



# Appeltje eten met Obama

**Fruitboomkweker Jan van Ingen (Boomkwekerij P. van Rijn) kweekt bomen, maar vooral markten**

Jan van Ingen is allesbehalve een gewone kweker. In het twee uur durende interview hebben we ongeveer alles besproken op het gebied van marketing, politiek lobbyen, veredelen en productontwikkeling. Pas als ik later met hem over het bedrijfsterrein loop, komt de kwekerij (kort) ter sprake.

Auteur: Hein van Iersel

Misschien heeft een en ander te maken met de achtergrond van Van Ingen. Hij is niet in het bedrijf geboren, maar erin getrouwd. De opa van zijn schoonvader startte het bedrijf in 1905 in Wamel. Sinds 1991 leidt Jan van Ingen het bedrijf.

Ondanks dat alles hoort Van Ingen met zijn bedrijf P. van Rijn wel tot de top van de Nederlandse fruitboomkwekers. Op dit moment heeft Van Rijn naar eigen zeggen 115 hectare in cultuur. Bijna allemaal pachtgrond en allemaal in het Land van Maas en Waal en het Rijk van Nijmegen, in een cirkel van grofweg 25 kilometer om het bedrijf heen. Dat areaal wordt bewerkt met een club van twaalf mensen in vaste dienst, die in het seizoen worden ondersteund door een team van dertig veelal Oost-Europese seizoensmedewerkers.

Van Rijn werkt met vier ploegen van ongeveer acht man, die worden aangevoerd door een voorman. Daarnaast zijn er ook nog een fulltime bedrijfsleider, een loodschef en een aantal mensen op kantoor.

Het areaal waar Van Rijn op kweekt, bestaat overwegend uit pachtgrond die in cyclussen van twee tot zes jaar wordt gepacht. Van Ingen: "Meestal planten we de eerste twee jaar appels, dan een jaar mais en ten slotte drie jaar peren." Omdat Van Rijn twee keer zo veel appels als peren kweekt, gaat die som niet helemaal op en wordt sommige grond al eerder teruggegeven dan na zes jaar.

## Cisgenese

Van Ingen is weliswaar bezig met al het bovenstaande, maar zijn agenda wordt ook in beslag genomen door heel veel andere zaken. In mei vertrekt hij naar Washington voor een gesprek met het Amerikaanse ministerie van Landbouw. Doel is een brede acceptatie voor cisgenese-modificatie. Het gaat hier om genetische modificatie waarbij het gen met de resistentie tegen een bepaalde ziekte wordt geïsoleerd en in een plantencel wordt 'gestopt'. Het woord cisgenese staat daarbij

voor het feit dat het betreffende gen niet van een ander organisme afkomstig is, maar appelp-eigen is. Op dit moment is er onder andere al een schurftresistente Gala in test. De centrale vraag is niet of deze technologie werkt of niet, maar of deze producten zonder meer op de markt gebracht mogen worden. De consument is namelijk heel gevoelig voor alles wat naar genetische modificatie riekt. Dit is in ieder geval wel nodig bij producten waarbij transgene producten worden gebruikt.

Doel van de trip naar Washington is de Amerikanen ervan te overtuigen dat een cisgene appel zonder aanvullende labelling op de markt gebracht mag worden, omdat deze het meest te vergelijken is met een modernere vorm van klassieke veredeling. Bij de andere vorm van genetische modificatie, dus waarbij een gen van een andere soort in de plant wordt ingebouwd, wordt een antibioticum gebruikt. Omdat dit sporen achterlaat in de DNA-structuur van de plant, bestaat theoretisch de mogelijkheid dat je bij overmatige consumptie resistent tegen





De juist geplante bomen worden met twee wieljes aangedrukt.



Planten gebeurt met een tractor met voorop een rotorkoepel en achterop de plantenploeg.

## “Je hebt verschillende soorten bedrijven. Wij willen op lange termijn denken”

antibiotica zou kunnen worden. Bij cisgene genetische modificatie zou dat gevaar niet bestaan. De voordelen van schurftresistentie bij appels zijn overigens enorm. Schurft is een hardnekkige schimmel die de bladeren en vruchten van appelbomen aantast. Tachtig procent van de bestrijdingsmiddelen in de fruitteelt is gericht op bestrijding van schurft. De volgende stap in de acceptatie van de cisgenese-appel is acceptatie door de Europese Unie.

Van Ingen is bij het project betrokken via het bedrijf Tree Quattro bv. Dit is een consortium van de vier grootse fruitboomkwekers van Nederland en België: Verbeek uit Steenberg, Fleuren uit Baarlo, René Nicolai uit België en als vierde Van Rijn uit Wamel. Tree Quattro heeft samen met Inova fruit bv uit Geldermalsen weer Spring Quest bv opgericht, die mede investeert in biotechnologie, waaronder cisgenese, alsook in de appelveredelingsactiviteiten van Wageningen Universiteit.

### Lange termijn

Hoe verklaart Van Ingen die betrokkenheid bij veredeling? Dat zijn toch zaken die pas op heel lange termijn rendement opleveren. Van Ingen: “Je hebt verschillende soorten bedrijven. Wij willen op lange termijn denken.” Als ik later met Van Ingen langs zijn vier grote koelcellen loop en

hij uitlegt hoe de prijsvorming in de fruitteelt in elkaar zit, begrijp ik wat hij bedoelt. Een ‘simpele’ Elstar kost tussen de drie en vier euro per boom, dat is inclusief royaltyvergoeding. Die prijs kan oplopen tot 6 à 7 euro voor een boom met een bewezen meerwaarde, zoals ziekteresistentie. Als boomkweker kun je dus geld verdienen als je investeert in de toekomst en licenties hebt waar in de toekomst vraag naar is.

