

Wat is de rol van
Nederlandse
zaadbedrijven?

Betere groentezaden voor kleine boeren

SMALL FARMERS
BIG DEAL



Inhoud

Nederland wereldleider in groentezaden 3

Dragen Nederlandse veredelingsbedrijven bij aan hogere opbrengsten voor miljoenen kleine boeren in ontwikkelingslanden? En werken ze samen met hun organisaties en coöperaties? Verslag van een speurtocht.

East West Seed: Voorlichting is duur 8

East West Seed veredelt groentezaden voor kleinschalige boeren in Azië en Afrika. Voorlichting aan boeren is belangrijk, maar kostbaar. 'Als wij voorlichting geven, kunnen boeren vervolgens hun zaad ook bij een ander bedrijf kopen.' Kleine boeren op Java hebben wel grotere problemen dan de zaadprijzen, schrijft correspondent Bambang Supriyanto.

Rijk Zwaan ziet potentie in markt voor kleine boeren 12

Afrisem, dochterbedrijf van groentezaadgigant Rijk Zwaan wil Afrikaanse tuinbouwers voorzien van lokale, hybride rassen. Is dat meer dan een sympathiek ontwikkelingsproject?

Voor kleine boeren in Tanzania is het verbeterde zaaigoed veelal niet beschikbaar in de lokale *seed shops*, meldt landbouwjournalist Esther Mwangabula vanuit Arusha.

Hoe zetten bedrijven groenteketens op in Afrika? 16

Veel bedrijven zoeken contact met kleine boeren en hun organisaties om hen te overtuigen van de voordelen van betere zaden. Samenwerking tussen telers is vaak een obstakel. 'Regelmatig heeft een teler z'n oogst al verkocht als de afnemer langskomt.'

Pop Vriend betreft kleine boeren bij testen 20

Pop Vriend Seeds wil dat kleinschalige boeren in Tanzania overstappen op hybride zaden. 'Anders missen ze kansen op een beter product, en verliezen wij in Afrika onze positie.'

Zaadbedrijven en voedselzekerheid 22

Doen Nederlandse zaadbedrijven genoeg om arme boeren te bereiken? Hoe kunnen ze met verbeterde zaden meer bijdragen aan de voedselzekerheid in ontwikkelingslanden? Vijf aanzetten tot verder debat.



Nederland wereldleider in groentezaden



Verbeterde zaden

bereiken de kleine boer niet vanzelf

Nederland is met een aantal grote en kleinere veredelingsbedrijven wereldleider op het gebied van groentezaden. Veel van deze bedrijven doen ook steeds meer zakelijke investeringen in ontwikkelingslanden. Hebben zij oog voor de kleinschalige land- en tuinbouw? Dragen ze bij aan verbeterde productie, en hogere inkomens voor miljoenen kleine boeren in met name Afrika en Azië? En werken ze samen met hun organisaties en coöperaties? Of zijn die verbeterde zaden veel te duur voor de boeren? We gaan op zoek naar antwoorden.



‘Groenten kunnen voor arme boeren een uitweg uit armoede zijn en bijdragen aan gezondere voeding.’



Small farmers, Big Deal

Met dit magazine start Agriterra een debat over de rol van de Nederlandse groentezadensector in het versterken van de tuinbouw in ontwikkelingslanden. Agriterra organiseert hierover een maatschappelijke discussie. Magazine en debat zijn onderdeel van de campagne *Small farmers, Big Deal*, waarin Agriterra de komende twee jaar in gesprek gaat met bedrijven, landbouw- en ontwikkelingsorganisaties en Nederlandse overheid.

De centrale gedachte van die campagne is dat samenwerking tussen bedrijven en kleinschalige boeren en hun organisaties kansen biedt voor beide. Meer samenwerken met boerenorganisaties biedt bedrijven, die steeds vaker investeren in ontwikkelingslanden, hogere leveringszekerheid, goede kwaliteit producten of meer efficiëntie in de toeleveringsketen. Maar het draagt ook bij aan professionalisering van de landbouw in ontwikkelingslanden, en

daarmee aan een gezonde economische ontwikkeling. Agriterra helpt boerenorganisaties en coöperaties in ontwikkelingslanden te professionaliseren, waardoor de boerenorganisaties betere partners worden voor bedrijven die samenwerking zoeken.

Met de campagne roept Agriterra agrifoodbedrijven, de Nederlandse overheid en kennisinstellingen op om boerenorganisaties en coöperaties in ontwikkelingslanden een grotere rol te geven in hun werk en in het Nederlandse handels, hulp- en investeringsbeleid. De Bill & Melinda Gates Foundation ondersteunt de ‘Small farmers, Big Deal’ campagne. Elk jaar staat een aantal nieuwe thema’s centraal. In 2015 werd de campagne gelanceerd met het paper ‘Beyond fair trade. Smallholders as business partners.’ Het tweede thema is zaden.

Meer informatie: www.smallfarmersbigdeal.org, info@smallfarmersbigdeal.org.

Foto Bayer



Access to Seeds Index

Dit jaar verschijnt de eerste Access to Seeds Index. De nieuwe index meet en vergelijkt de inzet van zaadbedrijven om kleinschalige boeren in ontwikkelingslanden toegang te bieden tot zaaizaad. De index is een lijst van bedrijven die elke twee jaar moet gaan uitkomen.

Feitelijk zijn er drie lijsten, vertelt Ido Verhagen, directeur van de Access to Seeds Foundation die de index opstelt. Naast een lijst van mondiale spelers in akkerbouwzaden komt er een aparte lijst van groentezaadbedrijven, en een lijst van regionale bedrijven in Oost Afrika.

Wat gaat de index precies meten? Verhagen: ‘We kijken naar verschillende criteria. Bijvoorbeeld of het bedrijf een strategie heeft op dit gebied. Of het een veredelingsprogramma heeft gericht op kleine boeren in ontwikkelingslanden, goede distributie en marketing heeft, en of ze zelf aan training en opbouw van capaciteit van boeren doen.’ Ook de betaalbaarheid van zaden speelt een rol, en het opbouwen van een lokale zaadsector. De manier waarop bedrijven omgaan met intellectueel eigendom en patenten telt ook mee, zegt Verhagen. ‘Bedrijven kunnen bijvoorbeeld in Afrika coulanter omgaan met patenten die ze in de VS of de EU wel strak handhaven.’ De criteria komen voort uit gesprekken met boeren en anderen in een rondetafel conferentie in Addis Abeba.

Voor meer informatie: www.accesstoseeds.org

Nederland heeft van oudsher een sterke tuinbouwsector. Al heel vroeg investeerde de Nederlandse overheid in onderzoek naar de veredeling van gewassen, en in voorlichting aan boeren en tuinders. Dit maakte de sector sterk en gaf ook bedrijven die zich toededen op zaden en uitgangsmateriaal de wind in de zeilen. Ook nu nog wordt in Nederland op dit gebied veel samengewerkt tussen boeren en tuinders, bedrijven, onderzoekers en overheid. Bijvoorbeeld in de Topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen.

