

BLAD



Een uitgave van investeringscoöperatie Horticoop

Jaargang 1 - **Editie 1**



De toekomst van onze sector

**Het nieuwe investeringspad
van Horticoop**

Leden over Dragons' Den



HORTICOOP
SAMEN GROEIEN

Inhoudsopgave

Horticoops geschiedenis in een notendop	4
Fiscaal groen licht voor de start	6
De toekomst van onze sector	8
Het nieuwe investeringspad van Horticoop	12
Foto's uit de oude doos	15
Het Horticoop Community Platform is live!	16
De klankbordgroep aan het woord	18
Leden in de spotlight: Roland Meeuwse	20
Van biorationals tot smaaktest	22
Leden aan het woord over de Horticoop-dag	24
Horticoop's Dragons' Den	26
Leden aan het woord over Dragons' Den	28
Horticoop's Dragons' Den in perspectief	30
Leden in de spotlight: Karolien Tesselaar	32
Investeren, innoveren, profiteren	34
Horticoop in gesprek met oud-scheidsrechter en ondernemer Björn Kuipers	36
Leden in de spotlight: Koos de Vries	40
Kennis als drijvende kracht in de glastuinbouw	42
De bedrijven van Horticoop	44

Coverbeeld: Rick en Karolien Tesselaar van Tesselaar Astroemeria

Voorwoord

Er is geen ontkomen aan. De krantenkoppen over crises op het gebied van energie, klimaat en economie volgen elkaar in rap tempo op. De huidige tijd vraagt meer dan ooit om samenwerking, het delen van kennis, en toekomstgericht investeren. In ons geval gaat dat om duurzame investeringen in de tuinbouwsector, waar we vervolgens gezamenlijk de vruchten van plukken, ofwel: het benutten van onze win-wincoöperatie! Ik ben trots dat Horticoop al 120 jaar van toegevoegde waarde in de tuinbouwsector is en ook in deze turbulente tijd een belangrijke rol gaat vervullen voor haar leden. Want, coöperaties hebben deze sector gebracht waar we nu zijn en blijven ook in de toekomst cruciaal, zij het – in ons geval – in een andere verschijningsvorm.

Horticoop heeft het afgelopen jaar grote stappen gezet als kersverse investeringcoöperatie. Ons vernieuwde magazine BLAD geeft een inkijkje in die stappen. Zo leest u over de laatste voorbereiding voor het uitgeven van participaties en de introductie van het Horticoop Community Platform. Ook actuele thema's die de sector raken komen aan bod: Horticoops huisbankier Rabobank geeft inzicht in marktontwikkelingen in de sector en onderzoekers van Wageningen University & Research lichten een tipje van de innovatie-sluier op.

Innovaties vormden ook de rode draad tijdens de Horticoop-dag in november, met als hoogtepunt Horticoop's Dragons' Den. Een enerverend onderdeel waarbij op luchtige wijze inzichtelijk werd hoe de investeringscoöperatie te werk gaat. Innovatie en technische ontwikkeling zijn bepalend voor de toekomst van de tuinbouwsector en daar draagt Horticoop met raad en daad aan bij. Het was dan ook fantastisch om te zien hoe enthousiast Dragons' Den door de aanwezigen werd ontvangen. Voor wie het gemist heeft: blader snel door naar pagina 28!

Horticoop zoekt de verbinding op. Met interessante bedrijven, relevante opleidingsinstituten en, bovenal, met de leden. Dat doen we door mensen met elkaar in contact te brengen en kennis uit te wisselen. Deze editie van BLAD markeert de start van een nieuwe reeks inspirerende verhalen, vol verdieping, achtergrondinformatie en nieuwe inzichten van, voor en door leden.

Ik wens u veel leesplezier!

Steven van Nieuwenhuijzen
CEO Horticoop



Colofon

Coördinatie
La Plume Media

Redactie
La Plume Media
Alex Molendijk, Veerle Focke,
Saskia van de Sanden,
Léonie Sanders, Maxime Leinders,
Aniecke van Litsenburg

Productie
La Plume Media
Carmen Veltman

Vormgeving
La Plume Media
Max Levenbach

Fotografie
Fotostudio Gerard-Jan Vlekke
Sarah Vlekke
Photosynth
Lieke Alblas
Horticoop
David Brand
La Plume Media
Margot de Heide

Drukwerk
RAD, Dordrecht

Horticoops geschiedenis in een notendop

Ruim een eeuw geleden is coöperatie Horticoop opgericht door ondernemers in de tuinbouw, in de vaste overtuiging dat je samen verder komt. Die overtuiging is na al die jaren niet veranderd, de manier waarop de samenwerking wordt vormgegeven wél. Als coöperatie die al meerdere generaties meegaat, weet Horticoop als geen ander dat vooruitgang gepaard gaat met verandering. En verandering was er zeker, de afgelopen 120 jaar! Een korte terugblik op de kleurrijke geschiedenis van de coöperatie.

1904

Na de land- en tuinbouwcrisis aan het einde van de negentiende eeuw zien Lentse kwekers zich gedwongen een coöperatie op te richten, onder de vleugels van de Gelderse Boerenbond. Met een lening van tweehonderd gulden schaffen ze enkele machines, tuinbenodigdheden en mest aan voor gezamenlijk gebruik.

1920

De coöperatie wordt onderdeel van de Aartsdiocesaan Boeren- en Tuindersbond (ABTB) en beschikt inmiddels over een magazijn van waaruit ze kwekersbenodigdheden, meststoffen en bestrijdingsmiddelen aan leden levert. Ook is er een maalderij voor maïs en tarwe.

1940-1945

Ondanks de moeilijke oorlogsjaren blijft de coöperatie overeind.

1950-1960

Een periode van welvaart zorgt voor grote veranderingen in de sector: prijzen voor bloemen en planten verbeteren, dus plaatsen kwekers kassen op hun land ten koste van ruimte voor het vee. Hierdoor loopt de afzet van traditionele coöperatieproducten sterk terug. De coöperatie moet op zoek naar andere manieren om omzet te genereren.

1960-1970

Door gebrek aan mest en graszoden om potgrond te maken, gaan kwekers op zoek naar alternatieven. De coöperatie maakt een begin met de verkoop van stalmest, kleigraszoden en turfmolm, waarmee kwekers zelf hun potgrond kunnen samenstellen. Het blijkt een gat in de markt. Ook start de verkoop van bloemisterijbenodigdheden.

1971

De coöperatie opent een voor die tijd uiterst modern potgrondbedrijf. 'Lentse potgrond' wordt een begrip binnen de boomkwekerij- en de potplantensector. De naam van de coöperatie wijzigt wederom: Coöperatief Tuinbouwcentrum Lent (CTL) is een feit.

1980

CTL – inmiddels een sterk coöperatief bedrijf met een uitgebreide klantenkring in het oosten van het land – viert haar 75-jarig bestaan. De bedrijfsactiviteiten bestaan uit potgrondproductie en toelevering van tuinbouwbenodigdheden.

1984

Onder de naam Cotech wordt er een pijler in de tuinbouwtechniek opgezet.

2005

Coöperatie Maasmond-Westland fuseert met Coöperatie Agrifirm afdeling Tuinbouw. Coöperatie Horticoop is geboren.

2004



CTL bestaat honderd jaar! De coöperatie krijgt het predicaat Koninklijk.

2001

Slingerland Potgrond gaat onderdeel uitmaken van CTL.

1993

Onder de naam Colent wordt er in Lent een vierde pijler geïntroduceerd: tuinbouwbenodigdheden. Om risico's te spreiden, worden alle pijlers ondergebracht in aparte bv's.

1991

In het Westland fuseren C.L.T.V. Maasmond en Coöperatie Westland. Hun marktpositie is al bijna twintig jaar bijzonder stevig. De coöperaties gaan samen verder onder de naam Coöperatie Maasmond-Westland.

2009

CTL en Coöperatie Horticoop fuseren. De naam verandert in Coöperatief Koninklijk Tuinbouwcentrum Horticoop. Horticoop neemt schermmiddelenfabrikant Mardenkro over. In het buitenland wordt met een Amerikaanse partner Hort Americas opgericht.

2012

In Bleiswijk wordt Horticoop Technical Services gerealiseerd.

2015

Mardenkro fuseert met de Franse schermmiddelenfabrikant Sudlac. De bedrijven gaan samen verder onder de nieuwe naam SmartCoat. Begin 2022 verandert deze naam in Lumiforte.

2016

Horticoop neemt de Franse leverancier van tuinbouwbenodigdheden Holimco over.

2018

Horticoop doet afstand van de groothandelsactiviteiten in meststoffen en gewasbescherming, en heroverweegt haar positie in de markt als gevolg van deze verkoop.

2020

Horticoop wordt volledig eigenaar van SmartCoat.

Op naar de volgende 120 jaar!

Als de naamswijzigingen en uitbreidingen door de jaren heen fets aantonen, dan is het dat Horticoop meebeweegt met de behoeften van haar leden. Zat het voordeel van de coöperatie eerst in het gezamenlijk inkopen van producten waardoor leden profiteerden van scherpe inkoopvoordelen, naarmate de tijd verstreek werd dat minder prominent. De behoefte aan kennisdeling en innovaties nam daarentegen sterk toe. De in 2021 ingezette koers omarmt die behoefte, en maakt Horticoop een platform voor investering, innovatie en ontwikkeling, met één duidelijk doel: samen werken aan een gezonde toekomst voor de tuinbouw. Daarmee is Horticoop klaar voor de volgende 120 jaar als coöperatie van, voor en door de tuinbouwsector!

2021

Horticoop wijzigt haar koers. De transitie van inkoopcoöperatie naar investeringcoöperatie is een feit. Horticoop gaat actief investeren in bedrijven die een bijdrage leveren aan de tuinbouwsector en leden plukken daar de vruchten van.

Fiscaal groen licht voor de start

Een update over de uitgifte van participaties

Ruim een jaar geleden werd de nieuwe koers van Horticoop als investeringcoöperatie ingezet. Een belangrijk onderdeel van de transitie is het op naam zetten van Horticoops vermogen door het uitgeven van participaties. CEO Steven van Nieuwenhuijzen en CFO Hend van Ravestein van Horticoop geven een update over de uitgifte van participaties aan de leden.

Leden ontvangen participaties. Laten we beginnen met een korte samenvatting; hoe zat dat ook alweer?

Steven: “Het vermogen van Horticoop wordt verdeeld onder de leden, in de vorm van participaties. Je kunt een participatie dus eigenlijk zien als een soort aandeel. Het vertegenwoordigt dan ook een vermogen. De Horticoop-leden krijgen deze participaties toebedeeld op basis van hun betrokkenheid in de periode 2016-2018, waarbij de omzet van de leden bij Horticoop-bedrijven de verdeelsleutel is. Ieder lid krijgt dus op basis van hoeveel zij of hij in het verleden bij Horticoop-bedrijven heeft uitgegeven, een bepaald aantal participaties. Dat is onze basis. Deze participaties vertegenwoordigen niet alleen een bepaalde waarde, maar geven ook recht op dividend – mits besloten is dividend uit te keren – en op stemrecht. Hoe meer participaties iemand heeft, hoe meer stemrecht diegene ontvangt, zoals bij de verkiezing van de ledenraad.

Het eerste jaar van Horticoops nieuwe organisatiestructuur zit er bijna op. Toch heeft het lang geduurd voordat de participaties uiteindelijk op naam werden gezet. Waardoor komt dat?

Steven: “We hebben inderdaad ons voorstel al eind 2021 voorgelegd aan de Belastingdienst. Daarop ontvingen we in het voorjaar van 2022 aanvullende vragen, die vlot door onze fiscaal

adviseur zijn beantwoord. Daarna hebben we helaas wat lang moeten wachten op reactie. Inmiddels is een deel van het verlossende antwoord gelukkig binnen; we weten dat de participaties onbelast op naam kunnen worden gezet en dat we daarmee kunnen gaan starten. Goed nieuws voor ons en onze leden dus! Op het vervolgtraject hebben we nog geen definitieve reactie ontvangen. Dus we wachten nog in spanning af.”

Waarom is het belangrijk om op het verlossende woord van de Belastingdienst te wachten?

Hend: “Simpel gezegd: je ontvangt iets, dus als dat een waarde heeft zou het fiscaal belastbaar kunnen zijn voor de Belastingdienst. Ons standpunt is daarin anders. Omdat we een coöperatie zijn, waren onze leden al eigenaar van hun deel van de coöperatie. Daaraan verandert niets. Het enige wat verandert is dat we de participaties op naam stellen en daarmee de onderlinge verdeling toewijzen. Er is geen nieuwe of verhoogde waarde, er wordt (nog) niets verkocht of verhandeld. Pas op het moment dat iemand zijn participaties verkoopt en daarvoor daadwerkelijk opbrengst ontvangt, kan het afrekenen met de fiscus van toepassing zijn. Inmiddels weten we dus dat de Belastingdienst het met ons eens is voor wat betreft het op naam stellen van het huidige vermogen door middel van de participaties. Die zijn onbelast.”

Wat is de volgende stap?

Steven: “We liggen op koers wat de transitie betreft, en alle andere voorbereidingen zijn gedaan. De dossiers liggen klaar, de processen zijn onder voorbehoud geaccordeerd door de ledenraad. De eerstvolgende stap is dus het uitgeven van de participaties.”

Hend vult aan: “De leden worden aangeschreven over de toekenning van hun participaties. Ze worden dan gevraagd in te stemmen met de voorwaarden, waarna de participaties definitief worden uitgegeven. De vervolgstap is ook een akkoord met de Belastingdienst te bereiken over de jaarlijkse extra uitgifte van participaties.”

Goed op weg dus! Hoe zien jullie de toekomst?

Hend: “Hoewel het lastige tijden zijn waar we als maatschappij en sector mee te maken hebben, zie ik de toekomst positief in. Horticoop is

een coöperatie met een stevig, solide financieel fundament. Ondanks de roerige tijden groeit de groep van Horticoop-bedrijven ook dit jaar in omzet en behalen we een positief resultaat, waardoor het totale vermogen en daarmee de waarde van de participaties groeit. Daarnaast breidt Horticoop – mede op basis van de input van leden – het portfolio uit met interessante partijen die de tuinbouwsector verder helpen duurzaam te groeien. Ook dat maakt dat het vermogen van de coöperatie, en dus de waarde van de participaties, toeneemt.”