De fruitteelt kent het fenomeen van de zogenaamde clubrassen. Dit zijn rassen waarbij de licentiehouder volledig zeggenschap houdt over zowel productie als afname van het fruit.

Dat is volgens Jan van Ingen in theorie weliswaar een mooi systeem, maar in de praktijk gebeurt het maar al te vaak dat de fruitteeler aan het kortste eind trekt. Volgens Van Ingen komt dat met name door de stevige vergoedingen in de keten voor opslag, transport, verpakken en ompakken (zie schema). Van Ingen heeft voor het ras Maribelle onder de merknaam ‘Lola’ een nieuw prijsvormingssysteem ontwikkeld, dat primair uitgaat van de fruitteeler.

### Anticyclisch

Het verkoopschema achter de Lola noemt Van Ingen anticyclisch. Bij veel agrarische producten



Iedere boom werd met de hand opgebracht.

	Anticyclisch calculeren		Clubbrassen	
Teler prijs Vast	0,50	Prijs af pakstation Variabel	0,92	
		Promotie	- 0,08	
Sorteren	+ 0,12		- 0,15	
transport	+ 0,04		- 0,04	
Provisie handel	+ 0,04	Provisie Handel	- 0,04	
Kweeklicentie	+ 0,12		- 0,04	
Verpakking	+ 0,10		- 0,10	
Prijs af pakstation	0,92	Teler prijs variabel	0,47	

**Van Ingen heeft voor het ras Maribelle onder de merknaam 'Lola' een nieuw prijsvormingssysteem ontwikkeld, dat primair uitgaat van de fruitteler**

wordt de prijs feitelijk door de retailer bepaald. Deze stelt zijn prijs vast, vervolgens declareren alle partijen in de keten hun kosten en wat overblijft gaat naar de boer of in dit geval de fruitteler. Voor Lola probeert Van Ingen dit om te draaien. De fruitteler krijgt, afhankelijk van de kwaliteit, voor zijn product een vastgestelde prijs van bijvoorbeeld 50 cent per kilo. Alle partijen in de keten die nodig zijn om het product op een goede manier bij de retailer in de schappen te

krijgen, de zogenoemde 'dienstverleners', komen bovenop deze prijs. De dienstverleners ontvangen een vergoeding voor hun verleende dienst, die voor iedere dienstverlener gelijk is. Door deze op de vastgestelde basisprijs te stapelen, ontstaat de retailprijs, die eveneens weer, af pakstation, voor iedereen gelijk is. Volgens Van Ingen is het daarbij ook nog eens zo dat veel partijen in de keten te hoge kosten maken. Transport en verpakken kan volgens Van Ingen bijvoorbeeld veel goedkoper door het meteen goed te doen. Lola wordt grotendeels afgezet via fruithandelaren.

Voor de verkoop van de appels heeft Van Ingen samen met de ontwikkelaar van het ras de Sonnaville en fruitteler Mathieu Gremmen het bedrijf Jabema bv opgericht. Alleen appels van het ras Maribelle die via Jabema bv hun afzet vinden, mogen de naam Lola dragen. Naar eigen zeggen is Van Ingen meer dan succesvol met de Lola. Het anticyclische model draagt daar bijna ongewild aan mee. Zowel een Britse als een Duitse supermarktketen



*Incidenteel worden bomen met de hand rechtgezet of aangedrukt.*





*Als soldaten mooi in het gelid.*



*Voor het ras Maribelle heeft van Ingen onder de merknaam 'Lola' een nieuw prijsvormingssysteem ontwikkeld.*

verkoopt deze appel. Het aspect van een hogere positive return voor de teler is juist belangrijk om de duurzaamheid van het product aan te tonen. Van Ingen: "De Engelsen redeneren dat duurzaamheid niet alleen om minder gewasbescherming gaat, maar ook om een eerlijke prijs voor de producenten."

De Duitsers en de Engelsen hebben geopteerd voor een afname van respectievelijk 8 en 5 miljoen, mits de productie toereikend is. Voorwaarde is wel dat P. van Rijn de appel ook in Engeland, dus dichterbij de markt, laat produceren. Ook dat past weer in de duurzaamheidsgedachte.

Een ander pluspunt van de Lola op het gebied van duurzaamheid is de hoge productie per hectare, en daardoor de lage milieudruk per kilo eindproduct en de langere bewaarbaarheid. De Lola-appel op zich is volgens Van Ingen qua smaak niet heel bijzonder: "Gewoon een appel die iedereen lekker vindt, zonder een uitschieter te zijn."

**"Wij wilden een merk neerzetten waarvan mensen het idee hadden dat het er al jaren was. Mensen zijn een beetje moe van steeds maar weer nieuw"**

#### Truttig

Bij het vermarkten van een eigen appelras hoort ook een eigen marketingcampagne. Als ik bij Van Ingen op zijn kantoor zit, staan er overal presentaties van een reclamebureau. De hoofdrol in de campagne is niet voor een frisse knappe meid, maar voor een misschien wat sullig uitzienend ventje met jarenvijftighaartjes. Volgens Van Ingen is ook daar over nagedacht: "Wij wilden een merk neerzetten waarvan mensen het idee hadden dat het er al jaren was. Mensen zijn een beetje moe van steeds maar weer nieuw. Verder wordt onze appel voornamelijk door huisvrouwen gekocht, en die vinden een kind leuker dan een knappe jonge vrouw."