In samenwerking met ngo’s en boerenorganisaties wordt deze publiek-private samenwerking de Dutch Diamond genoemd. Mede door deze aanpak loopt Nederland als het gaat om groentezaden voorop in de wereld. Zestig procent van de aanvragen voor kwekersrecht op het gebied van groenten bij het Europees Bureau voor Plantenrassen komt uit Nederland. Veel bedrijven groeien flink.

De meeste van die bedrijven investeren

ook in ontwikkelingslanden. Dat kan om verschillende zaken gaan. Bijvoorbeeld vanwege de afzetmarkt van zaden. Bedrijven verkopen hun zaden via een eigen vestiging in het land, of via distributeurs. Niet alle Nederlandse groentezaadbedrijven verkopen in hetzelfde segment. Grotere bedrijven doen veel onderzoek en verkopen duurder zaad aan professionele telers, kleinere brengen goedkoper zaaigoed aan de man.

Verder kan het gaan om de productie van zaaizaad. Ook zaaizaad dat bestemd is voor westerse en internationale markten, kan geteeld worden in ontwikkelingslanden. Denk aan de komst van een aantal nieuwe zaadproductiebedrijven in Ethiopië bijvoorbeeld.

Een derde categorie is de investering in lokale veredelingsbedrijven. Een aantal bedrijven besloot om lokale groenten te veredelen, aangepast aan het specifieke klimaat en omstandigheden van de betreffende landen. East West Seed doet

dat al jaren in Azië in een aantal veredelingsbedrijven. Sinds 2008 heeft ook Rijk Zwaan samen met East West het veredelingsbedrijf Afrisem in Tanzania.

Wat heeft de boer eraan?

Wat heeft een boer in ontwikkelingslanden of opkomende markten aan deze activiteiten? De kleinschalige boer in Afrika of Azië haalt zijn zaaizaad vaak uit verschillende bronnen, vertelt Niels Louwaars, directeur van branchevereniging Plantum. Eerder werkte hij bij Wageningen UR. ‘Bijvoorbeeld sorghumzaad van het vorig jaar van eigen akker, witte maïs via lokale zaadbedrijven en groentezaden van een commercieel Europees bedrijf.’

In tegenstelling tot de akkerbouw die voor een groot deel zelfvoorzienend is, is de groenteteelt vaak een commerciële sector met afzet in de stad. Daardoor is cash beschikbaar voor de teelt en dus ook voor goed zaad. Een reden dat boeren vaker groentezaden van een

commercieel bedrijf kopen, is dat groentezaden meestal minder makkelijk door boeren zelf te vermeerderen zijn. Veredeling van hoogproductieve hybride zaden vraagt om veel investering in onderzoek.

Groenten kunnen voor arme boeren een uitweg uit armoede zijn en bijdragen aan een gezondere voeding van het gezin van de boer en de lokale bevolking, zegt Louwaars. ‘De opbrengst is voor een boer flink te verhogen door hybride zaden van bedrijven te gebruiken, in plaats van lokaal of zelf geproduceerd zaad. Omdat bij tuinbouw de omgeving aangepast wordt aan het gewas leveren veredelde zaden een grotere en stabielere opbrengst op van een beter verklaarbaar product, waardoor er voor een boer meer continuïteit is.’

Maar het duurdere commerciële zaad kan een kleinschalige boer zich alleen veroorloven als hij of zij op de goede manier teelt, zegt Joep van den Broek,



Top 10 van internationale groentezaadbedrijven, naar omzet

Bedrijf	Land	Omzet (\$mln)
Monsanto	USA	820
Groupe Limagrain	FRA	620
Syngenta	CHE	550
Bayer CropScience	DEU	410
Rijk Zwaan	NLD	340
Takii	JPN	340
Enza	NLD	250
Sakata	JPN	250
Bejo	NLD	200
East-West Seed	THA	150*

Genoemd zijn de landen waar de bedrijven hun hoofdvestiging hebben. De verdeling en een deel van de productie en verkoop van de groentenbedrijven van multinationals als Bayer, Syngenta, Limagrain en Monsanto zijn daarnaast ook in Nederland gevestigd. Nunhems is bijvoorbeeld door Bayer overgenomen, Sluis en Groot door Syngenta, Nickerson Zwaan door Limagrain en de Ruiters Zaden door Monsanto. East West staat vermeld als Thais bedrijf, maar heeft een Nederlands management en geschiedenis.

Bron: Access to Seeds Index
www.accesstoseeds.org

Foto CGIAR

Dankzij de kennis en ervaring kan de Nederlandse groentezaadsector een zinnvolle bijdrage leveren aan voedselzekerheid en armoedebestrijding.

zaaizaad- en tuinbouwconsultant binnen het Integrated Seed Sector Development (ISSD) programma van Wageningen UR.

‘Negentig procent van de zaden moet kiemen, wat mede afhangt van de teeltmethode. Boeren moeten ongeveer 80 procent van de potentiële oogst halen, wil het kopen van beter zaaizaad voor ze uit kunnen. Dat vraagt om goede teeltmethoden. Dat vraagt veel training. Het duurt een aantal jaren voor een boer op dat niveau is.’ En teelttechniek alleen is niet genoeg, want een boer moet zijn groenten ook met winst weten te verkopen. Daarvoor zijn opslagfaciliteiten, goede marketing en logistiek nodig. Om dit voor elkaar te krijgen is ook samenwerking tussen boeren belangrijk

Opbouw groentesector

Groentezaadbedrijven beamen dat het ze niet alleen om het verkopen van zaad gaat, maar ook om het opbouwen van een groentesector. Ze bedenken daarom product-markt combinaties die passen bij het land, en geven demonstraties en voorlichting aan boeren over teeltmethoden maar ook over financiering, marketing of andere aspecten van de keten. Opbouw van de groentesector in ontwikkelingslanden is een sector-overstijgend belang. Bedrijven werken hieraan dan ook vaak samen in publiek-private projecten met lokale overheden, ngo's en onderzoekers, en met concurrerende bedrijven. De Nederlandse overheid investeert in opbouw van de groentesector vanuit Den Haag of via

ambassades. Terecht, vindt Louwaars: dankzij de kennis en ervaring kan de Nederlandse groentezaadsector een zinnvolle bijdrage leveren aan voedselzekerheid en armoedebestrijding.

Hans Smolders van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) vertelt dat de overheid onderzoek en ontwikkelingsprojecten op dit gebied ondersteunt, en daarnaast zestien internationale publiek-private projecten meefinanciert waarin zaaizaad een rol speelt. In de meesten daarvan gaat het om landbouwontwikkeling in bredere zin.

In vijf grote projecten van de Faciliteit Duurzaam Ondernemen en Voedselzekerheid spelen zaden de hoofdrol, in

vier daarvan gaat het om groenteteelt. In het Dutch Good Growth Fund, het fonds dat investering stimuleert van het Nederlandse en lokale mkb, zitten tot nog toe geen projecten die zich richten op zaden of groenteteelt. Vanuit het Private Sector Investeringsprogramma (PSI) werden in het verleden wel zaadbedrijven gesubsidieerd.

