



De biologische handel van Jan Groen

Jan Groen met teler in bio-wortelveld

Van land tot klant

Green Organics is een sterk groeiende handelsonderneming die sinds 2000 op nationaal en internationaal niveau de teelt, aanvoer en afzet van biologische groente en fruit reguleert. Vanuit het kantoor in Dronten wordt jaarlijks twintigduizend ton product vermarkt. Driekwart daarvan komt uit Nederland, de rest uit andere, meest Europese landen. Op deze manier kan Green Organics zijn klanten jaarrond beleveren.

Veertig procent van de aanvoer bestaat uit peen. Daarnaast vormen erwten, bonen, spinazie, suikermaïs en uien een aanzienlijk deel van de totale omvang. Bijna de helft vindt haar weg in de industriële sector en wordt door strategische partners verwerkt tot conserven, babyvoeding of diepvriesproducten. Het grootste deel wordt vers verhandeld. Green Organics produceert vooral service en logistiek. “We zijn een dienstverleningsbedrijf,” zegt directeur Jan Groen.

Eerst afzet, dan telen

Wie een Nederlandse supermarkt of natuurvoedingswinkel bezoekt, zal vaak producten tegenkomen die daar via Green Organics zijn terechtgekomen. Vers verpakt, geconserveerd, verwerkt, diepgevroren of los. Veertig procent van de totale aanvoer vindt haar afzet in Nederland. Green Organics exporteert vooral naar Duitsland, Scandinavië, Italië, Engeland, België en Frankrijk.



1



3



2

“Groeien is geen doel, de afstemming moet passen en kloppen. Het juiste product moet op het juiste moment bij de afnemer zijn.”

In 2000 startte Jan Groen handelsbedrijf Green Organics. “Het is allemaal heel klassiek begonnen; op een zolderkamer. Nadat ik tien jaar in de gangbare veilingwereld had gewerkt, kwam ik in 1995 bij Nautilus terecht. In 1999 zag ik een gat in de commerciële afstemming van onder meer de oogst van vrije telers op de handelsmarkt. Dit aantal telers was sterk stijgend en vroeg om begeleiding. Die vraag was groot, dus ben ik daar mee aan de slag gegaan. Ik heb me in het begin vooral op Nederland gericht. Bellen, faxen en veel op pad gaan. Vrij snel openden we ons eerste kantoor in Dronten. Het pand waarin we nu zitten is inmiddels ons vierde kantoor. De filosofie is steeds dezelfde gebleven; eerst afzet, dan telen.”

Green Organics waarborgt telers continuïteit door middel van prijsafspraken en afspraken op productieniveau. Die zijn bepalend voor het te telen gewas, het areaal en het ras. “Doordat we werken met veel verschillende groenten zijn we een interessante partij voor telers. Zij kunnen verschillende gewassen via ons kwijt. Bovendien zijn we interessant omdat we voor de verschillende rassen en kwaliteiten van eenzelfde groente diverse marktbestemmingen hebben. Groen regelt ook de machinale oogst en het eventuele transport naar de afnemers.

BioFach en Greenways

Beurzen worden ook regelmatig bezocht. De BioFach is voor Groen belangrijk. “We staan er ieder jaar. Het is dé ideale beurs voor marktmeting en voor het maken van afspraken voor een internationaal opererend bedrijf als het onze. De BioFach is een reünie, een vorm van relatiebeheer en een ideale plek voor nieuwe handelscontacten. Het begin en het eind van de schakel zijn er vertegenwoordigd. We kunnen er de klokken met de afnemers gelijkzetten en tegelijkertijd de teeltplannen met de tuinders afronden.”

In 2007 heeft Green Organics het verwerkingsbedrijf Greenways in Lelystad overgenomen. Deze zusteronderneming houdt zich naast het verpakken van diverse groenten ook bezig met het verwerken van suikermaïs. Omdat het bedrijf nog steeds groeit, is het een belangrijke tak van Green Organics geworden. Vanwege de groei week Greenways een half jaar geleden uit naar een nieuwe locatie in Waspik om tijdens de oogst de maïs daar te ontkorrelen en te verwerken. Groen signaleert verder de laatste jaren een sterk groeiende vraag naar ‘vergeten’ groenten als schorseneren, pompoenen en wortelpeterselie. Binnen de industriële sector zijn verder vooral doperwtten, spinazie en sperziebonen gewilde producten.

Foto 1: Bio-spinazie op het land

Foto 2: BioFach 2008 - Jan Groen rechts, met collega's

Foto 3: Display Green Organics op de BioFach 2008



Jan Groen met de oogst van bio-wortelen, najaar 2008

Nederlands product

Bijna driekwart van de producten die Green Organics verwerkt, is van Nederlandse afkomst. Ook buitenlandse telers worden door het bedrijf bezocht. “We gaan bij alle telers kijken en willen het verhaal achter het bedrijf met eigen ogen zien en de teler waar nodig begeleiden door middel van teeltplannen. Wanneer we de keuze hebben tussen Nederlandse producten en buitenlandse goedkopere producten proberen we – als het voor de Nederlandse markt bestemd is – toch voor producten uit eigen land te kiezen. Een van de kenmerken van biologische landbouw is namelijk dit zo milieuvriendelijk mogelijk te doen. Vaak kun je je echter afvragen of die Nederlandse hogere prijs wel nodig is en of deze op langere termijn noodzakelijk is. De peenprijs bijvoorbeeld was een paar jaar geleden exceptioneel hoog. Het is belangrijk om een passende prijs te hebben. Dan is het gezond zaken doen en werkt het ook op langere termijn.” Groen ziet genoeg groeimogelijkheden voor Nederlandse tuinders. “Bij telers buiten Nederland worden rassenkeuze en sortering steeds belangrijker. Men ziet in dat het niet langer alleen om de kosten draait en dat kwaliteit steeds belangrijker wordt. Ik verwacht dat die tendens ook in ons land plaats zal vinden. Hier liggen mogelijkheden voor de boeren.

We leven in Nederland in een walhalla wat de teeltomstandigheden betreft, want grond en klimaat zijn gunstig.”

Marktwerving

Groen zag sinds de start van zijn bedrijf in 2000 zijn omzet jaarlijks met 20 à 25 procent groeien. De laatste jaren is er sprake van een afvlakking. Hij signaleert een veranderende marktwerving. “Vijf jaar terug was er sprake van een sterk vragende markt binnen de biologische sector. Je kon zaaien wat je wilde, je raakte het toch wel kwijt. Inmiddels is de markt meer in balans. Dat vraagt om een andere werk- en handelswijze. We moeten vraag en aanbod goed op elkaar afstemmen. Historisch gezien past het bij de biologische landbouw. Een stijging in de markt, dan een afvlakking, dan een regulering en weer een stijging. Momenteel zitten we in de fase van de regulering en daarna verwacht ik weer een stijging.” Zijn bedrijf is daar klaar voor. “Groeien is geen doel, de afstemming moet passen en kloppen. Het juiste product moet op het juiste moment bij de afnemer zijn. De methodiek en systematiek binnen ons bedrijf is er. Green Organics werkt internationaal en heeft een flinke poot binnen de teelt en binnen de afzet. Van land tot klant. Dat lijkt me moeilijk te evenaren.” ■