

2012

Uitgelicht: Sla je slag in Mokum

SIGN vroeg twee ondernemers in de stad verdienmodellen voor de tuinbouw uit te werken. Hun advies: ga niet naar de stad om er grootschalig te produceren, maar om er lokale en verse producten te verkopen, te testen en te promoten. Met je product de stad in trekken levert gemiddeld een € 0,30 hogere marge per kilo op. Kleinschalige productie in de stad kan het product extra onderscheidend maken. Tuinders kunnen samen met deze twee ondernemers een nieuwe onderneming opzetten. Samen investeren en samen de marge verdelen.



SIGN en Innovatie-
Netwerk jagen
grensverleggende
vernieuwingen aan
in de samenleving.



Je hoort veel over stadslandbouw. Van een dakboerderij tot het ontwerp van grote stadskassen of telen in leegstaande kantoren. Is het een hype of een echte trend? De conclusie van deze stadsondernemers is helder; telen in de stad is technisch wel mogelijk, maar de belangrijkste vraag is niet hoe je aan je product komt, maar hoe je er vanaf komt tegen een goede marge. In Nederland kweken we grotendeels grote partijen voor het buitenland. De afzet is daardoor onzeker en de prijzen laag. Daarom is grootschalige stadslandbouw tegen een hogere kostprijs geen goed idee. Maar er zijn onderscheidende gewassen met een relatief hoge toegevoegde waarde, zoals smaakaardbeien uit een groene wand en verse kruiden. Een combinatie met directe verkoop in de stad, van zowel de stadsteelt als de teelt in de buurt van de stad, is een goede kans voor telers om hun producten beter in de markt te zetten.



Dragonfly:
Futuristisch plan
van Vincent Calle-
baut Architectures.



Samen de stad in

Er zijn voor Nederlandse telers zeker mogelijkheden in de stad. Niet zozeer met de primaire teelt, maar wel om in contact te komen met de grote groep consumenten in de steden. Deze hebben steeds meer behoefte aan lokaal en vers voedsel en willen dit het liefst direct kopen van lokale telers. Maar hoe krijg je die producten bij de consument? Verkoop via de supermarkten is lastig, want die verkopen groenten en fruit onder eigen label en kopen in tegen de laagste prijs. De kans ligt in alternatieve wegen om de consumenten (eindgebruikers) te bereiken. Met het product online gaan is voor groente en fruit nauwelijks een optie: daarvoor zijn de logistieke kosten voor vers te hoog.