Subsidie en diplomatie

Marcel Vernooij is bij het ministerie van Buitenlandse Zaken verantwoordelijk voor de samenhang van voedselzekerheid en steun voor het bedrijfsleven. Hij zegt de internationalisering van zaadbedrijven toe te juichen, ‘vooral de langdurige investeringen in vestigingen en veredeling van specifieke lokale variëteiten’. Vernooij benadrukt dat de overheid deze ontwikkeling niet alleen steunt met subsidie, maar ook met diplomatie vanuit de ambassades. Doel daarvan is een goed ondernemersklimaat en zaaizaad wetgeving met een goede balans tussen bescherming voor kwekers

en toegang voor boeren tot zaaigoed.

Hoeveel kleinschalige boeren worden bereikt met dit beleid en deze projecten? De emancipatie van de groentesector in Afrika is een enorme opgave, dat doe je niet zomaar even. Maar er gebeurt echt wel iets. En er is grote potentie voor deze markt: een groeiende middenklasse en steeds meer supermarkten die groenten van goede kwaliteit willen.’

Het is geen bewuste keuze van de overheid om geen zaaigoed-projecten te honoreren in het DGGF, zegt Vernooij. ‘Integendeel, we staan zeer open voor goede voorstellen.’ Ook het co-financieren van vooral grote bedrijven binnen FDOV is geen opzet. ‘Er zijn ook mogelijkheden voor kleinere projecten. De focus van DGGF en FDOV ligt juist bij het midden- en kleinbedrijf. Maar dan moeten er wel goede voorstellen naar ons toekomen.’ Vernooij zegt dat gewerkt wordt aan een nieuwe aanpak, waarbij bedrijven na een eerste gesprek

met RVO op maat gesneden mogelijkheden geboden worden

Boerenorganisatie

Volgen Louwaars kunnen boerenorganisaties een rol spelen in het delen van kennis en voorlichting geven, maar ook in de gezamenlijke marketing van producten en het organiseren van logistiek. ‘Een enkele boer die een kist tomaten op de fiets naar de stad rijdt, kan dat niet regelen.’ De meeste zaadbedrijven doen dit nog nauwelijks, maar sommigen zien wel kansen.

Bij marktontwikkeling is het goed onderscheid te maken tussen zeer kleinschalige boeren die alleen goedkoop zaad kunnen kopen, en professionelere tuinders. Een hele kleine boer verandert niet ineens in een toptuinder. Bedrijven, en ook het stimuleringsbeleid gericht op ontwikkeling van de keten, moeten zich niet alleen op de top richten; ze moeten ook iets bieden aan telers die nog minder ver zijn.

‘De belangrijkste bottleneck in de groentesector in ontwikkelingslanden is niet alleen het gebrek aan goed zaaizaad, maar het functioneren van de hele keten.’ Niels Louwaars, Plantum

Marktleider in Azië voor tropisch groentezaad

Het Nederlandse bedrijf East West Seed veredelde als eerste groentezaden voor de kleinschalige boer in Azië, en nu ook in Afrika. Voorlichting aan boeren is belangrijk voor East West, maar kostbaar. 'Als wij voorlichting geven, kunnen boeren vervolgens hun zaad ook bij een ander bedrijf kopen.'

Betere zaden, in combinatie met betere teelttechnieken, zorgen voor grotere oogsten en meer inkomen voor kleinschalige boeren. Dat maakt voor hen het verschil tussen wel of niet je kinderen naar school sturen, en een beter huis bouwen.' Aan het woord is Maaïke Groot, dochter van Simon Groot, de oprichter van East West Seed. Zij is vertegenwoordiger van het bedrijf in Nederland, dat verder vooral in Azië gevestigd is. 'Mijn vader is een zaadboer van de zesde generatie. In 1982 begon hij een nieuw veredelingsbedrijf van tropische groentezaden. Experts in de markt verklaarden hem voor gek. Ze geloofden niet dat hij succes zou kunnen hebben in een markt die werd bepaald door kleine, vaak arme boeren. Dat is nu wel anders. Vrijwel alle groentezadenbedrijven zijn inmiddels actief in Azië.'

Het duurde zeker tien jaar voordat de investering het bedrijf iets opleverde in de verkoop. Het eerste succes was de *bitter gourd*, een soort komkommer die veel wordt gebruikt in de Aziatische keuken.



Foto VegImpact

Verkoop van het zaad gaat vooral via distributeurs, die verkopen aan duizenden agrodealers of seed shops. Dat zijn kleine handelaren die in een klein winkeltje op het platteland zitten. Groot: 'Boerencoöperaties zijn voor ons geen specifieke doelgroep, maar ze kopen wel zaaigoed bij ons. En ze bieden een geweldige mogelijkheid om voorlichting aan boeren te bieden.'

Voorlichting

Die voorlichting is integraal onderdeel van het werk van East West Seed. Het bedrijf verkoopt niet alleen zaad, maar doet ook aan marktontwikkeling door boeren betere teelttechnieken bij te brengen. Kleine boeren kunnen de kosten van het zaaigoed eruit halen als ze de juiste teeltmethode gebruiken; denk aan bemesting, bestrijding van ziekten en plagen en oogstplanning. Om de gemiddelde kleinschalige boer zover te krijgen is voorlichting en training nodig. East West Seed heeft daarvoor zo'n honderd mensen in dienst, die vooral demonstraties geven via modelboeren.

'Het probleem is op te schalen naar grotere groepen boeren', zegt Groot. 'Dat is kostbaar. Er is wel eens uitgerekend dat het ons tussen de 100 en 200 dollar kost per boer om voorlichting te geven, wat ons misschien 20 dollar per boer oplevert aan verkoop van beter zaad. Natuurlijk hebben wij commercieel belang bij voorlichting, maar er is veel concurrentie van zaadbedrijven uit Azië en daarbuiten. Als wij voorlichting geven, kunnen boeren vervolgens hun zaad ook bij een ander bedrijf kopen. Voorlichting aan boeren dient een collectief belang en is dan ook traditioneel een overheidstaak in de meeste landen.'

Publiek-private projecten

East West Seed werkt in verschillende publiek-private projec-



Foto East West Seed

East West Seed in cijfers

- 4.000 medewerkers, vooral in Azië
- Marktleider in Indonesië, Filippijnen, Thailand, Sri Lanka en Myanmar, actief elders in Azië, Latijns Amerika en Afrika
- Zo'n 30 miljoen kleinschalige boeren telen rassen van East West Seed
- Omzet 120 miljoen euro per jaar, 15 procent daarvan gaat naar veredeling
- 12 laboratoria in 7 landen
- 12.000 contractboeren produceren zaad

ten (PPP's) samen met lokale overheden in Azië. Maar ook met de Nederlandse overheid, onder meer in twee PPP's met 4,7 en 1,2 miljoen euro via de Faciliteit Duurzaam Ondernemen en Voedselzekerheid (FDOV). Het grootste van de twee is Sevia, waarin East-West Seed samenwerkt met Rijk Zwaan en onderzoekers van Praktijkonderzoek Plant en Omgeving, onderdeel van Wageningen UR. Dit project werkt samen met het veredelingsbedrijf Afrisem in Arusha, Tanzania, een joint venture van East West Seed en Rijk Zwaan (zie pagina 12). Het andere FDOV-project heet Fair Planet en draait om rassenproeven in Ethiopië naar lokaal geschikte gewassen. East West Seed werkt ook samen met Nederlandse ngo's als Cordaid en ICCO, en doet mee in een 2Scale programma. Ook dat programma krijgt steun van Buitenlandse Zaken, en helpt

Kinderarbeid bij Indiase zaadbedrijven



De Nederlandse Landelijke India Werkgroep (LIW) bracht eind 2015 een kritisch onderzoek naar buiten waaruit bleek dat veel groentezaadbedrijven in India hun zaden laten produceren door lokale bedrijven en boeren die gebruik maken van kinderarbeid. Vrouwen en kinderen zouden onderbetaald worden.