Steven: “Ik kan niet anders dan me hier volledig bij aansluiten. Ook ik zie de toekomst met vertrouwen tegemoet!”



De toekomst van onze sector

In gesprek met **Rabobank** over ontwikkelingen in de markt



Rabobank is al meer dan 100 jaar de vertrouwde huisbankier van Horticoop. Ook in Horticoops transitie naar een investeringscoöperatie bleek de bank van grote waarde met haar kennis van en investeringen in de food- en agrisector. Reden voor Horticoops CFO Hend van Ravestein om in gesprek te gaan met Lambert van Horen, sectorspecialist bij RaboResearch Food & Agri, over de ontwikkelingen in de markt.

Hend: “Lambert, de food- en agrisector bevindt zich momenteel in moeilijke tijden, onder andere door de energiecrisis. Een energietransitie is noodzakelijk. Wat adviseert Rabobank ondernemers in onze branche?”

Lambert: “De hoge gasprijzen en de gedwongen energietransitie kunnen voor bedrijven zowel een vloek als een zegen zijn. Het dwingt ondernemers in ieder geval om na te denken over de toekomstbestendigheid van hun businessmodel en, waar nodig, stappen te zetten. Het is als bedrijf natuurlijk altijd verstandig om niet al je eieren in één mandje te hebben liggen. In dit geval adviseren we dan ook om waar mogelijk voor meerdere energiebronnen te kiezen. Het maakt het werkveld wellicht wat complexer, maar je bent wel toekomstvaster. Daarnaast adviseren we om veranderingen te omarmen en juist nu dat gesprek met die interessante start- of scale-up aan te gaan waar je in de toekomst wellicht baat bij hebt. Daar denken wij als Rabobank volgens mij hetzelfde over als Horticoop.”

Hend: “Ik denk dat de energietransitie, de wetgeving en alles wat daarmee samenhangt ons ervan doordringen dat we sowieso niet terug kunnen naar de oude situatie. Niet alleen met het oog op de stijgende prijzen, maar ook omdat er vanuit de publieke opinie steeds meer druk komt op het terugdringen van energieverbruik. In de praktijk blijkt het op vele plaatsen al mogelijk behoorlijk energie te kunnen besparen, met slechts beperkte consequenties voor de teelt.

Lambert: “Het oude model komt nooit meer terug. Aardgas moet er, op termijn, sowieso grotendeels uit. Dat heeft de sector zelf ook gezegd; klimaatneutraal in 2040. Alleen kan aardgas, als het mogelijk weer iets betaalbaar is, ons tijdelijk wel helpen in de transitie naar een ander systeem. De rentabiliteit moet immers in de overgangperiode wel overeind blijven. Door het tijdelijk nog deels gebruiken van aardgas krijgen we de ruimte om andere energiebronnen uit te rollen in Nederland.”

Hend: “Wat doet de energiecrisis momenteel met het financiële plaatje van de totale sector?”

Lambert: “De crisis heeft op de diverse teelten een heel verschillende invloed. Zo heeft de sierteelt het momenteel een stuk moeilijker dan de groenteteelt. Dat komt deels doordat in de groenteteelt vaker met een warmtekrachtkoppeling elektriciteit kan worden teruggeleverd. Voor elektriciteit krijg je momenteel een hoge prijs. Zo compenseren deze telers de hogere gasprijs met de gunstige elektriciteitsprijs. Dat is in de sierteelt minder. Daar zijn meer bedrijven die alleen een ketel hebben en dus geen elektriciteit opwekken en kunnen verkopen. Maar, eigenlijk moet je beginnen aan de opbrengstenkant; de consument. Als we naar voedselprijzen kijken, zien we dat de prijzen inelastisch zijn; de markt reageert nauwelijks op een prijsverandering. Als er minder aanbod van voedsel is, wordt de voedselprijs snel hoger, maar blijven mensen het voedsel wél kopen. Bij bloemen en planten is dat anders. Dat zijn geen primaire levensbehoeften, en dus komt de vraag wat eerder onder druk te staan als de prijzen stijgen. Gelukkig zien we dat het consumentengedrag – zeker voor planten – de laatste vijftien jaar robuuster is geworden. Het is, met name in een aantal Noordwest-Europese landen, steeds logischer geworden om groen in huis te hebben. Daarnaast is het ook goed om ons te blijven realiseren dat de sierteelt van een enorme plus komt. In coronatijd kreeg de planten- en bloemenverkoop, na de allereerste klap, een enorme opleving. Iedereen ging thuis werken en maakte het daar gezellig. We stuurden elkaar massaal bloemen om elkaar sterkte te wensen, en daar waar een bezoekje niet mogelijk was, verrasten we elkaar met bloemen >

en planten aan de deur. 2021 was daardoor een topjaar. Dat de sierteelt nu even op 'standje normaal' staat, mede door de energietransitie en de oorlog, is dan ook niet heel vreemd."

Hend: "Wat betekenen de huidige ontwikkelingen voor de financieringsaanvragen die bij jullie binnenkomen?"

Lambert: "We merken dat het aantal financieringsaanvragen afneemt en het soort aanvragen verandert. Telers koesteren hun liquiditeit. De financieringsaanvragen die wij momenteel ontvangen zijn vaak voor investeringen voor optimalisatie van het bedrijf. Zo zien we bijvoorbeeld veel aanvragen voor energiebesparende maatregelen, zoals de omschakeling van HPS of SON-T-licht naar led, voor een extra scherm en voor zonnepanelen. Daarnaast zien we veel Food & Agri-ondernemers met prille ideeën die op zoek zijn naar investeerders. Zij hebben interessante plannen om de tuinbouw toekomstbestendig te maken. Denk aan robotica, intern transport en innovaties op het gebied van arbeid die binnen vijf jaar in de kas te vinden zouden moeten zijn."

Hend: "Robotisering zal inderdaad steeds belangrijker worden. Het was al een trend vóór de energiecrisis, maar door het arbeidstekort en de hoge arbeidskosten draait een belangrijk deel van de ontwikkeling in robotica momenteel om arbeidsvervanging en -optimalisatie. Hoe kijken jullie bij Rabobank naar de toekomst van de sector en de ontwikkeling van het totale areaal?"

Lambert: "Het scenario waar wij vanuit gaan, is dat de producties op lange termijn in stand blijven, maar op iets minder vierkante meters. Bij een aantal gewassen stijgt de productie per vierkante meter nog steeds, waardoor je dus minder grond nodig hebt voor dezelfde hoeveelheid producten. Als je bij komkommers van 210 stuks onbelicht naar 300 stuks belicht gaat, heb je minder kasoppervlakte nodig. Die belichting staat natuurlijk op dit moment wel onder druk, zéker deze winter. Hoe zie jij dit, Hend?"

Hend: "Ik denk inderdaad dat het areaal van de sier- en groenteteelt iets zal krimpen. Voor een deel zal dat verschuiven naar andere teelten.

Daarnaast zie je inderdaad dat de opbrengst per vierkante meter in de afgelopen jaren is gestegen. Wel gaan de kosten deze winter een grote rol spelen in de totale hoeveelheid producten. Volgens mij is in de belichte teelt zo'n tachtig procent die normaal 's winters belicht teelt, nu uit productie. We zien op dit moment heftige bewegingen bij de orchideeënkwekers. Ik denk dat zo'n 25 procent van die kwekers heeft aangekondigd te stoppen of inmiddels gestopt is. Aan de andere kant zie je dat de groentesector in Europa en Noord-Amerika nog steeds groeit. De consument kiest voor een meer plantaardig dieet. Dat stimuleert de vraag naar groenten en fruit."

Lambert: "We hebben het tot nu toe vooral over Nederland gehad, maar de geopolitiek speelt ook een steeds grotere rol, met name bij de toeleveranciers, zoals de kassenbouwers en ledverlichtingproducenten. Veel landen willen sinds corona, en nu gestimuleerd door de oorlog, meer zelfvoorzienend zijn. Het Midden-Oosten wil bijvoorbeeld niet meer zo van groente uit de EU afhankelijk zijn, en ook de Verenigde Staten en Canada zien zelfvoorzienendheid inmiddels als 'holy grail'. Om de productie uit Mexico te vervangen, hebben ze onder meer eigen kassen nodig, waar ze internationale, gerenommeerde bedrijven voor inschakelen. Veel kassenbouwers hebben

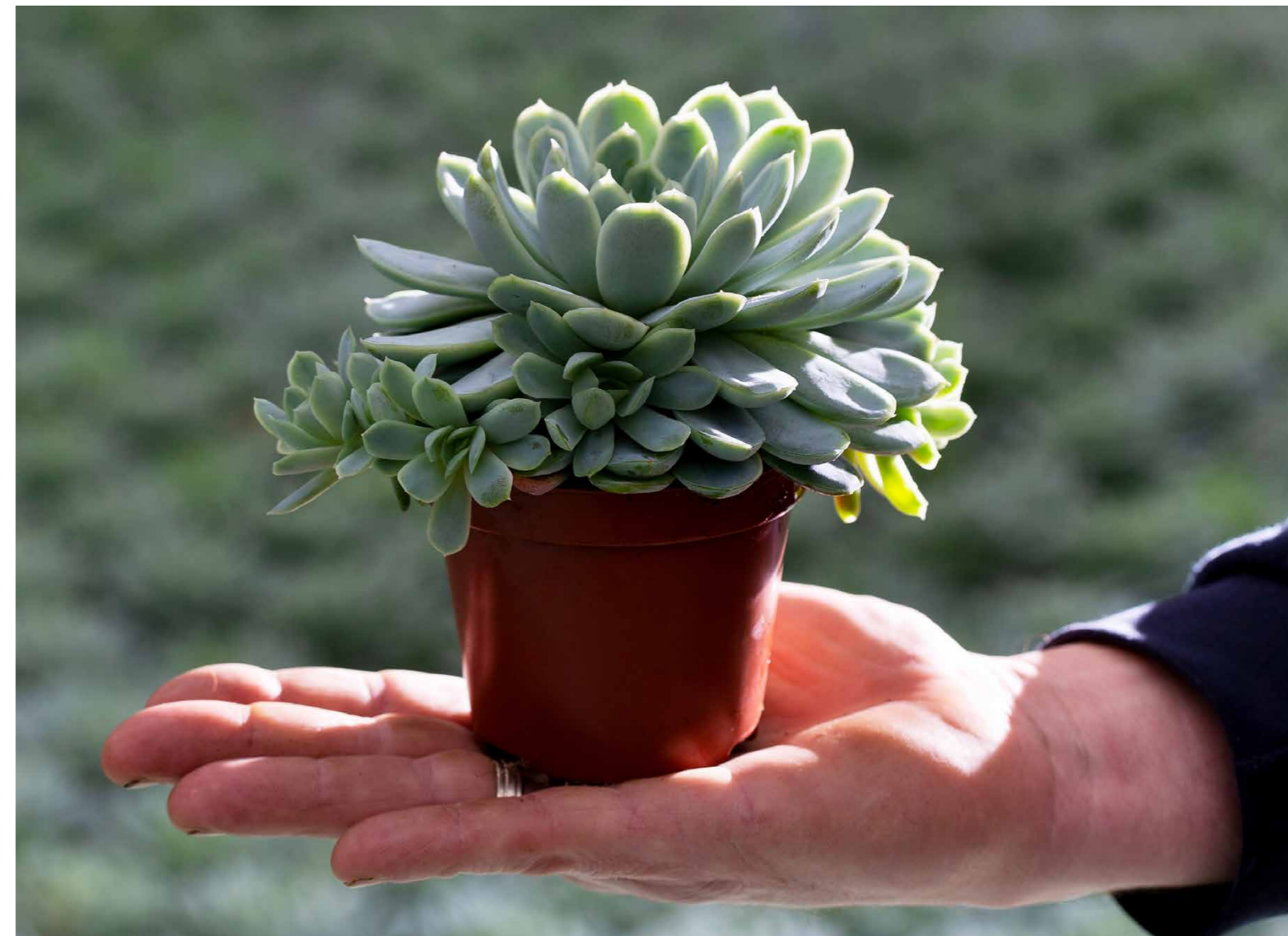
"Aardgas kan ons, als het over een paar jaar weer iets betaalbaarder is, tijdelijk helpen in de transitie naar een ander systeem. De rentabiliteit moet immers in de overgangperiode wel gehandhaafd blijven."



tegenwoordig daarom hun focus op die regio's. Vooral Canada en de Verenigde Staten lijken, in ieder geval voor de tuinbouwtoelevering, een soort vechtmart te worden. Er gaat geen dag voorbij of Rabobank krijgt een financieringsaanvraag van een Nederlandse toeleverancier die die markt op wil. De dollarkoers is gunstig voor de Nederlandse bedrijven, maar er is dus een flinke concurrentie in de toeleveranciersbranche. We zien dat hierdoor de brutomarges onder druk komen te staan."

Hend: "En hoe kijken de landen in Europa tegen zelfvoorzienendheid en lokale productie aan? In Nederland wordt soms gemopperd dat we zo veel produceren voor de export, maar op wereldschaal is het hier natuurlijk zo goed als 'local for local'. Als wij in het Westland produceren voor Brussel of voor Keulen, is dat op de schaal van bijvoorbeeld de Verenigde Staten of India lokale productie."