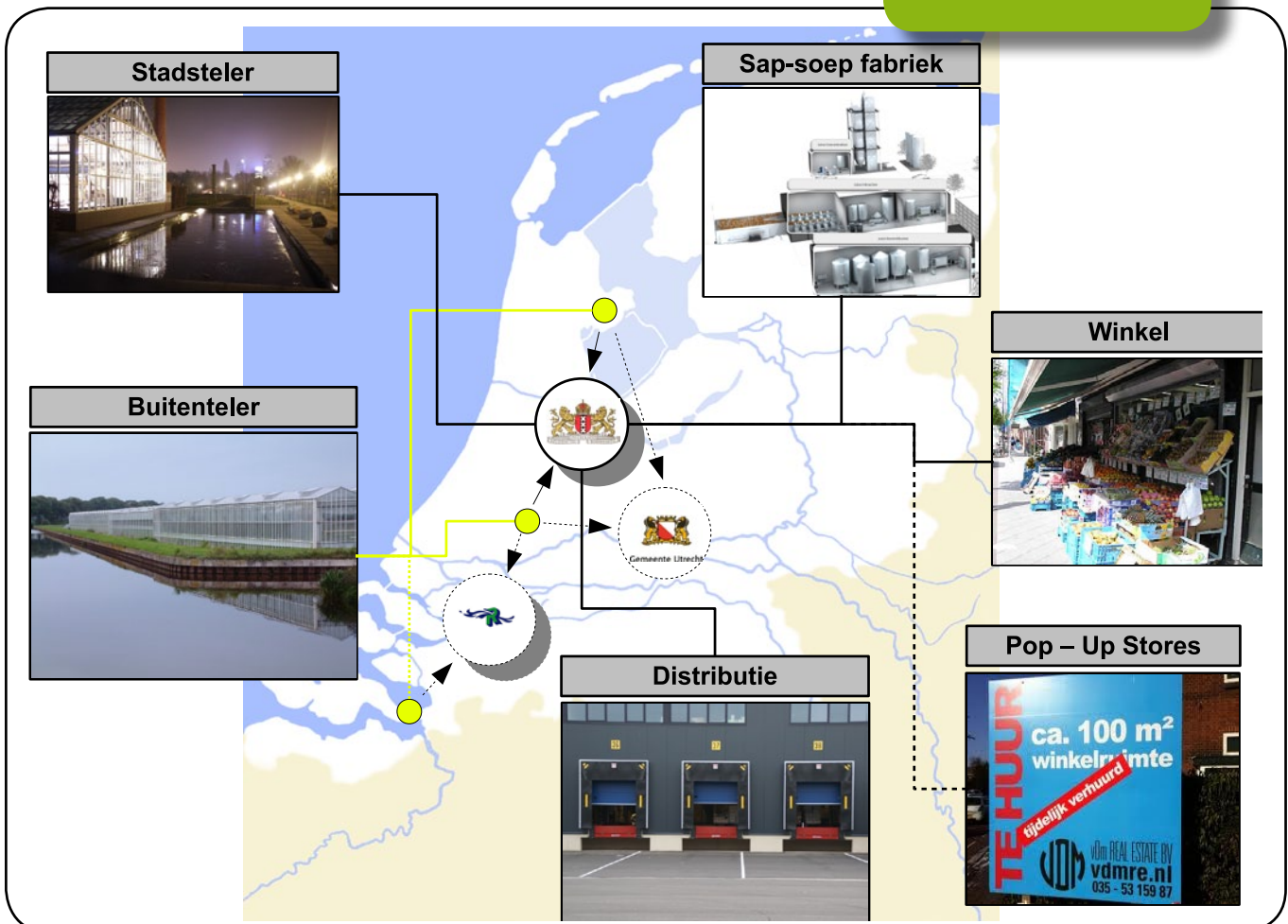


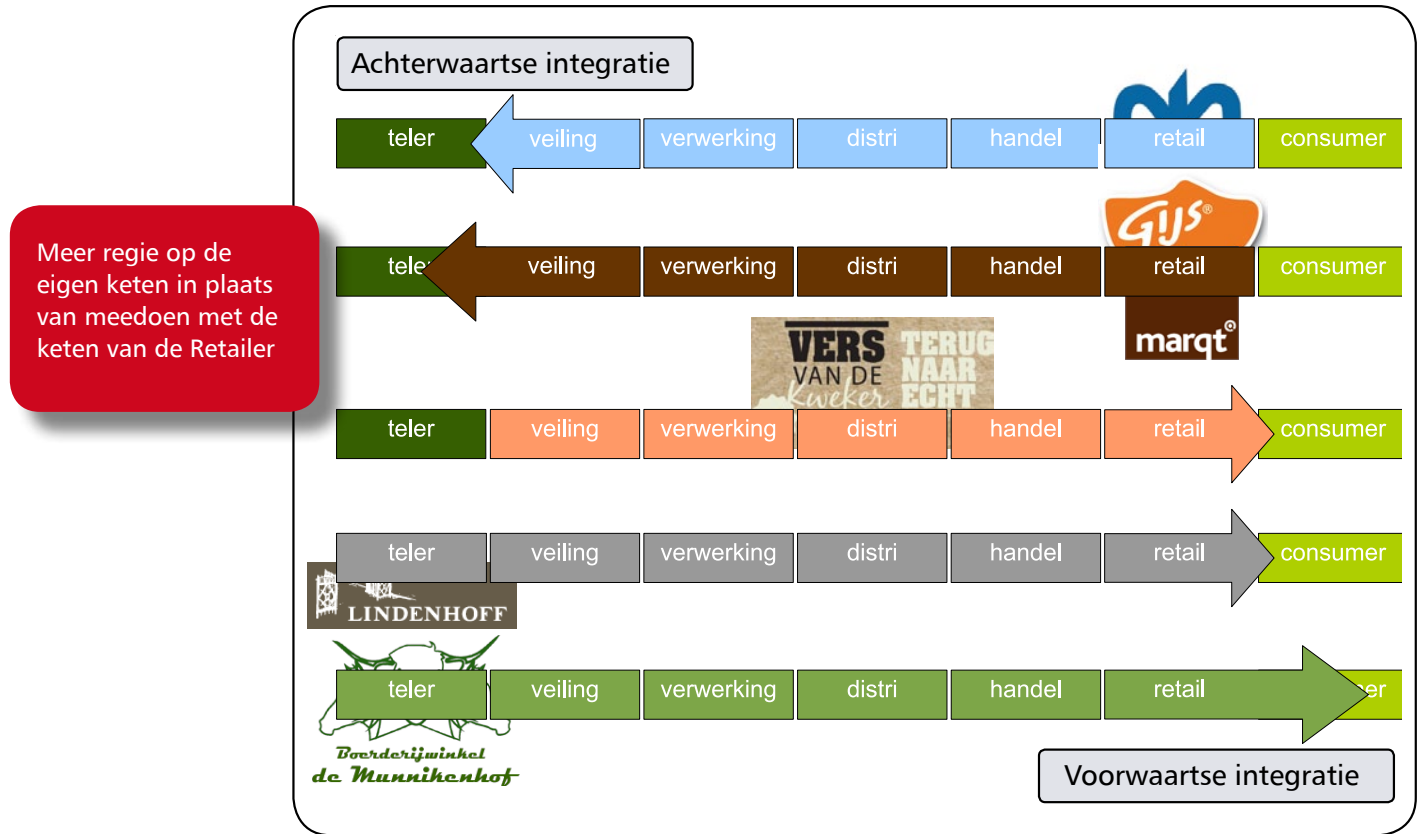
De supermarkten trekken steeds meer van de keten naar zich toe bijvoorbeeld door contractteelt.