Ook East West Seed India zou zich hier schuldig aan maken. In een verklaring stelt het bedrijf het probleem te onderkennen. Het zegt te streven naar totale uitbanning van kinderarbeid. Initiatieven daartoe zijn bijvoorbeeld het trainen, samen met LIW, van boeren in bewustwording van kinderarbeid. Overigens zou uit interne audits van het bedrijf blijken dat het om lagere aantallen gaat dan de LIW noemt.

kleine bedrijven in Afrika hun voedselketen beter te organiseren. East West maakte ook enkele keren gebruik van het Private Sector Investeringsprogramma (PSI), zoals momenteel in Myanmar bij de start van een bedrijf voor de verwerking van zaaizaad.

Rigide regels

Groot is blij met de samenwerking met de Nederlandse overheid, zowel met de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) als met ambassades in het veld. 'Hulp en handel samen is wat ons betreft duurzamer dan hulp alleen.' Wel schort het volgens haar aan voldoende beleidsmakers in Den Haag die de lokale situatie goed kennen, en niet vastzitten aan rigide regels. 'Monitoring en evaluatie zijn soms lastig uit te voeren. De eisen die gesteld worden zijn in de praktijk ter plaatse niet altijd haalbaar.'

Groot is minder enthousiast over het Dutch Good Growth Fund (DGGF), het fonds van minister Ploumen voor steun aan Nederlands en lokaal mkb in ontwikkelingslanden. 'Het fonds biedt een garantie voor een lening van een lokale bank. Die garantstelling is voor ons echter niet het probleem. Probleem zijn de vaak hoge rentepercentages op lokale leningen.' Voor riskante investeringen biedt het DGGF geen oplossing, zegt Groot, omdat het anders dan PSI niet een bijdrage in de investering biedt.

Naast beleidsmakers en ngo's werkt East West Seed vanouds veel samen met wetenschappers van met name van Wageningen UR. Het WUR-Universiteitsfonds eerde Simon Groot in september 2015 met de Mansholt Business Award for Sustainable Entrepreneurship. 'Een erkenning van onze goede samenwerking', zegt Maaïke Groot.



Foto Agriterra

Lage prijzen maken boeren kwetsbaar

Boeren op Java zijn blij met verbeterde groentezaden. Die zijn beter aangepast aan extreme weersomstandigheden en zorgen voor hogere opbrengsten. De zaadprijzen vormen niet hun grootste probleem, schrijft journalist Bambang Supriyanto. Dat zijn de vaak lage prijzen die ze voor hun groenten krijgen.

Indonesië moet jaarlijks voedsel importeren om aan de groeiende vraag te voldoen. In de afgelopen jaren werd gemiddeld zo'n 20 procent van alle groenten geïmporteerd. Het gaat daarbij om producten als knoflook, pepers, aardappelen en rode uien. Ook het zaad voor die producten wordt ingevoerd. Dat maakt het land kwetsbaar, met name voor prijsstijgingen in het buitenland.

Met een marktaandeel van 40 procent is PT East West Seed Indonesia (Ewindo) een topspeler in de Indonesische groentezaadmarkt. President-directeur Glenn Pardede stelt dat Indonesië dringend de eigen zaadproductie moet vergroten. Ewindo is een 50-50% joint venture van East-West Seed en Enza Zaden. 'Wij ontwikkelen, produceren en verkopen het zaad van lokale producenten. Het is onze missie om goedkope kwaliteitszaden beschikbaar te maken voor boeren, die daarmee hun inkomen kunnen verhogen. En zo dragen we er ook aan bij dat meer mensen groenten kunnen kopen.'

Ewindo werkt bij voorkeur met boerencoöperaties, maar werkt ook met individuele boeren. Het bedrijf traint zowel zaaizaadtelers (die exclusief voor het bedrijf werken) als boeren die met Ewindo-zaad

groenten en fruit voor de markt telen. Wij spraken voor dit artikel met verschillende boeren. Zij zijn tevreden over de groentezaden van Ewindo. Zij roemen de kwaliteit en de productiviteit van de zaden, en de mate van aangepastheid aan de vaak extreme weersomstandigheden. De prijs van de Ewindo-zaaigoed verschilt volgens hen niet veel van die van andere bedrijven. Maar prijs is voor hen geen doorslaggevend criterium. Wat zij uitgeven voor de aanschaf van zaden bedraagt gemiddeld niet meer dan 3-5 procent van de totale productiekosten.

Hete pepers

Saikad is de voorman van de boerencoöperatie Tunas Mulia Kabupaten Pandeglang, in de provincie Banten. De coöperatie koopt al sinds 2002 collectief zaad in bij Ewindo. De coöperatie bestaat uit 150 leden, die gemiddeld 0,1 ha. land bezitten. Saikad zelf teelt kouseband, watermeloenen, komkommers en andere groenten. Dit seizoen heeft hij voor het eerst chilipepers verbouwd, ook met Ewindo-zaad. Ook Saikad kiest voor Ewindo vanwege de kwaliteit en de opbrengst. 'We hebben dit jaar vijftien keer geoogst', zegt hij. 'Dat was eerder met andere zaden slechts negen keer.'

Ook Asep Fachruddin uit Sunia Village,

Majalengka, in de provincie West Java, is tevreden over Ewindo. Deze boer verbouwt vooral Spaanse pepers, omdat die het in het lokale klimaat goed doen. Hij heeft z'n bebouwde areaal in de loop der jaren uitgebreid van 0,4 tot zo'n 1,5 ha. 'We planten de pepers meestal in oktober, en de eerste oogst is in februari. We oogsten in totaal 8 tot 12 keer. Tot aan december toe.' Fachruddin is ervan overtuigd dat de opbrengst met de Ewindo-zaden hoger is dan bij zaden van andere bedrijven.

Het grootste probleem voor de boeren is de prijs die zij krijgen voor hun producten. Veel boeren oogsten in dezelfde periode, met kelderende prijzen als gevolg. De zaadtelers hebben dat probleem niet, die verkopen het zaaigoed tegen vaste prijzen aan East West. Maar de boeren die voor de markt produceren zijn afhankelijk van de grillen van die markt. Van de overheid hebben ze op dit vlak niets te verwachten. Voor de staatsonderneming Perum Bulog is de prijs van groenten geen prioriteit. In een enkel geval koopt het wel eens chilipepers tijdelijk op om de prijs te stabiliseren, maar voor producten als bonen of komkommer is dat nog nooit gebeurd. De staatsonderneming richt zich vooral op de 'sociaal gevoelige' producten als rijst, vlees en granen.