Lambert: "Je moet 'eigen productie' inderdaad niet te klein zien. Sommigen vinden eigen productie slechts alles in een straal van 10 kilometer, maar zelf zie ik de hele EU als één regio. Daarom zie ik het merendeel van onze 'export' als lokale markt. Mijn standaarduitdrukking is: het Nederlandse eindproduct gaat niet verder dan één tachograafschijf, het aantal uren dat een chauffeur zonder nachtrust mag rijden. Dat betekent dat hij tot Berlijn komt, tot Parijs, tot Frankfurt, tot Manchester, tot Kopenhagen. Van de Nederlandse tomaat blijft bijvoorbeeld 95 procent binnen ongeveer 800 kilometer van Utrecht. Mensen denken soms dat wij tomaten naar Zuid-Afrika of de Verenigde Staten brengen. Dat doen we echt niet. Hier is helaas veel onwetendheid over. Wel brengen we er hoogwaardig tomatenzaad naar toe. We zijn wat betreft lokaal produceren en CO2-uitstoot beperken echt al heel goed bezig!" ■



Het nieuwe investeringspad van Horticoop

Maak kennis met **Wilco Schoonderbeek**,
Director Investments



Sinds 1 juli jl. is Wilco Schoonderbeek (50) Director Investments bij Horticoop. In deze voor Horticoop gloednieuwe functie is hij verantwoordelijk voor het investeringsproces van Horticoop en vormt hij samen met Steven van Nieuwenhuijzen (CEO) en Hend van Ravenstein (CFO) het directieteam van Horticoop. Wie is hij en wat zijn zijn plannen met de investeringscoöperatie?

Wilco, kun je iets over je achtergrond vertellen?

“Zeker! Na een technische opleiding te hebben gevolgd, begon ik mijn loopbaan bij Heineken om vervolgens bij adviesbureaus als Andersen, PwC en KPMG en verschillende investeringsfondsen ervaring op te doen als investeerder. Sinds 2010 ben ik actief in het agrifooddomein en heb ik tientallen investeringen mogen doen en honderden businesscases mogen beoordelen. Ook ben ik betrokken geweest bij de opzet van meerdere private en publieke investeringsfondsen. Ik heb dus ervaring met zowel investeringen als met de agrifood-business, wat goed aansluit bij de nieuwe strategie van Horticoop.”

Wat trekt je aan in Horticoop?

“Ik zie voor Horticoop een prachtige kans in de nieuwe rol van investeringscoöperatie. We kunnen de sector ondersteunen bij het aangaan van een aantal grote uitdagingen en bijdragen aan een gezond toekomstperspectief. Ambitie, durf, samenwerking en innovatie – en natuurlijk de daarbij passende investeringen – zijn hierin cruciaal. Met mijn investeringservaring draag ik hier graag een steentje aan bij.”

Horticoop gaat zowel investeren in gevestigde bedrijven als in scale-ups. Kun jij toelichten waarom deze keus is gemaakt?

“Door te spreiden zorgen we zowel voor het verzilveren van concrete investeringskansen als het waarborgen van de continuïteit op de lange termijn. Dit doen we door enerzijds een beperkt aantal minder risicovolle investeringen in gevestigde bedrijven te doen. Anderzijds investeren we kleinere, maar risicovollere bedragen in scale-ups. We zorgen dat deze twee investeringsstrategieën met elkaar in balans zijn. Investeren in gevestigde bedrijven dragen direct bij aan een positieve cashflow. Bij scale-ups ligt dat anders; deze zijn gericht op een toekomstig verdienvermogen en zijn noodzakelijk om de sector duurzamer en innovatiever te maken. Een portefeuille met een combinatie van gevestigde bedrijven en scale-ups kan ook op groeivlak meerwaarde bieden. Zo hebben scale-ups er vaak baat bij als ze het netwerk, de facilitiei-

ten en het distributiekanaal van gevestigde bedrijven kunnen gebruiken om nieuwe innovaties versneld naar de markt te krijgen. Bij Horticoop doen we er alles aan om deze samenwerking tussen de leden onderling en tussen de leden en onze bedrijven zo gemakkelijk mogelijk te maken.”

We hebben momenteel te maken met moeilijke omstandigheden: oorlog in Oekraïne, hoge energieprijzen, inflatie en stijgende rentes. Wat betekent deze economische tegenwind voor de positie van Horticoop als investeerder?

“De omstandigheden hebben natuurlijk impact op de bestaande Horticoop-bedrijven en op bedrijven waarin we zouden willen investeren. Die impact is voor iedere organisatie anders, maar in algemene zin is het belangrijk het onderscheid tussen start-ups enerzijds en scale-ups en gevestigde bedrijven anderzijds te begrijpen. De termen start-up en scale-up worden vaak onterecht op één hoop gegooid. Allereerst moeten we beseffen dat het heel gebruikelijk is dat een start-up eerst verlies draait. Het bedrijf moet nog bewijzen dat zijn product geschikt is voor de markt. Er is geen commerciële omzet en om zich volledig te kunnen focussen op de ontwikkeling van zijn product of dienst is het volledig afhankelijk van eigen geld en inbreng van investeerders. Met een financieringsronde haalt een start-up vaak genoeg geld op om dat ongeveer een jaar te kunnen doen. Start-ups hebben dus, economische tegenwind of niet, in ieder geval voor een bepaalde periode de zekerheid van voldoende financiering. Bij scale-ups en gevestigde bedrijven ligt dat anders. In tegenstelling tot start-ups hebben zij hun product al op de markt gevalideerd. Een investering wordt in deze organisaties gebruikt om meer klanten en omzet te genereren en daarmee op te schalen. In deze fase is de onderneming deels afhankelijk van omzet. Bij een acute vraaguitval komen scale-ups en gevestigde bedrijven dus eerder in de problemen. Gezien de inflatie en stijgende rentes denk ik dat de periode van goedkoop geld voorlopig achter ons ligt. Dit is vervelend voor de partijen die daarvan sterk afhankelijk zijn, maar biedt kansen voor investeerders en >

met name voor partijen als Horticoop die een hoge toegevoegde waarde meebrengen in de vorm van kennis en netwerk. Overigens zijn tijden van economische tegenwind historisch gezien juist een goed moment gebleken om te investeren.”

Waar kijk je als investeerder naar om te bepalen of je in een bedrijf gaat investeren?

“Dat is een veelheid van aspecten. Wat wil de onderneming bereiken? Op welke termijn? Is dat realistisch? Is de businesscase volledig uitgewerkt? In welke fase is de technologische ontwikkeling? Wat is de groeipotentie? Kan ik als investeerder helpen om een nieuwe groeispurt te realiseren? Wat is het risico en welk rendement mag je daar redelijkerwijs voor terugverwachten? Horticoop richt zich hoofdzakelijk op investeringen die een cruciale rol (kunnen) spelen in een gezonde toekomst van de sector. Daarvoor is het noodzakelijk dat kansrijke bedrijven en innovaties de kans krijgen, ook al is dat via een risicovol groeipad. Anders loopt de sector het risico dat potentieel kansrijke oplossingen voor de grote uitdagingen, zoals de energietransitie of de krapte op de arbeidsmarkt, later of wellicht zelfs helemaal niet van de grond komen.”

Geen toekomst zonder duurzaamheid. Is het niet zo dat elk bedrijf inmiddels wel een ‘groen’ verhaaltje heeft te vertellen?

“Natuurlijk houdt vrijwel elk bedrijf dat op zoek is naar kapitaal, daar rekening mee. Maar wij nemen geen genoegen met een mooi marketingverhaal. Een onderneming moet helder kunnen overbrengen aan welke oplossing voor welke uitdaging in de sector hij bijdraagt en wat de meerwaarde van de beoogde investering daarin is. Daarbij kijken we verder dan alleen de voorliggende financieringsronde. We staan als Horticoop naast de onderneming en willen meer doen dan alleen geld beschikbaar stellen. Denk bijvoorbeeld aan het mogelijk maken van een veldtest bij een van onze leden, een afnamegarantie bij een marktintroductie of het gebruik van het distributiekanaal van onze bestaande deelnemingen.”

Kunnen ondernemers die hun bedrijf ‘impact investor ready’ willen maken jou bellen, Wilco?

“Zeker. Als Horticoop gaan we voor een gezonde toekomst voor de sector. Het is in ons belang dat innovatieve ondernemers met groeiambities die hieraan kunnen bijdragen tijdig toegang hebben tot de juiste resources. Financiering is een van die resources die wij als Horticoop kunnen inzetten, maar we kunnen ook onze kennis, kunde en het netwerk dat we sinds 1904 hebben opgebouwd, inzetten. Dus iedereen die dit leest en zich aangesproken voelt: neem gerust contact op!” ■

“Ik ben Wilco Schoonderbeek en ik woon samen met mijn vrouw Pascale, dochter Bodil (15) en zonen Davin (13) en Orsen (11) met veel plezier in het bosrijke Ede. In mijn vrije tijd tennis ik graag en schrijf ik boeken. Ik heb zowel een vakinhoudelijk boek geschreven over fusies en overnames als een speculatieve roman.”



w.schoonderbeek@horticoop.nl
+31 6 51484171

Foto's uit de oude doos...

1925

Even genieten van een welverdiende pauze in de kassen van coöperatielid Van Elferen.

1925

De Lentse kwekers hebben de wagen volgeladen, klaar om naar de veiling te gaan.

1940

Thé Kersten, lid van de coöperatie, zit tussen zijn geraniums.

1946

Een luchtfoto geschoten van de boerderij met kassen van G.J. Meters. Deze boerderij bevond zich aan de Vossenpelssestraat in Lent.

Het Horticoop Community Platform is live!

In gesprek met **David Brand**, Manager Communicatie & Community

Op 2 november was het zover: het Horticoop Community Platform ging live! Het besloten platform voor leden van Horticoop sluit goed aan op de nieuwe strategie van Horticoop en zorgt ervoor dat de leden van Horticoop én Horticoop nog beter kennis uit kunnen wisselen. David Brand, Manager Communicatie & Community van Horticoop, vertelt over het platform en de weg naar de lancering.



David steekt van wal: "Een klein jaar geleden traptten we de nieuwe strategie van Horticoop af. Onder die strategie vallen drie pijlers: investeren, actief aandeelhouderschap van de Horticoop-bedrijven en de pijler 'community', die noodzakelijk is voor het slagen van de eerste twee pijlers. We onderscheiden ons namelijk van traditionele investeringsbedrijven doordat wij een achterban van 400 leden hebben, die samen een afspiegeling van de Nederlandse tuinbouwsector vormen en met wie we gezamenlijk investeren in de sector.

Het is daarom zowel voor ons als voor de leden van groot belang om samen de investeringsstrategie vorm te geven."

Makkelijk kennis delen

Bij het gezamenlijk bepalen van de investeringsrichtingen komt de community om de hoek kijken. David: "Een community is een groep mensen die dezelfde karakteristieken deelt. Bij Horticoop is dat het feit dat we ons allemaal sterk maken voor een gezonde toekomst van de tuinbouw. Onze community geven we zowel offline als online vorm. Offline in de vorm van persoonlijke ontmoetingen op bijeenkomsten en ledendagen. Voor het online gedeelte is het Horticoop Community Platform ontwikkeld, een besloten platform dat te bereiken is via onze nieuwe website." De Horticoop-community bestaat uit drie groepen: de leden, de bedrijven van Horticoop en Team Bleijswijk, oftewel de mensen die de coöperatie aansturen. Het belangrijkste doel van de community is de onderlinge samenwerking stimuleren en kennis delen. David: "Samenwerken is natuurlijk een containerbegrip. Wat we belangrijk vinden, is elkaar kunnen vinden. We willen dat onze leden weten welke bedrijven Horticoop in het portfolio heeft en omgekeerd zorgen dat onze bedrijven toegang hebben tot onze leden. Via het platform kunnen leden onderling rechtstreeks, of in

groepen, contact leggen." Dat laatste draagt bij aan een van de belangrijkste speerpunten van Horticoop: kennisdeling. "De Horticoop-bedrijven hebben stuk voor stuk vakinhoudelijke kennis op een bepaald deelgebied binnen onze sector", legt David uit. "We willen die kennis graag ontsluiten voor onze leden. Maar het geldt omgekeerd natuurlijk ook: de kennis die de leden opdoen in hun bedrijf kunnen ze eenvoudig delen in de community. Als ze bijvoorbeeld een oplossing hebben gevonden voor moeilijke wortelontwikkeling bij een bepaalde plant of slimme tips over energiebesparing, is het fijn als andere telers daarvan op de hoogte worden gebracht." Op het platform is overigens ook praktische informatie te vinden, zoals bedrijfsgegevens van de leden en het aantal participaties dat de leden hebben. Ook kunnen leden er stemmen op bijvoorbeeld nieuwe ledenraads-leden en zich opgeven voor kennissessies.

Bouwen bouwen bouwen

Het platform is niet in een avondje op een zolderkamer in elkaar geknutseld, integendeel, er heeft maanden werk ingezet van vele betrokkenen. David: "We hebben het platform gemaakt in directe samenspraak met de drie groepen die nu op het platform actief zijn. In de voorbereidingen hadden we een strategiegroep, een klankbordgroep en een werkgroep. De strategiegroep – bestaande uit enkele Horticoop-leden, afgevaardigden van de Horticoop-bedrijven en collega's van Horticoop – gaf aan wat de wensen met betrekking tot het platform waren. De werkgroep ging hier vervolgens actief mee aan de slag en begeleidde de ontwikkeling van het platform. Tussentijds keek de klankbordgroep naar de opleveringen en gaf hierop feedback. Gebruiksvriendelijkheid was daarbij een van de belangrijkste punten. David licht toe: "Een belangrijk deel van onze doelgroep bestaat uit kwekers, die voornamelijk in de kas te vinden zijn. Die kunnen niet hele dagen achter hun computer zitten. Zij moeten de updates op het platform dus makkelijk op hun telefoon kunnen bijhouden. Daar is dan ook volop rekening mee gehouden."

Naast de gebruiksvriendelijkheid, was er ook veel tijd en aandacht voor de functionaliteiten van het platform. David: "Veel functionaliteiten zijn gebouwd om kennisuitwisseling zo snel en makkelijk mogelijk te maken. Je kunt op het platform bijvoorbeeld heel makkelijk een poll plaatsen of een enquête uitzetten. Daarmee kunnen we bij

leden uitvragen hoe ze denken over, of omgaan met, bepaalde zaken. Deze input kan Horticoop vervolgens weer inzetten bij toekomstige investeringen."

