaren veel complexer geworden is. Het clubsysteem is niet alleen zaligmakend, maar ik ben heel blij dat we de trein net niet gemist hebben.

Fruittelers die in de club stappen, betalen wel een forse prijs voor hun bomen. Is dat geen belangrijke drempel om te innoveren?
Een boom van pink lady kost 8,5 euro, een kanzi-boom 5,75 euro. Dat is het verschil tussen de aanpak van anonieme kapitaalverschaffers en een coöperatieve afzetorganisatie. In die 5,75 euro zit een royalty van 1,6 euro voor Better3Fruit. Iedereen mag gerust weten wat met dat geld gebeurt: enerzijds worden daarmee schulden uit het verleden afbetaald en anderzijds dient het voor rassenonderzoek. Binnen vijf jaar moeten we de opvolger van kanzi hebben. Heel belangrijk is dat nu ook het onderzoek naar nieuwe perenrassen op volle toeren draait. Sinds vorig jaar is Better3Fruit met 20.000 kruisingen op jaarbasis de grootste kruisingsfabriek ter wereld voor peren. Momenteel onderzoekt het bedrijf of het mogelijk is om ook in het kruisingsonderzoek voor kersen en pruimen te stappen, zodat we variëteiten krijgen die geschikt zijn voor onze regio. Natuurlijk zitten in Better3Fruit ook aandeelhouders die graag een mooi dividend uitgekeerd zien, maar de bedrijfsstrategie is in de eerste plaats gericht op steeds weer nieuwe investeringen in onderzoek.

In het clubsysteem betalen telers ook nog een licentie per kilogram die ze leveren. Waar gaat dat geld naartoe?
Voor greenstar en kanzi gaat het gemiddeld om drie cent per kilogram. Daarvan gaat 2,5 cent naar de club om het promotiebeleid voor de appel in kwestie te financieren. Als het over greenstar gaat, beslist dus bijvoorbeeld ook een partner zoals de Belgische Fruitveiling over de concrete manier waarop de promotie gevoerd wordt. Transparanter kan niet. De resterende halve eurocent wordt door de European Fruit

Co-operation als overkoepelende structuur gebruikt om de kanzi- en greenstarclub gesloten te houden. Daarmee betalen we dus beheerskosten.

Hebben de telers in andere landen het clubsysteem makkelijker aanvaard?
In Nederland hebben alle schakels in de productieketen zich meteen achter het concept geschaard en in Frankrijk heeft men al twaalf jaar ervaring met het clubsysteem van pink lady. Maar in een land zoals Duitsland is het aanvaardingsproces ook niet zo makkelijk geweest. En uiteindelijk mag je het ook allemaal niet overdrijven: in Nederland staan meer kanzi-bomen omdat onze noorderburen de gerooide appelbomen vervangen hebben door nieuwe appelbomen. De grootste concurrent van kanzi is bij ons de conférence-peer.

De conférence is de jongste jaren uitgegroeid tot een onverhoopte successtory, maar sinds eind vorig jaar zit de prijs in het slop. Wat is er mis?
Ruim de helft van de perenexport gaat naar Rusland. Je moet weten dat de fruitdistributie in steden zoals Moskou en Sint-Petersburg in handen is van handelaars uit Azerbeidzjan. Door politieke spanningen tussen Rusland en Azerbeidzjan heeft de Russische overheid beslist om strikte controles te organiseren op de fruitactiviteiten van de Azeri's in Rusland. Dus zijn die handelaars met de noorderzon vertrokken en zijn we een groot deel van onze afzetmarkt tijdelijk kwijt. Dat probleem lost zichzelf wel op, maar intussen zitten we met onverkochte stocks. Het is duidelijk dat we de afzetmarkt voor conférence zo snel mogelijk moeten diversifiëren. Per capita eten de Duitsers nog geen kilo peren. Hier ligt een belangrijke taak weggelegd voor VLAM. Tegelijkertijd moet de hele perensector zich bezinnen over een globaal kwaliteitsbeleid voor conférence. Vandaag krijgt deze peer in de handel prijsverschillen opgeplakt van 17 tot 70 eurocent. Zowel de topkwaliteit als de minderwaardige peren krijgen dezelfde naam, wat niet getuigt van een doordacht marketingbeleid. Door de extreme weersomstandigheden van de voorbije zomer valt het dit jaar nog meer op dan anders. Van appelen kan je nog altijd appelmoes maken wanneer de prijzen kelderen, maar voor peren is dat niet het geval. Redenen genoeg dus opdat beroepsorganisaties, handelaars en veilingen samen zo snel mogelijk een kwaliteitsstrategie uitstippelen voor conférence.

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