Kleine boeren leveren aan supermarkten

Het Nederlands-Indonesische onderzoeksprogramma vegIMPACT wil tienduizend kleine telers trainen. Lukt het de boeren de afgesproken hoeveelheden van voldoende kwaliteit te leveren?

Voordat de telers uit Enkerang (Zuid-Sulawesi) samen wortelen gingen verbouwen voor supermarkten in Makassar, waren het telers zoals zovelen in Indonesië: met hoogstens een hectare voor koffieplanten, en wat groenten als kool en tomaten. 'Dankzij een groepstraining leveren tien telers nu gezamenlijk verpakte wortelen aan een handelaar', vertelt Huib Hengsdijk, agrosysteemkundige bij Wageningen UR. 'De hoogste kwaliteit gaat naar supermarkten in Makassar; iets mindere kwaliteit naar lokale markten.'

Hengsdijk is onderzoekcoördinator van het Nederlands-Indonesische onderzoeksprogramma vegIMPACT, dat deze training organiseerde. Het programma is opgezet met zes Nederlandse zaadbedrijven en Indonesische partners, waaronder het Vegetable Research Institute (Ivegri) en Fresh Dynamics Asia. Samen helpen ze Indonesische boeren met de teelt en het op de markt brengen van groenten.

Product-marktcombinaties

De 'Enkerangse worteltjes' voor supermarkten in Makassar is een van de product-marktcombinaties die vegIMPACT realiseerde. Een andere is een nieuwe vleestomaat van Rijk Zwaan voor supermarkten in Oost-Java. Weer een andere telersgroep verkoopt nu hete pepers voor de export naar Singapore.

'De kans van slagen is het grootst bij telers die al bewezen hebben dat ze kunnen samenwerken.'

Vóór 2018 wil vegIMPACT zo'n tienduizend groentetelers hebben getraind, op de wijze zoals bij de worteltelers in Enkerang. De 130 verkopers van EastWest Seed moeten dit doen. Die krijgen trainingen van drie dagen. 'De zaadverkopers werden door de telers al vaak om advies gevraagd', zegt Hengsdijk. 'Na onze trainingen geven ze die met meer zelfvertrouwen.'

Telersgroep wordt hechter

De zaden voor de wortels van Enkerang komen van Bejo Zaden. 'Wij kiezen ervoor dicht bij de klanten te staan', verklaart Luc Driessen, manager in Singapore. Bejo Zaden werkt in Indonesië met één agrarisch distributeur, die 150 mensen in dienst heeft. Die helpen de telers, ook in Enkerang, met teeltadvies.

Bij het opzetten van zulke ketens komt veel kijken. Met hulp van vegIMPACT hebben de boeren in Enkerang nu een contract gesloten met een afnemer. Voor hun wortelen krijgen ze een gegarandeerde prijs. Maar dan moeten ze wel de afgesproken hoeveelheid leveren. Ook mogen de wortels geen insecten bevatten, en moeten de bestrijdingsmiddelenresiduen onder de Indonesische norm blijven.

Gezamenlijk plantschema

Cruciaal in dit proces bleek het opstellen van een gezamenlijk plantschema: de ene week zaait teler A de wortelen, de volgende week teler B. Het schema garandeert een continue aanvoer voor de supermarkten. 'Eén teler levert onvoldoende, dus moeten de boeren wel samenwerken', zegt Driessen. Dat tien telers in Enkerang dit nu doen is een begin, stelt hij. 'We hebben een lange adem.'

De worteltelers hebben geen gezamenlijke loods, computer of weegschaal. Ze verzamelen, wassen en sorteren bij een teler thuis. Hengsdijk: 'De groep wordt wel steeds hechter. Ze gebruiken de groepstraining nu ook om de administratie van hun moskee beter te organiseren.' Hij benadrukt nog maar eens het belang van onderlinge samenwerking: 'De kans van slagen is het grootst bij telers die al bewezen hebben dat ze kunnen samenwerken.'

Wanneer profiteert kleine boer van betere groentezaden?

Rijk Zwaan is het vijfde groentezaadbedrijf van de wereld.

Dochterbedrijf Rijk Zwaan Afrisem wil - samen met East West Seed - Afrikaanse tuinbouwers voorzien van lokale, hybride rassen. Is dat meer dan een sympathiek ontwikkelingsproject?

Rijk Zwaan verkoopt groentezaden in meer dan honderd landen, en richt zich vooral op de professionele telers in Europa en de VS. Opkomende markten in Azië en Latijns Amerika vormen een groeiemarkt voor de Nederlandse multinational. Daarnaast richt Rijk Zwaan zich sinds een aantal jaar op de kleinschalige boer in Afrika. 'De verwachting van die markt is enorm, maar er moet nog wel veel gebeuren. En het vraagt een projectmatige aanpak', vertelt Heleen Bos in het moderne en groen ogende hoofdkantoor in De Lier. Zij werkt bij Rijk Zwaan aan de projecten in ontwikkelingslanden, en is daarnaast manager voor de biologische markt.

Afrikaanse groenten

Zo'n tien jaar geleden deed Rijk Zwaan onderzoek in Tanzania. De vraag was

waar boeren hun zaden vandaan halen, en wat daar de kwaliteit daarvan was. 'Zuiverheid, kiemkracht en opbrengst van dat zaad bleken slecht. Daarnaast zijn de rassen vaak niet ontwikkeld voor de lokale tuinbouw en dus ook niet aangepast aan de lokale situatie. Er is veel ruimte voor verbetering', vertelt Bos. In 2008 werd Afrisem opgericht, een veredelingsbedrijf van Rijk Zwaan in Arusha, waar het bedrijf ook drie veredelingsprogramma's uitvoert met East West Seed. Sindsdien wordt daar - voor het eerst in Oost Afrika - gewerkt aan de veredeling van typisch Afrikaanse groenten die passen in het lokale klimaat en resistent zijn tegen lokale ziekten en plagen. Voorbeelden zijn witte Afrikaanse aubergine, hete peper, een soort boerenkool (*sukuma wiki*) en tomaat. Veredelaars van Rijk Zwaan

trainen er Afrikaanse veredelaars. Landbouwvoorlichters proberen met boeren nieuwe variëteiten uit onder verschillende omstandigheden. Dat alles heeft tijd nodig: voorjaar 2016 komt de eerste nieuwe aubergine op de markt, later volgen andere nieuwe rassen.

Distributie

Hoe de zaden verkocht gaan worden aan de telers is nog de vraag. Tot nog toe verkoopt Afrisem de zaden op bestelling per post. Werken met lokale dealers, kleine winkeltjes langs de kant van de weg, ziet Bos niet zitten. 'Dan hebben we geen zicht meer op de kwaliteit en kunnen we ook geen begelei-

ding bieden.' In Kenia heeft Rijk Zwaan een eigen dealer. Daarnaast verkoopt het bedrijf al enkele jaren zaaigoed aan commerciële, vaak buitenlandse groentetelers, die de groenten vaak exporteren. Zij vinden zelf de weg naar het bedrijf.