Afgestemd op interesses

Kennisuitwisseling. Daar gaat het om. Maar niet iedereen is in elk onderwerp geïnteresseerd. Daarom kent het Horticoop Community Platform negen thema's: Arbeid, Belichting, Coatings, Duurzaamheid, Energie, Klimaat, Substraat, Techniek en Teelt. Leden kunnen per thema vragen stellen, ervaringen delen, antwoord geven op vragen van andere leden en interessante documenten uploaden, zoals whitepapers en onderzoeken. Uiteraard hebben de Horticoop-bedrijven hier ook toegang toe, zodat zij hun kennis en kunde kunnen delen, of leden kunnen vragen een bepaald product te testen. David: "Alle gebruikers kunnen in hun account aangeven welke expertise ze hebben en over welke thema's ze meer willen weten. Hier kunnen ze pushmeldingen voor aanzetten. Stel, je denkt erover om over te stappen op een nieuw klimaatsysteem. Dan kijk je in het thema Techniek en vraag je de leden om advies. Ook Horticoop Technical Services komt in dit thema, dus ook zij zullen hun kennis en ervaringen delen. Op het moment dat je antwoord krijgt op jouw vraag, ontvang je een melding. Uiteindelijk bouwen we op het platform dus gezamenlijk een vraagbaak én een kennisbank op rond verschillende thema's."

Succesvolle lancering

Op de Horticoop-dag op 2 november kregen alle aanwezige leden toegang tot het Horticoop Community Platform. David vertelt opgewekt: "Het was ontzettend leuk om te zien dat we met zo'n honderd man tegelijk het platform in gebruik namen. En meteen actief ook! We hebben het gebruikt om te stemmen op nieuwe ledenraadsleden en op de deelnemers van Horticoop's Dragons' Den, maar ook om foto's en comments te plaatsen. Het was mooi om te zien dat het deed wat we hadden beoogd." In januari krijgen ook de andere leden van Horticoop toegang tot het platform. David kijkt ernaar uit: "We hopen dat mensen elkaar via het platform weten te vinden en actief informatie gaan uitwisselen, vragen stellen en antwoord geven op elkaars vragen. Als dat gebeurt, is het platform voor mij een succes!"



Het Horticoop Community Platform is te bezoeken via www.horticoop.nl, door rechts-boven in te loggen.

De klankbordgroep aan het woord

De ontwikkeling van het nieuwe Horticoop Community Platform is natuurlijk niet zonder input van de leden tot stand gekomen. Aan het begin van het proces is een klankbordgroep samengesteld met zeven Horticoop-leden. Deze groep beoordeelde periodiek de voortgang en gaf aanwijzingen over hoe het platform het beste ingericht kon worden. Vier leden van de klankbordgroep vertellen hoe zij het proces hebben ervaren, waar zij het meest trots op zijn en waarom zij het platform belangrijk vinden.



Guido Janssen

“Op het platform kan iedereen van elkaar leren”



Pim Rikken

“Ook voor mensen die digitaal minder goed onderlegd zijn, is het platform goed te gebruiken”



René Vissers

“Het is nu aan de leden om het platform een succes te maken”



Harry Wubben

“Als ik ermee uit de voeten kan, kan iedereen dat!”

Guido Janssen
CEO Lumiforte

“Zeker in deze tijd is het fantastisch als je elkaar kunt helpen. Het nieuwe platform brengt de verschillende Horticoop-partijen bij elkaar: de interne organisatie (‘Team Bleiswijk’), de leden én Horticoops bedrijven. Het is een community door en voor de leden. Dat vind ik geweldig! Alles staat op één plek. Het platform leunt op drie pijlers: elkaar helpen, kennisdeling en elkaar kunnen vinden. Horticoop wil de connectie tussen de verschillende partijen en tussen hen onderling beter maken en zorgen dat ze op een makkelijke manier intensiever met elkaar kunnen samenwerken. Zo kan iedereen van elkaar leren en elkaar informeren. In kennisdeling zit enorm veel winst en kracht. Het platform biedt volgens mij dan ook een prachtige kans om samen iets te ontwikkelen of producten of ondernemingen op een andere manier te positioneren. Bovendien krijgen we een beter beeld van wat er speelt in de branche. Maar, hiervoor is het natuurlijk van cruciaal belang dat de leden het platform ook echt gaan gebruiken. Dat is de spannendste uitdaging; honderden leden, hoe betrek je die bij deze community? De content is daarbij belangrijk: alles wat geplaatst wordt, moet relevant zijn en toegespitst op de branche. Telers willen bijvoorbeeld weten: wat gaat dit landelijke nieuws voor mijn bedrijf betekenen? Dat bundelen en concreet maken voor de tuinbouw is de kracht van een platform. We moeten er daarom voor waken dat er praatboekjes ontstaan en het een grote vergaarbak wordt van irrelevante content. Het doel is elkaar naar een volgend niveau te tillen en met actieve deelname van iedereen op het platform gaat dat zeker lukken!”

Pim Rikken
Directeur Rikken Hedera Kwekerij

“Zelf ben ik altijd wat sceptisch over het gebruik van platforms. Mijn verwachtingen waren dus niet zo hoog toen ik ‘ja’ zei tegen deelname aan de klankbordgroep. Ik haakte aan omdat ik het belangrijk vind dat de verbinding tussen de leden beter wordt, maar hoe ga je iedereen meekrijgen in het gebruik van zo’n platform? Tijdens het ontwerpproces werd ik echter steeds enthousiaster. Er is veel tijd in gestoken en er staat echt iets moois! Het belangrijkste was dat het allemaal niet te ingewikkeld moest worden. Volgens mij is dat goed gelukt. Het is niet moeilijk om in te loggen of iets te lezen. De onderverdeling in thema’s maakt dat je niet overspoeld wordt met informatie. Ook voor mensen die digitaal minder goed onderlegd zijn, is het platform goed te gebruiken. Het is nu vooral belangrijk het platform te vullen met content en leden enthousiast te krijgen. Dat vind ik wel spannend: Leeft het straks wel bij de leden? Ik denk dat het van grote toegevoegde waarde is dat ook de Horticoop-website is aangepakt en alles nu gebundeld is. Als je inlogt heb je nu direct toegang tot je participaties, je persoonlijke gegevens, financiële zaken én het platform. Ook is het fijn dat je heel makkelijk een specifieke groep mensen kunt bereiken, bijvoorbeeld als je een pilot wilt draaien. Door het platform kun je snel - bijvoorbeeld - alle groentekwekers selecteren, wat het delen van informatie of een vraag veel makkelijker maakt. Je hebt gelijk al je vakmensen bij elkaar. In de toekomst zou ik het mooi vinden als er ook externen worden toegevoegd op het platform. Iemand die niet betrokken is bij Horticoop, maar wel een bepaalde expertise heeft, zoals een consultant of iemand van een universiteit, en daardoor van toegevoegde waarde voor een bepaald thema kan zijn. Dat zal het platform nog interessanter maken. Maar laten we eerst maar van het huidige platform een levendige community maken!”

René Vissers
Algemeen directeur Maarel Orchids

Ik was al enthousiast over het platform vóórdat ik gevraagd werd deel uit te maken van de klankbordgroep. Ledenbetrokkenheid en moderne communicatie zijn van groot belang voor een coöperatie. Al zo’n twee jaar geleden opperde ik daarom het idee van een digitale community. Daar heeft Horticoop met dit platform de basis voor gelegd. Nu is het aan de leden om het platform te vullen en de community een succes te maken. Degenen die in de ontwikkel-fase betrokken waren, waaronder ikzelf, hebben al een band met Horticoop; wij investeren graag tijd in, bijvoorbeeld, het ontwikkelen van het platform. Nu is het tijd voor de volgende stap: zorgen dat leden die een minder sterke band met Horticoop hebben, zich meer betrokken gaan voelen door het gebruik van het platform. Het project valt of staat met hoe wij er met elkaar mee omgaan. Ik ben daar zeer benieuwd naar! Ik hoop dat het platformgebruik in de aangesloten bedrijven zo breed mogelijk getrokken wordt. Het gaat erom dat iedereen in het bedrijf er actief op is, niet alleen het management. Op die manier zijn veel verschillende specialisten in de community aanwezig en is er een grotere kans dat alle vragen van gebruikers beantwoord kunnen worden. Het platform is voor mij een succes als er goede, up-to-date informatie wordt gedeeld en je er af en toe een discussie kan beleggen over nieuwe, actuele thema’s. Doordat we als klankbordgroep het gebruikersgemak voorop hebben gezet en gezorgd hebben voor een overzichtelijk geheel, weet ik zeker dat iedereen makkelijk zijn weg kan vinden op het platform!”

Harry Wubben
Directeur Harry Wubben Flowers

“Toen ik werd gevraagd voor de klankbordgroep was ik meteen enthousiast. Kennis uitwisselen gaat tegenwoordig steeds vaker digitaal, dus Horticoop kon daarin niet achterblijven. Zo’n driekwart jaar geleden zijn we als klankbordgroep voor het eerst bij elkaar gekomen, in een meeting met de platformbouwer. Samen hebben we eerst nagedacht over vragen als ‘Wat wil Horticoop met het platform bereiken?’, ‘Hoe toegankelijk kan en moet het zijn?’ en ‘Voor wie is het bestemd?’. Ook hebben we stilgestaan bij belangrijke punten als hoe je met elkaar in contact kunt komen en makkelijk kunt vinden wat je zoekt. Ik heb er vanaf het begin op gehamerd dat het platform vooral laagdrempelig moet zijn en makkelijk toegankelijk voor iedereen. Ik ben daarbij zelf een goede graadmeter, want als ik ermee uit de voeten kan, kan iedereen dat! We hebben het platform zo praktisch mogelijk ingestoken. Hoogdraverij is niks voor ons. Normaal gesproken, als je met een probleem of vraag zit en je wilt daarover een deskundige spreken, moet je maar net de juiste persoon weten te vinden. Op het platform kunnen veel mensen die er verstand van hebben op jouw vraag reageren. Het draait om elkaar helpen; om geven en nemen. Dus zowel vragen stellen als vragen van anderen beantwoorden. Als je gaat investeren, iets nieuws gaat doen of met een probleem zit, kun je dat op het platform kwijt, en vervolgens zien wat eruit komt. Op het platform zitten natuurlijk collega’s die ervaringen uitwisselen, maar ook Horticoop-bedrijven. Vraag je bijvoorbeeld om advies over coating? Dan kan een bedrijf als Lumiforte prima antwoord geven, maar zij hebben waarschijnlijk ook een commerciële bedoeling met dat advies. Op het platform kun je zo’n antwoord meteen verifiëren bij collega-kwekers. De komende maanden zullen we als klankbordgroep de ervaringen evalueren: doen we wat we willen en wordt er gedaan wat er verwacht werd? Kan het nog praktischer, kan het anders? Alles om uiteindelijk een prachtig Horticoop-platform te hebben!”

Leden in de spotlight:

Vijf vragen aan **Roland Meeuwsen**, mede-eigenaar van Escaro Plants

Even voorstellen: wie ben je en wat doe je?

“Mijn naam is Roland Meeuwsen (41). Het agrarische beroep is mij met de paplepel ingegoten. Als jongetje van zes was ik al in de kas van mijn vader te vinden. Het was voor mij dan ook een logische stap om zelf ondernemer te worden binnen hetzelfde vakgebied. Mijn broer, zus en ik hebben in 2005 het ouderlijk bedrijf overgenomen en handelskwekerij Escaro Plants opgericht. Een echt familiebedrijf, dus! Bij Escaro Plants produceren wij voorjaarsbloeiers en vetplanten. Het voordeel is dat we met de meeste van onze planten een lang seizoen hebben. De vetplanten kunnen we van maart tot en met oktober verkopen. Dat is erg prettig, want zo kun je bijna het hele jaar door leveren.”

Wat vind je het leukst aan jouw vakgebied?

“Ik hou ervan om omringd te zijn door natuur. Het proces van iets vanuit het niets zien uitgroeien tot iets moois, vind ik geweldig. Je bent continu bezig om de wereld een stukje groener en daarmee mooier te maken.”

Hoe houd je je klanten tevreden?

“We streven ernaar om een product van goede kwaliteit te maken voor een eerlijke prijs. Het heeft geen zin om producten te duur te maken, want dan kun je simpelweg je handel niet kwijt.

Dat is in deze tijd wel lastig, want we hebben te maken met flinke kostenstijgingen. Alle grondstoffen worden duurder. Hierdoor komen onze marges onder druk te staan. Door slimmer in te kopen en zuinig te zijn met de grondstoffen proberen we betaalbaar te blijven.”

Hoe ga je om met die prijsstijgingen?

“We passen de aantallen aan naar de behoefte van de vraag. Dat doen we natuurlijk altijd, maar nu moeten we nóg beter opletten dat we geen overproductie krijgen. Verder is het van belang om de kosten in de hand houden. Tijdens de coronacrisis – toen de business floreerde – hebben we behoorlijk geïnvesteerd in verduurzaming. Als gevolg daarvan hebben we nu tweehonderd zonnepanelen op ons dak liggen! Daar hebben we in moeilijke tijden als deze profijt van.”

Heb je een tip voor andere leden?

“Mijn tip? Heb lef met biologische bestrijding. Laat de natuur het oplossen. Wij zijn bij Escaro Plants veel bezig met een biologische manier van kweken. In plaats van chemie zetten wij de natuur in. We zetten bijvoorbeeld sluipwespen en roofmijten in tegen plaaginsecten. Dat gaat prima! Al moet je dan wel accepteren dat je af en toe een luisje of ander schadelijk insect tegenkomt.”



Van biorationals tot smaaktest

We kijken terug op een geslaagde **Horticoop-dag**



Op 2 november vormde de Business Unit Glastuinbouw van Wageningen University & Research (WUR) het decor voor de Horticoop-dag. Het bleek de ideale omgeving om ondergedompeld te worden in de technologische ontwikkelingen in onze sector. We blikken terug op een inspirerende dag in het teken van samenwerking én vooruitkijken.