Telers kunnen op hun beurt de keten registreren door bijvoorbeeld een boerderijwinkel. Probleem bij de boerderijwinkel is het beperkte verzorgingsgebied.

Telers, of telers-verenigingen gaan in het plan van Marc van Lange en Roger Thé niet zelf naar de klant, maar gaan wel actief deelnemen met een investering in zowel geld als tijd. Met een intensieve samenwerking met een ondernemer in de stad kunnen telers dit organisatorisch goed invullen.

Het concept: de steden zijn het middelpunt van een netwerk van eigen winkels, ambachten en distributie die eigendom zijn van een groep telers die rondom de stad zitten





Waarom als teler meedoen?

Als telers komt u steeds verder onder druk te staan door de inkoopmacht van de grote supermarkten. De grote Duitse retailer Tengelmann groep heeft geïnvesteerd in Bright-Farms.com, een exploitant van teeltlocaties op daken van supermarkten. Voor de andere telers betekent dit lage prijzen en een onzekere afzet. Telers hebben geen alternatief, want 80% van de afzet aan consumenten gaat via retail.

Nieuwe winkels als Marqt en Landmarkt gebruiken de naam en het gezicht van de teler in hun merkbeleving, maar ze hebben een heel klein aandeel in het totaal. Grote foto's en mooie verhalen geven de lokale producten een gezicht. De telers zijn hierbij geen aandeelhouders van het distributiekanaal.

En ook hier zijn er aandeelhouders die hun rendement willen zien.



BrightFarms: rendering van een kas boven op een leegstaand gebouw in Sunset Park, Brooklyn, een ideale locatie voor vergeten groenten en innovatieve producten.

De boerderijwinkel



Een van de oplossingen om los te komen is voorwaarts integreren; dus zelf de keten inrichten van telers naar de consument. Telers zijn dan niet meer afhankelijk van een marktpartij die invloed heeft op de eerlijke prijs. Dit principe, in combinatie met onderscheidende producten en "live" beleving, bewijst zich nu al bij boerderijwinkels. Succesvolle ondernemers als de Lindenhoff, die ooit zijn begonnen als primaire procent, zijn de boerderijwinkel ontstegen en rijden nu met eigen transportmiddelen de eigen ambachtelijke en hoogwaardige producten naar de stad.

Initiatiefnemer Marc van Langen: 'Het principe van de boerderijwinkel wordt in ons plan op een andere manier toegepast. Het geeft de relatie tussen de stad en telers buiten de stad opnieuw vorm. Daarbij speelt de teler een actieve rol. Hij heeft zelf direct voordeel van een keten die zich erop richt om zijn producten aan de man te brengen. Dat is het verschil.'

Meedoen?

SIGN zoekt samen met twee ondernemers naar telers of een telersvereniging die geïnteresseerd is te investeren in dit concept en deel te nemen aan een nieuwe organisatie die deze plannen gaat uitvoeren. Wij schatten op dit moment het afgezet volume in tussen de 1000 – 5000 ton per jaar met een extra marge op de korte termijn van € 300 per ton. Het gemiddeld rendement op de investering in de keten is 15%. Het volume kan worden opgeschaald en internationaal worden uitgerold. Daarnaast kan door het voeren van een merk in de winkels in de stad de naamsbekendheid van het product en merk sterk verbeteren en kunnen producten het assortiment aanvullen in "niet eigen" kanalen.

Neem contact op met Peter Oei (06 515 42 882) voor meer informatie. Serieuze telers kunnen meer inzicht in het business plan krijgen.

Colofon

SIGN, Postbus 51, 2665 ZH Bleiswijk
www.innovatieglastuinbouw.nl
E: sign@innovatieglastuinbouw.nl

Programmadirecteur:
Peter Oei Tel. 06 515 42 882
Programmamanager:
Dewi Hartkamp Tel. 06 531 31 944



Stichting Innovatie Glastuinbouw (SIGN) is een initiatief van LTO Glaskracht Nederland. SIGN heeft voor de uitvoering van haar werkprogramma een alliantie met InnovatieNetwerk. InnovatieNetwerk is een initiatief van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.



De glastuinbouw investeert in SIGN via het Productschap Tuinbouw.

Productschap  Tuinbouw