Niet alleen het ontwikkelen van nieuwe rassen duurt lang. Ook de markt moet voorbereid worden. De verbeterde zaden worden duurder dan het zaad dat de boeren nu zelf vermeerderen, of kopen op de lokale markt. Boeren moeten een goed teeltsysteem hebben om de zaden te telen, en weten hoe hun groenten te verkopen. Bos: 'Op een demonstratieveld laten we teeltmethodes zien. Ook hebben we een paar mensen wiens taak het is boeren te

trainen. Maar daar bereik je maar een beperkt aantal boeren mee.'

Overheidssteun

Daarom werkt Rijk Zwaan in twee grote projecten binnen de Faciliteit Duurzaam Ondernemen en Voedselzekerheid (FDOV) met subsidie van de Nederlandse overheid aan het opbouwen van de sector. 'We zouden heel veel dingen die we nu doen ook zonder overheidssteun doen', zegt Bos. 'Het veredelingsstation Afrisem is een volledig eigen investering. Maar in heel Oost-Afrika laten zien wat een prachtige *sukuma wiki* je kan oogsten gaat sneller als we samenwerken. Zo kunnen we meer boeren bereiken, effectiever zijn en sneller die groentesector op een wat hoger niveau hebben.'



In het grootste FDOV-project, Sevia (Seeds of Expertise for the Vegetable Industry of Africa) werkt Rijk Zwaan samen met East West Seed en Wageningen UR. De Nederlandse overheid steekt

hier 4,7 miljoen euro in. Er worden trainers getraind die weer boeren gaan adviseren over teelttechniek in heel Tanzania. 'Dit gaat echt over de teelt, en boeren laten zien dat het beter kan.'

Keten

In een ander FDOV-project, Vegetables for All (1,6 miljoen euro overheids-geld), werkt Rijk Zwaan samen met de Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN), Rabobank Foundation, WUR-Centre for Development Innovation (CDI) en lokale partners aan schakels verderop in de groenteketen. Zoals het vormen van coöperaties en boerengroepen om de marktpositie van boeren te verbeteren, of financiering te krijgen. Het kan ook gaan om het drogen van groenten zodat minder oogst verloren gaat, of beter transport. Bos: 'Wij hebben kennis van zaden en teelt, maar we werken ook in de keten en helpen de boeren. Want we willen dat lokale mensen via gezonde groenten betere voeding krijgen.'

Rijk Zwaan heeft ook een aantal ontwikkelingsprojecten in Latijns Amerika, Azië en Afrika, waarin kleinschalige telers

worden geholpen met het opzetten van goede tuinbouw. 'Dat zijn kleinere projecten waarmee we iets extra's doen voor kansarme mensen in ontwikkelingslanden. We willen onze kennis delen. Als we daarbij ons zaad verkopen is dat een mooie bijkomstigheid, maar daar gaat het in deze projecten niet om.'

Bureaucratie

Bij Afrisem gaat het wel om geld verdienen, zegt Bos. Al kan het nog lang duren voordat het zover is. Afrisem is daarmee meer dan een sympathiek ontwikkelingsproject. 'We willen daar iets maken waar op termijn grote vraag naar is. Maar dat kan nog best vijftien jaar duren.' Een steuntje in de rug met overheids-geld komt daarbij goed uit.

Toch is het niet vanzelfsprekend dat Rijk Zwaan daarmee verder wil. De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) vraagt veel rapportages en formulieren en de bureaucratie kost veel tijd, zegt Bos. 'Misschien zien we op termijn wel af van subsidie. Dan maar wat minder boeren bereiken, maar ook een hoop minder formulieren.'

Rijk Zwaan in cijfers



- 2500 medewerkers, waarvan ruim 1000 in Nederland
- Omzet ongeveer 350 miljoen euro, het vijfde bedrijf in de wereld voor groentezaden
- Dertig procent van de omzet gaat naar onderzoek en veredeling.
- Verkoop van ruim 1000 rassen van 25 groentegewassen in meer dan 100 landen
- 30 dochterondernemingen wereldwijd
- Zaadproductie wereldwijd in eigen beheer of door contractboeren.



Tanzania

Verbeterd zaaigoed niet beschikbaar in lokale zaadshops



Boeren in Tanzania die het zich kunnen veroorloven ervaren dat verbeterd groentezaad meer oogst oplevert, meldt landbouwjournalist Esther Mwangabula vanuit Arusha. Maar deze zaden zijn duurder, moeilijk te krijgen en vragen intensieve zorg bij de teelt. Dat is voor veel boeren te veel gevraagd.

In de regio Arusha zijn groenten de belangrijkste bron van inkomsten voor kleine boeren. Veel boeren produceren hun eigen groentezaad, of kopen zaad van een lokale dealer. Deze zaden zijn goedkoop, maar leveren ook weinig oogst op. Verbeterde zaden van een bedrijf als Rijk Zwaan kunnen veel meer opleveren. Deze zaden zijn echter niet te koop bij de gewone kleine winkeltjes waar boeren hun inputs kopen. Bovendien zijn ze duurder en hebben irrigatie en intensieve zorg nodig, van het planten tot de oogst. Veel kleine boeren kunnen zich dat niet veroorloven. Ondanks veel voorlichting over moderne landbouw, blijven veel Tanzaniaanse boeren vasthouden aan hun traditionele manier van landbouw, zonder verbeterde zaden. Ze zullen

alleen worden overtuigd om andere zaden te kopen als ze zien dat een andere boer die zaden met goede resultaten heeft gebruikt.

Volgens Harald Peeters, directeur van Rijk Zwaan Afrisem in Tanzania, hebben boeren in Tanzania veel training nodig om verandering tot stand te brengen in de landbouw. Rijk Zwaan werkt samen met initiatieven zoals het World Vegetable Centre (AVRDC) en het publiek-private project Sevia (zie elders in dit magazine) om de kleine boeren te veranderen in ondernemers in groenten.

Training via WhatsApp

'Boeren kunnen zaden rechtstreeks bij ons kopen. We kunnen het zaadgoed ook opsturen, in Tanzania en andere Afrikaanse landen zoals Kenia, Oeganda, Ghana, Ethiopië en Zuid-Afrika', zegt Peeters. 'We willen niet dat andere bedrijven of agrodealers ons zaad verkopen. Dat doen we zelf omdat we zeker willen weten dat boeren onze oorspronkelijke kwaliteit van zaden krijgen.'

Helaas weten veel boeren ons nog niet te vinden. Gelukkig vertellen de boeren die gebruik maken van onze zaden hun collega-boeren over de kiemkracht, opbrengst en behoud van het product na de oogst. Ze delen onderling informatie via mobiele platforms, trainingen en bezoeken aan elkaar.'

Boeren die zaden kopen krijgen training van Rijk Zwaan over teelt en plantmanagement, tot en met de verkoop op de markt. 'We hebben geen haast om veel boeren onze zaden te laten kopen', vertelt Peeters. 'We willen dat boeren door training over groente-teelt en ondernemerschap een betere positie in de markt krijgen.'