Met een breed scala aan sprekers die hun toekomstvisie op de glastuinbouwsector deelden, werden de aanwezigen getraakteerd op een vakinhoudelijk programma vol nieuwe inzichten. Zo nam Frank Kempkes, onderzoeker Energie en Klimaat aan de WUR, het publiek mee in de laatste bevindingen op het gebied van fossielvrije teelt. Hij stond daarbij stil bij het effect van energie-innovaties en bijbehorende risico's op de emissie van kassen. Renske Landeweert

van innovatiecentrum OnePlanet sprak over slimme toepassingen voor duurzame landbouw en voedselvoorziening en deelde de eerste resultaten van een test met autonome teelt. Een belangrijk thema, gezien de voorspelde groei naar 9,7 miljard wereldburgers in 2050. Daarom wordt groots ingezet op het ontwikkelen van sensoren om digitale kennis op te doen, te analyseren, en om te zetten in algoritmes.

Horticoop's Dragons' Den

Een van de hoogtepunten van de dag was Horticoop's Dragons' Den. Gebaseerd op het spraakmakende televisieprogramma waarin ondernemers hun ideeën pitchten aan investeerders, gaf Horticoop een eigen draai aan dit format. Vier bedrijven presenteerden hun innovaties voor de glastuinbouwsector. Een jury bestaande uit professionele investeerders stelde kritische vragen. Maar, niet alleen zij hadden inbreng. De aanwezige leden konden via het Horticoop Community Platform hun voorkeur voor toekomstige investeringen uitspreken. Zo werd inzichtelijk welke noviteiten belangrijk zijn voor de achterban van Horticoop. Welke be-

drijven hun ideeën pitchten en hoe die werden ontvangen door het publiek, leest u op de volgende pagina's.

Het lab in!

Na de inspirerende presentaties en pitches namen onderzoekers van de WUR de leden mee langs verschillende proeven die momenteel uitgevoerd worden. Gehuld in laboratoriumjassen wierpen de aanwezigen een blik in de kassen waar experimenten plaatsvinden voor jaarronde biologische bestrijding, de inzet van het led-lichtspectrum, biorationals tegen ziekten als fusarium, en de kas van 2030. Een interessant kijkje achter de schermen, dus!



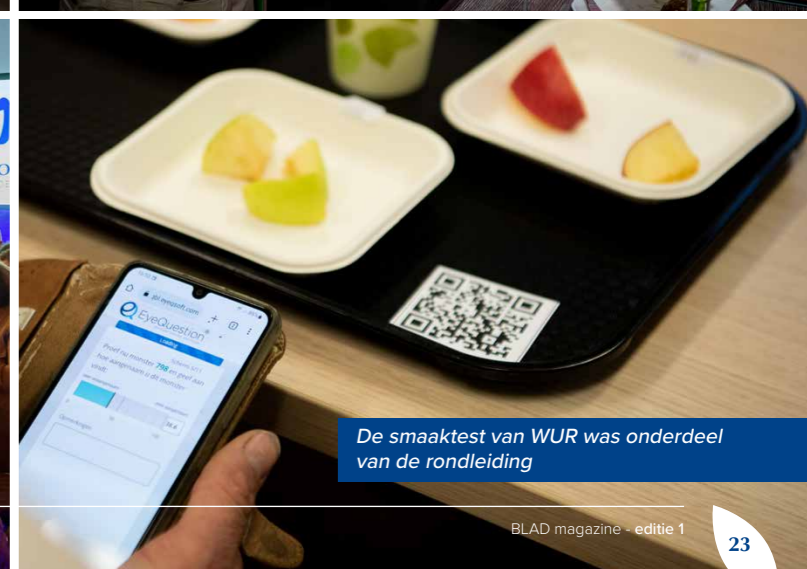
Een bezoek aan de Kas van 2030 kon niet ontbreken



Joris Elstgeest feliciteert Majolein Huisman en Jens Kool met hun benoeming tot ledenraadslid



Er was volop gelegenheid om de banden met andere leden aan te halen tijdens de afsluitende borrel



De smaaktest van WUR was onderdeel van de rondleiding

Leden aan het woord over de Horticoop-dag

Geen ledendag zonder leden! Niet onbelangrijk dus, hoe de leden deze Horticoop-dag hebben ervaren. Een rondgang door de zaal leverde een enthousiast beeld op van de dag. Hierbij een greep uit de reacties van de aanwezigen.



Cees Klein en Bart den Broeder, Bunnik Plants

Cees: “De sprekers zetten me stuk voor stuk aan het denken. Bij de presentatie van OnePlanet over autonoom telen merkte ik dat de radartjes in mijn hoofd op volle toeren gingen draaien: ‘hoe kunnen we dit implementeren bij Bunnik Plants?’. Want we hebben een schat aan informatie tot onze beschikking, alleen is die informatie nog niet inzichtelijk. Ineens borrelden er ideeën in me op over hoe we informatie kunnen registreren en kunnen vertalen naar relevante data. Mijn handen jeuken nu om dit verder uit te werken. Verder vond ik de energiezuinige kas van 2030 erg interessant. De ontwikkelingen die we in de kas van de WUR hebben gezien vormen de toekomst als je het mij vraagt, zéker als je het combineert met autonoom telen. Ik heb dus volop inspiratie opgedaan en kijk terug op een geslaagde dag!”

Bart: “Ik vind de mogelijkheden van het autonoom telen, en alle hulpmiddelen die voorhanden zijn om je te helpen monitoren, zoals het inzetten van sensoren, enorm interessant. Verder kon ik mijn hart ophalen tijdens de rondleiding langs de verschillende proeven van de WUR. Ik had het nóg leuker gevonden als we ook daadwerkelijk de verschillende kassen in hadden gekund, bijvoorbeeld bij het onderzoek naar de invloed van het lichtspectrum, al begrijp ik natuurlijk dat het vanwege de gevoeligheid voor omgevingsfactoren niet mogelijk was de kas te betreden. Al bij al vond ik het een erg leuk en interactief programma. Het was voor mij de eerste keer dat ik aan een Horticoop-dag deelnam. Hopelijk krijg ik nog eens de kans in de toekomst – maar met ruim 300 collega's vrees ik dat ik mijn plekje volgende keer aan iemand anders moet afstaan.”



Kees Stijger
Tuinbouwbedrijf Kees Stijger BV,
en ledenraadslid

Kees: “Het was een vol programma! Eigenlijk vond ik alle onderdelen interessant, van de sprekers en pitchers tot de rondleiding over de universiteit langs proeven met pathogenen, fusarium en biologische gewasbeschermingsmiddelen. Het was goed om te zien over welke vraagstukken en innovaties bedrijven zich buigen, wat die voor telers kunnen betekenen en hoe we daar met z'n allen van kunnen profiteren. Vooral de inzichten van OnePlanet over technische ontwikkelingen op het gebied van duurzame voedselproductie vond ik interessant, al zijn niet alle bevindingen een-op-een te vertalen naar de glastuinbouw. En juist daarom is vandaag zo waardevol, niet alleen voor telers maar óók voor de bedrijven die een podium krijgen. De zaal zit vol mensen die hun vak verstaan, weten waar ze het over hebben. En dus ook kritische vragen kunnen stellen waarmee een bedrijf of instelling op de juiste koers blijft. Er is onwijs veel kennis in onze sector, en een dag als deze helpt ons om die kennis bij elkaar te brengen, onderling te delen en in ons eigen voordeel in te zetten. Dat is zó belangrijk.”



John van Santen
Van Santen Gardenplant

John: “Op dit moment zijn we bij Van Santen Gardenplant aan het produceren en niet aan het verkopen. Daardoor had ik een gaatje vrij om de Horticoop-dag bij te wonen. Ik ben blij dat ik dat gedaan heb! Door de huidige situatie met de stijgende energieprijzen is mijn werk een stuk uitdagender geworden. Dit actuele thema kwam ruimschoots aan bod, erg fijn! Het was interessant om te zien wat er op korte en lange termijn mogelijk kan worden gemaakt binnen de glastuinbouwsector. Vooral de pitch over robotisering van Organifarms tijdens Horticoop's Dragons' Den vond ik erg interessant. Al met al was het een inspirerende dag die al mijn verwachtingen heeft overtroffen.”



Peter van den Berg
Konst Astroemeria

Peter: “De Horticoop-dag heeft zeker aan mijn verwachtingen voldaan. Mijn absolute hoogtepunt? Dragons' Den, natuurlijk! Ik houd mij veel bezig met gewasbescherming, dus ik heb gestemd op Alex Schmeets met zijn pitch over biofungiciden en plantversterkers. Nieuwe ontwikkelingen op dit gebied zijn voor mij altijd erg relevant en ik vond zijn idee dan ook zeer interessant. Ik heb tijdens de Horticoop-dag veel inspiratie op kunnen doen en goede gesprekken gevoerd met andere leden. Het is belangrijk om als bedrijf bij dit soort dagen aanwezig te zijn. Je bent niet voor niets lid van Horticoop. We moeten het samen doen!”



Horticoop's Dragons' Den

De pitches en de reacties

Waar de winnaars van het populaire televisieprogramma met een contract op zak het pand verlaten, nemen de pitchers die op de Horticoop-dag hun innovaties presenteerden andere take aways mee. Welke dat zijn? Dat vertellen ze zelf!

+ Infracreen, Zwitserland

Infracreen gebruikt nanotechnologie om slimme materialen te ontwerpen en produceren voor kassen. Hun nieuwste innovatie? Een folie dat de efficiëntie van energiebesparende schermen verdubbelt. Het materiaal houdt uitgaande langegolfstraling binnen de kas, wat resulteert in een drastische vermindering van stralingswarmteverlies. www.infracreen.com

Reactie van Henri de Lalande, CEO van Infracreen

"We werden benaderd door StartLife om op deze Dragons' Den te pitchen. Ik kende Horticoop nog niet, maar toen ik de achtergrond van de coöperatie hoorde, vond ik de match niet meer dan logisch! Het is altijd van grote waarde om te praten met onze doelgroep. De aanwezigheid van een professionele jury van investeerders maakte het nóg interessanter voor ons, omdat we daardoor een tweezijdig perspectief op onze propositie kregen. De vragenrondes met de investeerders en het publiek waren dan ook erg waardevol. De inhoudelijke vragen die gesteld werden, zijn een bevestiging dat

onze innovatie van toegevoegde waarde is voor de tuinbouwsector. De andere pitchers hadden ook interessante proposities en er was een goede verscheidenheid aan innovaties. Ik wil dan ook mijn complimenten geven aan Horticoop voor de voortreffelijke organisatie van deze Dragons' Den."

+ Organifarms, Duitsland

Organifarms ontwikkelt robots voor de glastuinbouwsector om arbeidsintensieve werkzaamheden te automatiseren. Dat doen ze nu nog voor de aardbeienteelt met oogstrobot BERRY, maar een uitbreiding naar ander fruit en groenten is binnen handbereik. De robot is zó geavanceerd dat het een arbeidskracht kan vervangen. Daarmee kan het personeelstekort worden opgelost én kunnen de arbeidskosten met 30-40% worden verlaagd. Tegelijkertijd wordt de kwaliteit gewaarborgd: BERRY herkent bijvoorbeeld rijpheid en beschadiging, en plukt de aardbei bij het steeltje om aanraking te minimaliseren. www.organifarms.de

Organifarms kreeg van de aanwezigen de meeste stemmen en was daarmee winnaar van Horticoop's Dragons' Den.

Reactie van Mario Schäfer, CSO van Organifarms

"Ik ken Horticoop al vrij lang. We zijn een Duits bedrijf, maar veel van onze klanten zitten in Nederland. We proberen actief potentiële afnemers te bereiken. Deze pitch grepen we dan ook met beide handen aan. Het is fantastisch dat we het vertrouwen van de aanwezige Horticoop-leden kregen en tot winnaar werden uitgeroepen! Het bewijst dat we op de goede weg zijn. Voor ons is het altijd belangrijk geweest om een hechte connectie met de markt te hebben en feedback uit de markt te krijgen. Telers zijn overigens altijd welkom om feedback aan ons te geven. Als ze bijvoorbeeld willen delen hoe ons product goed kan aansluiten op hun specifieke behoeften, hoor ik dat heel graag."

+ Voltiris, Zwitserland

De zonnemodules van Voltiris maken het mogelijk om de totale oppervlakte van kassen in te zetten voor het opwekken van elektriciteit. Deze zonnemodules filteren het binnenkomende lichtspectrum, waarbij een deel van de lichtgolven wordt doorgelaten naar de gewassen, en de overige lichtgolven worden ingezet om elektriciteit op te wekken. Het voordeel voor de teler: dubbel gebruik van de beschikbare grond waarbij gedeeltelijk in eigen energiebehoefte kan worden voorzien. www.voltiris.com

Reactie van Jonas Roch, CTO van Voltiris

"Horticoop's Dragons' Den bood ons een uitgelezen kans om aan telers te presenteren wat wij doen en daarop hun feedback te krijgen. Enerzijds kregen we deze aan de hand van vragen tijdens de pitch, anderzijds via diverse discussies die na afloop ontstonden. 'Heb je hieraan gedacht? Misschien is deze toevoeging ook handig!'

lieten verschillende geïnteresseerde Horticoop-leden me weten. Dat telers-perspectief was heel nuttig. Vanuit daar kunnen we verder met de ontwikkeling. De belangrijkste take away van vandaag is dat we onze innovatie breder in de praktijk moeten testen. Daar beginnen we in januari mee. Dán pas kun je zien of je echt aan alles hebt gedacht."