Abel Kuley, specialist productontwikkeling en trainer bij Rijk Zwaan, voegt eraan toe dat het bedrijf ook boeren in andere regio's traint. 'We trainen onze boeren die ver weg wonen door middel van WhatsApp en andere sociale media.' Deze creatieve manier van trainen is erg goedkoop en maakt uitwisseling met boeren over de teelt mogelijk.

Dure zaden

Enock Nanyaro werkt als boer bij Familia Takatifu, een boerderij in Njiro Arusha. Hij verwelkomt de zaden van Rijk Zwaan. 'Ik heb vroeger zaden van andere bedrijven geplant, maar die deden het niet goed. Sinds ik zaden van Rijk Zwaan gebruik, komen alle zaden op en de opbrengst is goed. Maar die zaden zijn voor veel boeren erg duur in vergelijking met andere zaden.'

Aranyakira Ngyeve van Mulala Ward en Flumence Shayo van Makiba Ward in het district Meru zijn beiden landbouwvoorlichters. 'Rijk Zwaan staat zeer goed bekend', zegt Shayo. 'Ik weet dat het bedrijf verbeterde zaden verkoopt. Maar als ik boeren adviseer om ze te kopen, klagen ze dat de zaden niet beschikbaar zijn in de lokale zaadwinkels. Ze gebruiken meestal de goedkoopste zaden van andere bedrijven en sommigen produceren hun eigen zaad. We moeten onze boeren blijven vertellen dat ze beter zaden met hoge opbrengst kunnen kopen, in plaats van lokale zaden waarmee ze uiteindelijk een slechte oogst mee krijgen.'

Samenwerking tussen telers

cruciaal, maar niet simpel



Foto Agriterra

Bonen in Zimbabwe; uien in Ethiopië. Veel bedrijven willen nauwere relaties met kleine boeren om hen te overtuigen van de voordelen van betere zaden. Samenwerking tussen telers is daarbij noodzakelijk. Dat valt nog niet mee. Voordat zij samen de markt op kunnen moeten er heel wat knelpunten worden overwonnen. 'Regelmatig heeft een teler z'n oogst al verkocht als de afnemer langskomt.'

In Zimbabwe telen zo'n honderdduizend kleine boeren naast mais en andere gewassen ook droge bonen. De opbrengst is laag, hoogstens 0,4 ton per hectare, en de voedzame bonen gaan grotendeels naar de eigen familie.

Via agrodealers verkoopt Bakker Brothers Seeds uit Noord-Scharwoude al tomaten-, pompoen- en andere groentezaden in Afrika. Maar nu zet het bedrijf in Zimbabwe een eigen bonenketen op met vijfduizend boeren. Zij gaan nieuwe bonen leveren: kruisingsproducten van lokale Afrikaanse rassen die ziekteresistent zijn, en meer opbrengen. Eind volgend jaar verwacht het bedrijf met tien bonentelers de nieuwe bonen te kunnen demonstreren. Geïnspireerd door lokale demonstraties zouden daarna steeds meer boeren droge bonen kunnen gaan produceren. Voor Bakker Brothers, maar ook voor lokale consumptie. 'In direct contact met boeren kunnen we de voordelen van onze bonen beter laten zien', zegt R&D manager Eric Juckers, die net uit Zimbabwe terug is.

Direct contact met boeren

Bakker Brothers wil een keten opzetten. Zo'n keten kenmerkt zich door nauwe relaties tussen de betrokken partijen, minimaal zaadleverancier, boer en afnemer. De zaadleverancier ondersteunt de boer bij de teelt en zo nodig ook bij de vermarkting naar de afnemer. Om dit te realiseren kunnen nog andere partijen betrokken worden, zoals universiteiten of boerenorganisaties. Bakker Brothers is niet het enige zaadbedrijf dat een groenteketen opzet met Afrikaanse boeren. Veel van de in Nederland gevestigde groentezaadbedrijven doen dit ook al. Zo stuurde de afdeling Vegetable Seeds van de vestiging in Nunhem van multinational Bayer vorig jaar

tomaten-, uien- en paprikazaden naar Ethiopische universiteiten. Samen met Fair Planet zijn hiermee demonstratievelden opgezet. Deze ngo, opgezet door een Israëlische onderzoeker, zorgt ook voor mobilisatie van universiteiten, telers, overheidsinstanties, afnemers en andere belanghebbenden. Gezamenlijk willen deze partijen zaden en goede teelttechnieken helpen verspreiden. 'We hanteren een holistische aanpak', zegt John Willems, Global Head M&S Vegetable Seeds bij Bayer.

Kostenpost

Ook Bakker Brothers zoekt ondersteuning van een lokale organisatie bij het opzetten van de groenteketen – het consortium bekijkt nu welke ngo daarvoor in



Bejo Zaden wint prijs

Bejo Zaden won in december 2015 de *Doing Business Africa Award*, een initiatief van de Netherlands-Africa Business Council. Het bedrijf kreeg de prijs voor de activiteiten in Mali en Senegal. Daar helpen de zaadverkopers van Bejo Zaden boeren niet alleen met de teelt, maar ook met de opslag. Zoals die van uien. De zaadverkopers leren boeren opslagruimtes te maken met afdakjes van lokaal materiaal zoals bamboestengels en bananenbladeren. Op zo'n manier dat de ventilatie goed is, en de vochtigheid binnen de perken blijft. 'We denken vanuit de mogelijkheden die boeren hebben om hun bedrijf te verbeteren', zegt Luc Driessen van Bejo Zaden.

Ook de allerarmsten zijn te bereiken



Met het opzetten van een groenteke-ten worden de allerarmsten vaak niet bereikt. De eerste boeren die mee-
doen zijn meestal de iets rijkere; zij
zijn vaak ondernemender, en kunnen
makkelijker risico's nemen.

Maar als een keten eenmaal is
opgezet, en andere boeren zien
hoeveel beter de nieuwe zaden zijn,
kan verspreiding snel gaan, weet

LEI-onderzoeker Ton. Hij werkte zes
jaar bij de boerenorganisatie UNAG
in Condega in Nicaragua, waar hij een
verdeelsysteem opzette voor verbe-
terd zaaizaad. Zoals voor droge
bonen. Boeren konden op krediet 5
kilo van die veredelde lijnen krijgen.
Na de oogst moesten ze terug betalen
in de vorm van 15 kilo bonen.

Ton: 'Binnen twee of drie jaar

verbouwde 80 procent van de boeren
de nieuwe bonenrassen.' Zaadbedrij-
ven kunnen het voor de allerarmsten
gemakkelijker maken om aan hun
zaad te komen, zegt de onderzoeker.
'Check bijvoorbeeld of de handelaren
ook zaad in hele kleine zakjes
verkopen. En of de armsten in het
gebied toegang tot de zaden kunnen
krijgen via lokale winkeltjes of
zaad-ruilbeurzen.'

aanmerking komt. Juckers is blij met de subsidie uit het
overheidsprogramma Faciliteit Duurzaam Ondernemen
en Voedselzekerheid (FDOV). Het trainen van telers is
immers een grote kostenpost. Vijftientig trainers
gaan de boeren begeleiden.