+ BioMosae, Nederland

Er is een groeiende behoefte aan milieuvriendelijke gewasbeschermingsmiddelen, als tegenhanger van chemische pesticiden die worden ingezet om plantziekten te voorkomen en de voedselcapaciteit te verhogen. Het antwoord van BioMosae hierop? Het ontwikkelen van een breed werkzaam, goedkoop, biologisch gewasbeschermingsmiddel waarbij bacteriën gebruikt worden als mini-fabriekjes van stoffen die planten beschermen tegen schimmels. Deze bacteriële stoffen staan niet alleen bekend om hun schimmelwerende eigenschappen, maar ook om hun groeibevorderende effect. Inmiddels is de werkzaamheid van BioMosae's biologische gewasbeschermingsmiddel tegen Botrytis aangetoond. www.biomosae.com

Reactie van Alex Schmeets, CEO van BioMosae

"Mijn netwerk is vandaag aardig uitgebreid! Vooral bij het diner na afloop heb ik interessante marktinformatie opgedaan. Het leukst vond ik dat de WUR een sterk vergelijkbaar project uitvoert: de inzet van bacteriën om bepaalde schimmelziekten in de bodem te verhelpen. Dat geeft aan dat we op het goede spoor zitten. We zijn geen concurrenten, want de WUR zit in de wetenschappelijke wereld en wij in het bedrijfsleven. Ik was erg onder de indruk van de hoeveelheid geld die Horticoop ter beschikking heeft om de komende jaren investeringen te kunnen doen. Dus Horticoop is voor een bedrijf als BioMosae een zeer aantrekkelijke investeringspartij."



Leden aan het woord over Dragons' Den



Jens Kool, Bouman Anthuriums

“Ik vind Horticoop's Dragons' Den een heel leuk concept en de pitchers deden het erg goed. Echter, als je aan mij vraagt: 'Waar in zou jij willen investeren?', zou ik het niet zo goed weten. Ik had dan ook niet echt een favoriet. Wat ik vooral belangrijk vind in de huidige situatie met de hoge energieprijzen, is dat de focus ligt op hoe we in onze sector de winter doorkomen. Het combineren van de verschillende ideeën van de kandidaten van Dragons' Den zou wellicht gunstig kunnen zijn. Bijvoorbeeld een zonnepaneel in combinatie met een schermdoek, daar zie ik de meerwaarde wel van in.”



Bram Wennekes en Gerrit Hoogenraad, Handelskwekerij G. Hoogenraad

Bram: “Alle vier de pitchende bedrijven hadden een interessante invalshoek. Natuurlijk is niet alles van toepassing op ieder bedrijf. Gelukkig maar, want anders werd de keuze nog moeilijker! Het plan van Infrascreeen is bijvoorbeeld heel interessant voor groentetelers, maar voor ons als kwekerij voor groothandelproductie van jonge plantjes minder relevant omdat we geen verwarming gebruiken. Voor mij sprongen de presentaties van Voltiris over de zonnepanelen en die van BioMosae over het inzetten van biostimulanten eruit. Daar zijn we zelf ook mee bezig. Onze basis is biologisch, maar de werkzaamheid van biofungicide fluctueert. Als onze oogst verloren dreigt te gaan dan vallen we terug op chemische bestrijdingsmiddelen en sturen we bij. De wens is om dat laatste restje ook biologisch te maken. Als het BioMosae lukt om het slagingspercentage te vergroten en de kosten te drukken, wordt dit nog veel interessanter voor ons.”

Gerrit: “Ik vind deze Dragons' Den een heel goed initiatief. Uiteindelijk heeft de partij waar wij onze punten op hadden ingezet niet gewonnen, maar ik denk dat het daar vandaag ook niet per se om ging. Vooral de insteek – het betrekken van de leden bij de investeringen die gedaan worden en het informeren van telers over ontwikkelingen – is van belang. De pitches zoals die vandaag zijn gegeven zijn zowel interessant voor de bedrijven die hun verhaal mochten doen en kunnen laten zien wat er in de toekomst binnen de mogelijkheden ligt, als voor ons, de telers. Daarnaast is het ook van belang – en leuk! – om verder te kijken dan je eigen bedrijf. Robotisering is voor ons misschien niet direct relevant, maar het feit dat Organifarms met hun pitch de meeste stemmen behaalde betekent dat het voor een meerderheid van de telers wél relevant is. Door deze Dragons' Den zie ik wat er speelt in de sector, en ook dat vind ik waardevol.”

Horticoop's Dragons' Den in perspectief

Horticoop's Dragons' Den gaf een inkijkje in de mogelijkheden voor investeringen die de tuinbouwsector toekomstbestendig helpen maken. Wilco Schoonderbeek, Director Investments van Horticoop, legt uit hoe deze versie van Dragons' Den de basis van investeringcoöperatie Horticoop onderstreept en plaatst de presentaties in perspectief.



Wilco vertelt: "Met Horticoop's Dragons' Den wilden we onze leden kennis laten maken met innovaties die een oplossing kunnen bieden voor bepaalde problemen in hun bedrijven. Daarbij vonden we het belangrijk om te laten zien dat we bij Horticoop niet alleen in Nederland, maar wereldwijd zoeken naar de beste investeringsmogelijkheden. Innovatie vindt immers overal ter wereld plaats en ons streven is dat een ondernemer, waar ook ter wereld, aan Horticoop denkt als hij financiering zoekt voor een innovatie op het gebied van horticultuur."

Een kijkje onder de motorkap

Hoewel de pitches een goede indruk geven van de bedrijven waarin Horticoop zou kunnen gaan investeren, is investeren in werkelijkheid complexer. Wilco legt uit: "Ondernemers die bij een Dragons' Den goed kunnen pitchen en wiens onderwerp tot de verbeelding spreekt, winnen snel de sympathie, en daarmee het fictieve geld van de zaal. Een reële investeringsronde bij Horticoop is echter een veel diepgaander proces. We onderzoeken voordat we in een bedrijf investeren wat de waarde van de propositie voor de coöperatie is, en kijken grondig onder de motorkap van het bedrijf om te zien hoe het werkt en is ingericht."

Invloed van de leden

Ook de manier waarop een keuze voor een ondernemer wordt gemaakt, is in werkelijkheid anders dan in de Dragons' Den. In de Den kenden de leden via het Horticoop Community Platform punten toe aan de pitches. Zij kregen daarbij input van de jury, die bestond uit afgevaardigden van investeringsfondsen, waardoor zij de afwegingen van een professionele investeerder konden meewegen. De pitch met de meeste punten won vervolgens fictief de investering van Horticoop. Wilco: "Met onze Dragons' Den wilden we de invloed die leden hebben op de investeringskeuzes van Horticoop illustreren. De leden zijn immers de kern van onze coöperatie. Maar, in werkelijkheid zullen zij niet gaan stemmen op pitches of ontwikkelaars. Leden hebben namelijk een mandaat gegeven aan het bestuur van Horticoop en de raad van commissarissen (rvc). Het bestuur maakt investeringskeuzes, onder toezicht van de rvc."

Van het podium naar de kas

Wilco kijkt terug op een succesvolle fictieve investeringsronde met kwalitatief hoogwaardige pitches. Een favoriete pitcher had hij niet, maar hij snapt wel waarom Organifarms door de leden als favoriet werd gekozen. "Het arbeids tekort is een probleem dat veel telers herkennen. Ik geloof daarom absoluut in robotica in de kas; niet alleen vanwege het personeelstekort, maar ook vanwege de aanvullende mogelijkheden die een dergelijke technologie in de toekomst kan bieden. Denk aan de inspectie van gewassen." Overigens betekent de overwinning van Organifarms niet automatisch dat Horticoop in het bedrijf gaat investeren. Wilco licht toe: "De ervaring leert dat je vele bedrijven moet spreken om één investering te doen. De kans dat er tussen deze vier pitchers eentje zit waarin je echt kunt investeren, is statistisch gezien niet groot. Dat neemt niet weg dat we de komende tijd verder in gesprek gaan met de pitchers. Of we er daadwerkelijk in gaan investeren, hangt van veel factoren af. Denk aan de potentiële omvang van de markt die ze willen bereiken, de meerwaarde voor de sector, maar ook de omvang van de financieringsbehoefte en de meerwaarde van Horticoop als investeerder."



Helpende hand

Een ding is zeker: als we investeren is dat niet alleen met geld, maar ook met kennis en ons netwerk, waaronder onze bestaande deelnemingen. Wilco: "We investeren alleen als het relevant is voor onze leden. Het aan elkaar koppelen van onze leden en deelnemen aan deze ondernemers kan voor iedereen van grote toegevoegde waarde zijn. We zijn niet voor niets een win-wincoöperatie!"

Leden in de spotlight:

Vijf vragen aan **Karolien Tesselaar**,
mede-eigenaar van Tesselaar Alstroemeria

Hoe lang zit je al in het vak?

“Acht jaar geleden ben ik mijn man Rick Tesselaar tegen het lijf gelopen. Hij had een kwekerij, ik een maatschappelijk verantwoorde onderneming. We besloten onze krachten te bundelen en runnen nu samen Tesselaar Alstroemeria; een familiebedrijf dat in vijftien jaar gegroeid is van één locatie van twee hectare naar drie locaties van tien hectare. Ik vind het binnen ons bedrijf belangrijk dat we mooie bloemen kweken waar we mensen blij mee maken, met een zo klein mogelijke impact op het milieu.”

Wat vind je het leukst aan het vak?

“Dat we een prachtig product verkopen waar we mensen blij mee maken. Daarnaast zorgen wij er met onze onderneming voor dat ruim tachtig mensen hun brood kunnen verdienen. Dat maakt mij erg trots. Met elkaar zorg je er elke dag voor dat je tot een mooi eindproduct komt.”

Wat is de grootste uitdaging?

“De grootste uitdaging binnen Tesselaar Alstroemeria is om een stabiele organisatie te bouwen met mensen die beschikken over de juiste kennis en kunde. We hebben goede mensen nodig die de organisatie met ons mee kunnen dragen. De stijgende energieprijzen hebben er helaas toe geleid dat we alle tijdelijke contracten hebben beëindigd. Een moeilijke keuze die vooral erg sneu is voor de mensen die wij hebben moeten laten gaan.”

De stijgende energieprijzen hebben dus een grote impact. Wat voor effect heeft dat op jullie bedrijfsvoering?

“Wij hebben het voordeel dat de alstroemeria een relatief duurzame bloem is. De bloem is afkomstig uit het Andesgebergte in Argentinië en houdt van koude voetjes. Aan de bovenkant moet ze in een stabiele temperatuur verkeren van rond de achttien graden. In verhouding tot veel andere kassen die snijbloemen telen, is onze kastemperatuur dan ook veel lager. Dat neemt niet weg dat we alsnog aanpassingen moeten doen om de stijgende energieprijzen op te vangen. Deze winter gaan we waarschijnlijk op halve kracht verwarmen en verlichten. Dat heeft effect op de groei van de plant en zorgt ervoor dat we minder kunnen produceren.”

Je houdt je veel bezig met verduurzaming. Heb je een mooie tip om mee te geven?

“Wat ons de ogen heeft geopend, is het berekenen van onze ecologische voetafdruk. Dit betekent dat we hebben berekend wat voor impact ons bedrijf heeft op het milieu. Ik raad anderen aan die berekening ook te maken, want door dit inzicht kun je bijsturen waar nodig om de negatieve impact zo veel mogelijk te beperken.”



Investeren, innoveren, profiteren

StartLife en Horticoop steunen **innovatieve start-ups**

Sinds kort is Horticoop investeringspartner van StartLife: een initiatief van Wageningen University & Research (WUR) dat innovatieve start-ups stimuleert. De samenwerking belooft van grote toegevoegde waarde te zijn voor de Nederlandse tuinbouwsector, vertellen Jan Meiling, Directeur van StartLife, en Sebastiaan Berendse, Directeur Waardecreatie bij WUR.



Jan Meiling



Sebastiaan Berendse

Jan, welke rol vervult StartLife in de Nederlandse tuinbouwsector?

Jan: "StartLife is in 2010 opgericht door Wageningen University & Research en enkele partners. We zijn een onafhankelijke organisatie, in nauwe samenwerking met WUR. Het doel van StartLife is om innovatieve start-ups in de food- en agrisector te ondersteunen, waarvan een groot deel betrekking heeft op de tuinbouw. We coachen jonge ondernemers en koppelen ze aan potentiële investeerders,

zodat ze over het kapitaal beschikken om hun ideeën uit te werken. Zo bevorderen we innovatie in de sector en dragen we bij aan de concurrentiepositie van Nederlandse telers."

Hoeveel invloed hebben start-ups binnen de sector?

Jan: "Recent hebben we vergeleken hoeveel kapitaal er in Europa geïnvesteerd wordt in innovatieve start-ups in deze sector, ten opzichte van het kapitaal dat grote bedrijven inhouse in-

vesteren in research & development. Het blijkt dat die twee steeds dichterbij elkaar komen te liggen. Natuurlijk zijn grote bedrijven nog altijd een drijvende kracht op dit vlak. Maar het is een duidelijk signaal dat de sector steeds meer de voordelen inziet van door start-ups gedreven innovatie. Telers die meer willen weten over dit onderwerp zijn trouwens van harte welkom bij F&A Next: een jaarlijkse, internationale conferentie in Wageningen over investeringen en innovatie in food & agri, die in 2023 plaatsvindt op 24 en 25 mei."

Hoe ziet de samenwerking tussen Horticoop en StartLife eruit?

Jan: "Horticoop is sinds de zomer van 2022 investeringspartner van StartLife. Dat wil zeggen dat Horticoop via StartLife investeert in ondernemingen die een veelbelovende innovatie ontwikkelen voor de Nederlandse tuinbouwsector. StartLife speelt daarbij een bemiddelende rol, waarin we veel tijd en aandacht besteden aan het selecteren van start-ups die aansluiten op de investeringsdoelen van Horticoop. We zijn erg enthousiast over deze samenwerking en zien het als een logische stap voor beide partijen. Horticoop is een vertrouwde en gevestigde partij, waar we beginnende ondernemers graag aan voorstellen."

StartLife werkte al samen met verschillende investeringspartners. Wat voegt Horticoop daaraan toe?

Jan: "Horticoop richt zich op een heel specifiek segment, de Nederlandse tuinbouwsector, met als doel om het competitieve voordeel van Nederlandse telers te versterken. Daardoor kunnen we Horticoop heel gericht koppelen aan ondernemingen die juist op dat gebied iets te betekenen hebben. Bovendien is iedere toegewijde investeringspartner een welkome toevoeging aan ons netwerk. We zien dat investeerders er de voorkeur aan geven om samen met andere partijen te investeren, en dat de investeringen daardoor ook meer impact hebben. Dat Horticoop onderdeel wordt van een gemeenschap van meerdere investeringsmaatschappijen, zal de slaagkans van de aangesloten start-ups nadrukkelijk vergroten."

Sebastiaan, jij bent vanuit Wageningen University en Research (WUR) betrokken bij StartLife. Welke rol vervult de WUR?

Sebastiaan: "We zijn niet direct betrokken bij de samenwerking tussen Horticoop en StartLife. We spelen bijvoorbeeld geen rol in het samenbrengen van investeerders als Horticoop en de bij StartLife aangesloten ondernemingen. Maar we zoeken wel continu naar manieren om vanuit WUR iets aan de samenwerkingen toe te voegen. Bijvoorbeeld door de start-ups te betrekken bij onderzoeksprojecten van WUR. En misschien dat toonaangevende telers die bij Horticoop zijn aangesloten daar in de toekomst ook nog een rol in kunnen vervullen. We bouwen graag samen met start-ups en telers aan een samenwerking waarin we elkaar versterken."

Wat hebben leden van Horticoop eigenlijk aan de investeringen? Moeten telers niet vrezen voor de concurrentie van start-ups?

Sebastiaan: "Nee hoor, integendeel! Het gaat om start-ups die ondersteunende producten en diensten ontwikkelen, en die dus juist van toegevoegde waarde zullen zijn voor ondernemers in de tuinbouw. Denk daarbij aan energiezuinige kassen, efficiëntere robotica en drones die door kassen vliegen en ziektes opsporen. Dit soort innovaties komen uiteindelijk de gehele sector ten goede. Bovendien zijn ze van grote maatschappelijke waarde, omdat ze de tuinbouwsector helpen op een efficiëntere en nog schonere manier te telen."

Jan: "Ik kan me voorstellen dat start-ups graag willen samenwerken met leden van Horticoop. Bijvoorbeeld om hun producten in de praktijk te testen. Wellicht kunnen zij dan als eerste met die innovatieve technieken aan de slag. Ik kijk ernaar uit om te zien waar we in onderlinge samenwerking toe in staat zijn, en welke kansen we kunnen creëren, zodat iedereen erop vooruitgaat."

“Dit is volgens mij een gouden kans voor al jullie aandeelhouders”

Horticoop in gesprek met oud-scheidsrechter en ondernemer **Björn Kuipers**

Als eigenaar van onder meer twee Jumbo-supermarkten en een haarstudio in het oosten van het land kent de gerenommeerde oud-scheidsrechter Björn Kuipers het klappen van de ondernemerszweep. En dat niet alleen: hij heeft als voormalig C1000-franchisenemer ook ervaring met het bezitten van bedrijfsparticipaties. Onze CEO Steven van Nieuwenhuijzen en CFO Hend van Ravestein gingen met hem in gesprek over de kansen die hij ziet voor de Horticoop-leden als aandeelhouders van de coöperatie.



Björn Kuipers gaf een bevolgen lezing over 'samen scoren' tijdens de ledendag in juni 2022.

Steven: “Björn, je was aanwezig bij de Horticoop-dag in juni waar je sprak over het belang van samenwerken, op topniveau presteren en de kracht van innovatie. We willen graag met je bijpraten over de ontwikkeling die wij momenteel doormaken. Zoals je misschien nog weet, zetten wij het vermogen van Horticoop op naam van onze leden. De leden ontvangen hun deel in de vorm van participaties – een soort aandelen – die uiteindelijk verhandelbaar worden. Hierdoor wordt het voor leden duidelijker welk deel van de waarde van Horticoop ze in handen hebben. Als wij onze belofte waarmaken en ons bedrijvenportfolio succesvol laten groeien, worden de participaties bovendien steeds meer waard. Het bijzondere is dat als onze leden producten of diensten van de bedrijven uit ons portfolio kopen, ze daarmee dus hun eigen dividend en aandeelwaarde beïnvloeden. Daarmee willen we een levendige investeringsgroep worden in de tuinbouw, met leden die zich actief aandeelhouder voelen van Horticoop. Op de Horticoop-ledendag in juni gaf je aan dat het je doet denken aan wat jij

hebt meegemaakt bij C1000 en Jumbo. Kun je daar iets meer over vertellen?”

Björn: “Dat klopt, hoewel het bij C1000 iets anders in elkaar stak dan bij jullie. In tegenstelling tot Horticoops leden, moesten wij bij C1000 de certificaten kopen. Gelukkig pakte dat goed uit, want deze certificaten werden in drie jaar tijd heel veel meer waard. Deze extreme waardevermeerdering was echter uniek, dus ik denk niet dat dit ook zal gebeuren met de aandelen die Horticoop-leden krijgen. Maar zij krijgen deze aandelen gratis, puur omdat ze Horticoop-lid zijn! Het is fantastisch dat Horticoop dit op deze manier opzet. Dit is volgens mij een gouden kans voor al die aandeelhouders die bij jullie klant zijn; ik zie geen enkele beperking.”

Steven: “Je zult zien dat een aantal leden de potentie ziet en gaat proberen zijn aandeel te laten groeien. Anderen zullen denken ‘nou, ik geloof het wel’. Dit is wel het moment, denk ik, om als lid te laten zien: ‘ik steek mijn nek uit, want ik geloof hierin, en ik begrijp ook dat die

waarde eigenlijk vanzelf naar me toekomt op het moment dat ik dat doe.’”

Björn: “Wees dus wakker, beste Horticoop-leden, want dit is het moment om zaken te doen en te investeren in de bedrijven van die mensen die het aandeel meer waarde kunnen laten krijgen. Jullie staan nu aan de start van iets wat steeds groter gaat worden!”

Hend: “Björn, jij hebt er in je C1000-tijd voor gekozen te participeren in het merk C1000 en later in het merk Jumbo. Wat voor afwegingen heb jij toen gemaakt om het wel of niet te doen?”

Björn: “Heel simpel, ik heb mezelf de vraag gesteld: heb ik vertrouwen in het merk C1000, in het merk Jumbo? En dat is precies de vraag die Horticoops leden zichzelf moeten stellen: heb ik vertrouwen in het merk Horticoop? Heb ik vertrouwen in de bedrijven die daaraan gekoppeld zijn? Als dat zo is, zie ik geen beperking. Als je geen geloof hebt in een merk of organisatie, dan moet je er niet instappen.

Maar als je het gevoel hebt ‘wij kunnen samen de toekomst in en samen sterker staan’, dan zou ik zeggen: stap in en doe mee!”

Hend: “Hoe denk jij dat onze transitie van een traditionele inkoopcoöperatie naar een investeringscoöperatie de betrokkenheid van onze leden gaat beïnvloeden?” >

“Wees wakker, beste Horticoop-leden, want dit is het moment om zaken te doen en te investeren in de bedrijven van die mensen die het aandeel meer waarde kunnen laten krijgen. Jullie staan nu aan de start van iets wat steeds groter gaat worden!”



Björn: “Enorm! Want, juist door bewust samen de toekomst in te gaan, denk ik dat je veel sterker kunt worden. Ik zou als lid van Horticoop heel goed mijn inkoop tegen het licht gaan houden: waar koop ik nu in en kan ik dat wellicht ook bij een bedrijf uit het Horticoop-portfolio inkopen? Want, als ik dat laatste doe, wordt mijn aandeel meer waard. Nog los van het feit dat het natuurlijk van meerwaarde is als je als leden gezamenlijk ergens kunt inkopen. Bij Jumbo proberen we tegenwoordig Europees in te kopen in plaats van alleen maar in Nederland, want op grotere schaal inkopen betekent een verlaging van je kostprijs. Ook in de supermarktbranche is bekend: intensiever samenwerken heeft enorme waarde.”

Steven: “Nu we het toch over supermarkten hebben, als je vanuit de supermarktondernemersbril kijkt naar onze producten, dus naar bijvoorbeeld groente, wat is dan het belang van die productgroep in het supermarktschap?”

Björn: “Dat belang is bijzonder groot. Jullie producten hebben in onze markt een hoge waarde in omzetaandelen. We zien een omzetverlaging in het aandeel vlees; daar kunnen

we niet meer in groeien, want er wordt steeds minder vlees gegeten. Het aandeel groente en fruit daarentegen, blijft consequent een enorme toevoeging hebben. Ook de manier van leveren is hoogstaand. Het is eigenlijk een 24-uurslevering: wat wij vandaag bestellen, hebben we morgen in huis. De productgroep waar jullie in uitblinken, blijft altijd waarde toevoegen.”

Hend: “Goed om te horen. Wij zien bij de buitenlandse bedrijven in ons portfolio dat de consument daar meer geïnteresseerd is in lokale en nationale producten, en bereid is daar een hogere prijs voor te betalen. Zie jij kansen voor onze sector om die trend in Nederland te stimuleren?”

“Ik weet inmiddels: veranderingen geven altijd weerstand, maar vaak zijn ze heel erg goed of zelfs noodzakelijk.”



Björn: “Wij Nederlanders willen heel veel. We willen alles zo lokaal mogelijk. Zo goed mogelijk. Maar ook zo goedkoop mogelijk. Zodra er extra betaald moet worden, zijn we opeens een stuk minder veeleisend. Als wij twee soorten courgettes in de supermarkt hebben liggen – een lokaal geproduceerde courgette die wat duurder is, en een courgette van iets verder weg tegen een wat lagere prijs – dan neemt maar een beperkt aantal consumenten die lokaal geproduceerde courgettes mee. Is de prijs min of meer gelijk en de kwaliteit goed, dan speelt de locatie ‘dichtbij’ een veel grotere rol in de keuze. De realiteit is: we zijn in Nederland nog behoorlijk voorzichtig als het op het kopen van duurdere producten aankomt zolang er goedkopere alternatieven zijn.”

Steven: “En hoe zit dat dan als er ook een verdedigbaar verschil in zou zitten, bijvoorbeeld in voedingswaarden? Dus dat je bijvoorbeeld twee paprika’s hebt, waarbij de ene Champions League is en de andere tot de amateurs behoort als het gaat om voedingswaarden als vitamines?”

Björn: “Als je waarde toevoegt aan producten is het een heel andere zaak. Maar dan moet het verschil écht duidelijk zijn. Als je echter als teler in de Champions League wil spelen, dus grote waarde wil toevoegen en lokaal betrokken wil zijn, dan kom je ook in een andere cultuur terecht. Want Champions League is iets heel

anders dan de Eredivisie... it’s a different culture, met een andere standaard. Ik vraag me af of iedereen daadwerkelijk op dat allerhoogste niveau zou willen spelen.”

Steven: “Björn, tot slot, op de Horticoop-dag vertelde je al dat jij vaak grote veranderingen hebt doorgevoerd in je zaak en in je carrière als professioneel scheidsrechter, en dat dat niet altijd zonder slag of stoot gaat. Heb je tips voor onze leden, die aan de vooravond staan van een grote verandering? Wat wil je ze meegeven?”

Björn: “In beide vakgebieden heb ik inderdaad grote hervormingen meegemaakt. Zo zijn in het voetbal de afgelopen vijf jaar vele innovaties doorgevoerd. We hebben nu semi automatic offside, waarbij camera’s binnen tien seconden kunnen vaststellen of iemand buitenspel staat of niet. We hebben de headsetcommunicatie gekregen. De VAR is geïntroduceerd. Maar ook in de wereld van de supermarkten verandert er veel, in hoog tempo. Waar we vroeger caissières achter de kassa hadden zitten, hebben we nu zelfscans. Ik weet inmiddels: veranderingen geven altijd weerstand, maar vaak zijn ze heel erg goed of zelfs noodzakelijk. Alles wat nieuw is, alle innovaties, alle veranderingen die op je afkomen, gaan gepaard met vallen en opstaan. En soms is er enorme veerkracht nodig om tegen de wind in te gaan. Juist die ondernemers die over hobbels heen kunnen kijken, zijn goud waard.” ■



Björn Kuipers (1973) is een oud-voetbalscheidsrechter én succesvol ondernemer. Hij was jarenlang actief binnen de hoogste klasse van het Nederlandse en Europese voetbal. In 2021 realiseerde hij zijn grote droom: het leiden van de EK-finale. In zijn tijd als scheidsrechter was hij al eigenaar van drie C1000-vestigingen en een haarstudio in Oldenzaal. Inmiddels zijn de C1000’s vervangen door twee Jumbo-filialen.

Leden in de spotlight:

Vijf vragen aan **Koos de Vries**, eigenaar Drenthe Growers

Hoe lang zit je al in het vak?

“Drenthe Growers is een familiebedrijf in het dorpje Erica, met een focus op de teelt van komkommers. Mijn vader heeft het bedrijf opgericht in 1956 en ik nam het op twintigjarige leeftijd van hem over in 1980. Inmiddels zijn ook mijn opvolgers al in zicht! Zowel mijn zoon, dochter als mijn schoonzoon werken in het bedrijf en ook mijn tweede zoon komt ons team binnenkort versterken. Ik hou van het ondernemerschap en de uitdagingen die de komkommerteelt met zich meebrengt en hoop dat mijn kinderen met diezelfde passie ons bedrijf verder uitbouwen.”

Wat is de grootste uitdaging?

“Het zo goed mogelijk uitvoeren van de teelt. Elke teelt is weer spannend. Je begint met een klein plantje en na twaalf weken kun je de balans opmaken of het een succes is. Er kan in die twaalf weken veel misgaan. Vooral ziektes spelen een grote rol. Het is belangrijk de komkommers gezond te houden; dan kun je maximaal produceren. We planten het hele jaar door, zodat we er zeker van zijn dat er goede teelten bij zitten.”

Hoe houd je klanten tevreden?

“Wij leveren onder andere aan grote partijen als Lidl en Aldi. Dat proberen we zo stabiel mogelijk te doen. Voor onze handelaren is het gunstig als we zo geleidelijk mogelijk

komkommers leveren. Helaas kunnen we niet garanderen dat we elke week de meest prachtige komkommers op een presenteerblaadje aanbieden. Naast ziektes speelt het weer een grote rol bij de teelt. Zeker omdat we nu komkommers telen zonder belichting.”

Welke rol hebben de stijgende energieprijzen op jouw teelt?

“Nu de energie zo duur is, proberen we het gebruik hiervan zo veel mogelijk te beperken. We telen nu onbelichte komkommers omdat de kostprijs anders te hoog wordt. Helaas heeft dit ontzettend veel consequenties. Waar we eerst een miljoen komkommers produceerden, zijn dat er nu 600.000. Ik hoop dat de energieprijzen snel weer omlaaggaan zodat we weer kunnen gaan belichten. Al ben ik bang dat dit niet op korte termijn zal gaan gebeuren.”

Hoe word je volgens jou een succesvolle ondernemer?

“Als je leert van je fouten, word je vanzelf een betere ondernemer. Dat probeer ik ook mijn kinderen mee te geven. Als vader kan ik ze wel gaan vertellen hoe alles moet, maar uiteindelijk moeten ze het zelf doen en ervaren. Dat is een proces van vallen en opstaan, maar het gaat erom dat je jezelf blijft ontwikkelen!”



Kennis als drijvende kracht in de glastuinbouw

Bedrijven in de Club van 100 steunen wetenschappelijk onderzoek

Om wetenschappelijk onderzoek te stimuleren, werkt de Business Unit Glastuinbouw en Bloembollen van Wageningen University & Research (WUR) veel samen met private partijen. Bijvoorbeeld in de Club van 100, een succesvol initiatief op dit gebied, waar ook Horticoop deel van uitmaakt. Over hoe deze samenwerking de toekomst van de tuinbouwsector vormgeeft, vertelt Jacqueline van Oosten, Business Development Manager van de Club van 100.

Kassenbouw, veredeling, automatisering van processen... zomaar drie voorbeelden van segmenten in de tuinbouw die niet zonder wetenschappelijk onderzoek kunnen. Want voordat bedrijven op dit vlak nieuwe technologieën kunnen ontwikkelen, zijn er wetenschappelijke inzichten nodig om op voort te bouwen. In de Club van 100 werken bedrijven uit de hele toeleveringsketen voor de glastuinbouw samen met onderzoekers van Wageningen University Research (Business Unit Glastuinbouw en Bloembollen). Het doel is om duurzame en rendabele productiesystemen te ontwikkelen, die telers helpen om op een duurzame en toekomstbestendige manier te produceren. "Om ingewikkelde vraagstukken van telers op te lossen, is vaak een aanpak nodig waarbij de kwestie vanuit meerdere invalshoeken wordt bekeken", vertelt Jacqueline van Oosten, Business Development Manager van de Club van 100. "Wij brengen partijen bijeen die gezamenlijk aan oplossingen werken. Vaak begint dat met strategisch toegepast onderzoek, dat over vijf tot tien jaar praktische toepassingen oplevert. Vervolgens kunnen aangesloten

bedrijven met de uitkomsten een dienst of product ontwikkelen voor de markt. Doordat de hele sector van de gezamenlijke inspanningen profiteert, kunnen bedrijven die normaal gesproken elkaars concurrent zijn, binnen de Club van 100 samenwerken".

Gamechangers

In haar korte geschiedenis werd de Club van 100 – opgericht in 2014 – een factor van betekenis voor de Nederlandse tuinbouwsector. Zo speelt de club een belangrijke rol in de ontwikkeling van circulaire glastuinbouw, het jaar rond gebruikmaken van biologische bestrijding en de opkomst van lichtsturing om gewassen te stimuleren. "De thema's waarmee we ons bezighouden zijn even divers als de bedrijven en productiemethodes in de sector", vertelt Jacqueline. "Maar er zijn ook vraagstukken die voor iedereen relevant zijn. Veel telers zoeken bijvoorbeeld naar manieren om gewassen te kunnen produceren met middelen die steeds schaarser worden, zoals energie, water en arbeid. De Club van 100 kan daar met gedegen wetenschappelijk onderzoek aan bijdragen."



Beeld: Wageningen University & Research

In gesprek met bedrijven

Een belangrijk component in de Club van 100 is de gespreksvoering tussen WUR en bedrijven in de glastuinbouwketen. Jacqueline: "Dit stimuleert WUR om kennis te vergaren die van toegevoegde waarde is voor het bedrijfsleven, en bedrijven om innovatiestrategieën te toetsen aan de bestaande wetenschappelijke inzichten. Zo blijf je elkaar inspireren. Bij de Club van 100 beginnen we projecten dan ook door aangesloten bedrijven te vragen waar zij op lange termijn behoefte aan hebben. Dat zijn enorm interessante gesprekken. De uitdaging is om te achterhalen welke behoefte er precies schuilgaat achter de vraag van het bedrijf. Als we dat eenmaal weten, denken onze experts graag mee over onderzoeksprojecten die erop aansluiten. En als de kennis al beschikbaar is, denken we mee over hoe we die toepasbaar kunnen maken voor het individuele bedrijf."

Meer doen met technologie

Ook de uitwisseling van kennis vormt een wisselwerking. Terwijl men bij WUR antwoorden zoekt op vragen van bedrijven in de tuinbouwsector, doen deze bedrijven in de praktijk kennis op die van pas komt in wetenschappelijk onderzoek. Daarnaast ontwikkelen bedrijven nieuwe technieken die op interesse kunnen rekenen bij onderzoekers in Wageningen. "Bij WUR ontwikkelen we zelf geen technologische innovaties", legt Jacqueline uit. "Maar onze wetenschappers doen wel graag onderzoek naar de mogelijkheden van de nieuwste

technologische ontwikkelingen, bijvoorbeeld om het gebruik ervan te optimaliseren. Enkele jaren geleden is er bijvoorbeeld onderzoek gedaan naar software die ziekten en plagen kan herkennen. Deze techniek bestond al. Maar toen we de werking ervan onderzochten, bleek de software zoveel bruikbare data te verzamelen dat we er met enkele aanpassingen ook oogstvoorspellingen mee konden doen. Vervolgens heeft één van de bedrijven in de Club van 100 dit concept verder uitgewerkt, en dat is recent, zeven jaar na het begin van dit onderzoek, op de markt gebracht. Een mooi voorbeeld van het omzetten van kennis in praktische toepassingen."

Ideaal netwerk

Jacqueline zet zich in haar werk vol enthousiasme in voor het succes van de Club van 100, en dat komt mede doordat ze overtuigd is van de kracht van het initiatief. De diversiteit van het aangesloten netwerk is volgens haar de ideale basis om wetenschappelijk onderzoek ten behoeve van de tuinbouwsector te bevorderen: "Bijzonder aan de Club van 100 is dat onderzoekers, bedrijven en overheidsinstellingen onderdeel uitmaken van één netwerk, dat zo over alle componenten voor succesvolle innovatie beschikt. Bovendien is de gehele leveranciersketen vertegenwoordigd, bijvoorbeeld kassenbouwers en installatiebedrijven, maar ook banken en leveranciers van substraat, uitgangsmateriaal en gewasbeschermingsmiddelen. Doordat deze partijen vanuit verschillende perspectieven meedenken, komen we in relatief korte tijd tot innovaties die de glastuinbouw winstgevender en toekomstbestendiger maken. Ik kijk ernaar uit om - met alle leden samen - te laten zien hoe we kunnen bijdragen aan een duurzame en toekomstbestendige sector."



Beeld: Wageningen University & Research

De bedrijven van Horticoop

Horticoop heeft diverse bedrijven in haar portefeuille. Deze bedrijven dragen stuk voor stuk een ander steentje bij aan een duurzaam ontwikkelende, toekomstgerichte tuinbouw. Welke bedrijven er momenteel in de portefeuille vallen, en wat ze voor u kunnen betekenen, zetten we op een rijtje.



Lensli

Lensli ontwikkelt en produceert al meer dan 115 jaar kwalitatief hoogwaardige substraten voor de professionele tuinbouw in binnen- en buitenland. Dat doet de substraatspecialist in nauwe samenwerking met de klanten en voor alle segmenten en teelten binnen de branche: van bloeiende en groene potplanten tot orchideeën, groente- en fruitteelt, perk-, zaai- en stekgoed, en boomkwekerijen. Voor welke teelt de substraten ook geproduceerd worden, consistente kwaliteit staat altijd voorop. Lensli's klanten kunnen bij iedere teelt van dezelfde substraateigenschappen uitgaan. Tel daar een onvermoeibaar team van specialisten bij op, dat een enorme gedrevenheid heeft om precies die substraatsamenstelling aan te bieden die een teelt helpt succesvol te maken, en je hebt de kern van Lensli te pakken. De organisatie is continu op zoek naar innovaties en verbeteringen die de substraten – en daarmee de teelten – nog beter maken.



Lumiforte

In 2022 heeft Lumiforte haar nieuwe naam gelanceerd. Daar waar het bedrijf eerst uit verschillende onderdelen, waaronder Mardenko, Sudlac en Smartcoat, bestond, verschaft haar nieuwe naam een eenduidig, allesomvattend beeld. 'Lumi' voor licht en 'forte' voor kracht en sterkte! Lumiforte maakt hoogintelligente coatings die telers helpen hun gewassen te beschermen tegen bijvoorbeeld te veel warmte en licht. Door het gebruik van de coatings kan een teler de condities in de kas reguleren. Zo ontstaat voor elk seizoen het juiste kasklimaat, dat een positief effect heeft op de groei van de gewassen. Lumifortes coatings kunnen zelfs de steellengte van een roos beïnvloeden! Met meer dan 50 jaar historie en kennis mag Lumiforte zichzelf internationaal koploper op coatingsgebied noemen. Het bedrijf staat echter niet stil, want het brengt voortdurend innovaties op de markt. Een teler mag erop vertrouwen dat de coatings-specialist alles in het werk stelt om de opbrengst per m2 voor de teler te optimaliseren.



HORTICOOP
TECHNICAL SERVICES

Horticoop Technical Services

Horticoop Technical Services biedt slimme technische oplossingen voor ieder tuinbouwbedrijf en is een betrouwbare stabiele partner waar iedere tuinderij op kan rekenen. Het bedrijf zet zijn technische kennis en expertise in om tuinbouwbedrijven duurzamer en efficiënter te maken en zo een hoger rendement te verwerven. In samenwerking met de betreffende kweker of teler zorgt Horticoop Technical Services voor op maat gemaakte technische oplossingen op het gebied van water, elektro, klimaat en licht. Deze technieken combineert en installeert het bedrijf vervolgens. Het bedrijf biedt onderhoud aan, maar realiseert ook nieuwbouwprojecten en vervangt en optimaliseert bestaande installaties. En extra fijn: waar veel bedrijven slechts gespecialiseerd zijn in één fabrikant van klimaatinstallaties, is Horticoop Technical Services dealer van twee van de grootste merken klimaatcomputers. Het kasklimaat kan zowel met Ridder- als met Hoogendoorn-technologie volledig geautomatiseerd worden.



holimco

Holimco

Holimco is gevestigd in het Franse Villevêque bij Angers en is gespecialiseerd in tuinbouwartikelen en tuinbouwtechniek. Het bedrijf combineert Franse hoffelijkheid met Hollandse vooruitstrevendheid en is mede daardoor inmiddels uitgegroeid tot een autoriteit in de Franse tuinbouwsector. Met behulp van een breed scala aan machines, robots en apparatuur helpt het bedrijf de groei van gewassen en een vruchtbare teelt te bevorderen. Dankzij de rijke ervaring die het bedrijf de afgelopen 70 jaar in de Franse tuinbouwsector heeft opgedaan, weet het een bijdrage te leveren aan het verduurzamen van de sector. Daarnaast staat Holimco altijd open voor nieuwe innovaties en strategische aanpassingen van de organisatie om als bedrijf te blijven groeien.



Gärtnerereinkauf

Gärtnerereinkauf München

Het Zuid-Duitse bedrijf Gärtnerereinkauf München (GEM) levert zijn uitgebreide assortiment van potgrond, meststoffen, potten en overige (technische) producten voornamelijk aan potplantbedrijven en tuincentra. Daarnaast biedt het retailproducten aan voor doorverkoop aan consumenten. En niet zonder succes: door de kennis, flexibiliteit en efficiënte logistiek is GEM de afgelopen jaren flink gegroeid. De buitendienst van GEM gaat graag bij klanten op bezoek. Op locatie onderzoekt het team van GEM samen met de klant de behoeften en gewenste ontwikkelingen. Zo wordt de ambitie waargemaakt om een gezonde toekomst van de tuinbouw te verzekeren. >

Horticoop Scandinavia

Horticoop Scandinavia is een one-stop-shop in Denemarken, waar kwekers alle producten kunnen vinden die nodig zijn voor hun productieproces. De belangrijkste afnemers zijn potplantkwekers in Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland. Niet alleen voor kwekers is het bedrijf van toegevoegde waarde, ook voor fabrikanten. Door de verkoopactiviteiten van fabrikanten op de Scandinavische markt volledig uit handen te nemen, onderscheidt het kleine, deskundige team zich. De grotendeels buitenlandse producenten kunnen niet alleen vertrouwen op de uitstekende relatie die Horticoop Scandinavia heeft met zijn afnemers, maar ook op de schat aan kennis die de teamleden bezitten. Voor de kwekers die klant bij het bedrijf zijn, maken de werknemers niet alleen verkoopplannen, maar geven ze ook proactief advies.

Hort Americas

Hort Americas begon ooit als groothandel in het Amerikaanse Bedford, Texas. Inmiddels heeft het zich ontwikkeld tot een ware specialist in urban en vertical farming, tuinbouwartikelen en led-groeibelichting. Naast verkoopkanaal is Hort Americas ook een kenniscentrum en deelt het nieuwsupdates, onderzoek en achtergrondartikelen over de landbouwsector via vele kanalen, zoals de website, boeken, seminars en zelfs gecertificeerde opleidingen. Het bedrijf weet door technologie en onderwijs de ontwikkeling in de tuinbouw te versterken. ■



Horticoop wenst u een voorspoedig 2023!



HORTICOOP
SAMEN GROEIEN

www.horticoop.nl