De trainers in de projecten van Bakker Brothers en
Bayer/Fair Planet geven teeltadviezen, helpen bij de
opslag, bij de financiële administraties en waar nodig bij
het organiseren van microkredieten. Ook helpen ze
boeren zich te organiseren. Want samenwerking tussen
telers is vaak cruciaal. 'In ons geval', zegt Juckers, 'zou
het heel handig zijn als telers een gezamenlijke gewas-
rotatie afspreken. Dan kunnen ze op grotere stukken
land afwisselend bonen, mais of andere gewassen
telen.' Gewasrotatie voorkomt onder andere dat de
bonen ziek worden, en een plantschema garandeert
continue aanvoer.

Knelpunten

Samenwerking komt niet gemakkelijk tot stand, blijkt uit
het in december 2015 verschenen proefschrift van
econoom Giel Ton van LEI-Wageningen UR. De

econoom onderscheidt een flink aantal knelpunten
waarmee samenwerkende telers moeten leren omgaan
als ze samen de markt op gaan. Ze moeten bijvoorbeeld
buren die te weinig kwaliteit leveren kunnen weigeren.
En samen beslissen waar de winst naar toe gaat. En zo
goed met afnemers kunnen onderhandelen dat het voor
de leden duidelijk voordeliger is om onderdeel te zijn
van de groep.

'Vaak worden die knelpunten onderschat', zegt Ton.
'Mensen vragen zich dan af: waarom organiseren die
telers zich niet beter? Je moet dit de telers dus gemak-
kelijker maken, en meedenken over mechanismes die
opportunistisch gedrag kunnen voorkomen.'

Side-selling is een bekend probleem. Telers maken, al
of niet gezamenlijk, afspraken met een afnemer. Maar
vervolgens heeft een aantal de oogst al verkocht
voordat de afnemer langs komt. 'Boeren leven nogal
eens van dag tot dag. Zo'n cultuur is niet makkelijk te
veranderen', zegt Willems van Bayer. 'Ook hebben ze
vaak geen opslag om de oogst te bewaren.' Bayer heeft
die ervaring opgedaan in India, waar het inmiddels
marktleider is voor groentezaden en duizenden boeren
zaden voor hen produceren. Tegen *side-selling* helpt
het zien van succesvolle voorbeelden, weet Willems.
Giel Ton oppert het geven van voorschotten, of gemak-
kelijker toegang bieden tot microkredieten.

Schakel boerenorganisaties in

Wat bij het organiseren van ketens vaak helpt is het

inschakelen van een bestaande boerencoöperatie of
landbouworganisatie, zegt Frank van Dorsten, klanten-
analist bij Agriterra. 'Vaak denken bedrijven daar niet
aan. Of ze verwachten niet dat deze wat voor hen kan
doen, bijvoorbeeld omdat ze te dicht tegen de overheid
aan zitten. Wij zeggen echter: onderzoek het eerst. Zo
kent Zambia een sterke organisatie van katoenboeren
die tweeduizend telersgroepen verenigt. En heeft
Rwanda een federatie van aardappeltelers. Zoiets kan
er ook zijn voor het gewas waar een bedrijf in is geïnte-
resseerd.'

In Ethiopië kun je niet om de boerenverbond heen, zegt
Willems. 'Maar we willen ook samenwerken met alle
belanghebbende partijen.' Dat kost veel tijd. Daarom
ook dat Fair Planet vrijwilligers (vooral studenten van
Israëlische universiteiten) zoals lokale organisaties
inschakelt voor zaken als teeltonderzoek, het begelei-
den van workshops met ambtenaren en vertegenwoor-
digers van de boerenverbond.

Brokers nodig

Giel Ton adviseert bij de selectie van telers voor
zaadproductie te kijken welke groepen bewezen

hebben met interne spanningen om te kunnen gaan. Als
die er niet zijn heb je *brokers* nodig om ze op te zetten.
En hoe voorkom je dat de groep uiteenvalt zodra het
project stopt? 'Laat ze van meet af aan een zaad- of
kredietfonds beheren. Als dat een paar jaar lukt, weet je
zeker dat ze echt geleerd hebben met knelpunten om te
kunnen gaan. En dat er perspectief voor opschaling is.'

Al met al komt dus bij het opzetten van ketens heel wat
kijken. Juckers is zich ervan bewust dat het om
langdurige processen gaat. 'We gaan nu in Zimbabwe
relaties aan voor de hele lange termijn.'

**'We willen ook samenwerken met alle
belanghebbende partijen.'**



Foto Agriterra

Pop Vriend

betreft kleine boeren bij testen en demonstraties

Zaadbedrijf Pop Vriend Seeds uit Andijk levert al ruim vijftig jaar zaden aan kleinschalige boeren in Tanzania.

Nu is het tijd voor hen om over te stappen op hybride zaden. 'Anders missen de boeren kansen op een beter product en verliezen wij in Afrika onze positie.'



Nergens is beter zichtbaar hoeveel telers in de wereld van elkaar verschillen als in de loods van zaadbedrijf Pop Vriend Seeds in Andijk. Enorme kartonnen dozen met 500 kilo spinaziezaad voor de VS, staan naast stoffen zakken met elk 20 kilo radijsaad voor Iran. Gestapelde blikken van 500 gram tomatenzaad voor Rwanda, staan naast kleinere blikjes van 50 gram voor Tanzania. 'Veel van onze klanten zijn geen gespecialiseerde tuinders zoals we die in het Westen en de VS kennen', zegt Dick Visser, verantwoordelijk voor de verkoop in Midden-Oosten en Afrika. 'Zij kopen het liefst kleine hoeveelheden zaad.' Hij loopt naar een tafel met hele kleine zakjes. 'Onze klanten met hoogstens 1.000 vierkante meter grond kopen

vaak maar 5 gram per keer.' En nu gaat die relatie met een deel van deze kleine boeren veranderen, om te beginnen in Tanzania. 'We moeten nauwer gaan samenwerken om ze de voordelen van hybriden te laten zien', zegt Visser. 'Als we dat niet doen, missen deze boeren kansen op een beter product en verliezen wij in Afrika onze positie.'

Babyleaf marktleider

Pop Vriend Seeds is met tachtig medewerkers een relatief kleine speler onder de Nederlandse zaadbedrijven. Maar het bedrijf is volledig internationaal georiënteerd. Zo is het een grote speler in het babyleaf spinazie segment in de VS. In suikermais is het nummer twee in

Europa. Verder is het belangrijk in sperziebonen, waarvan Pop Vriend zestig rassen heeft die naar verschillende landen gaan: fijne bonen naar Frankrijk, dikke naar Amerika, gele naar Oost-Europa en platte naar Zuid-Europa. Van meet af aan heeft het bedrijf aandacht voor arme boeren. De oprichter van het bedrijf, Pop Vriend, ging al in 1958 naar Tanzania om er zaden voor sperziebonen te produceren voor Europa. Tanzania had daar het ideale klimaat voor. Tegelijkertijd was Vriend ook begaan met arme gezinnen. Kwalitatief betere zaden voor hun uien, tomaten of pompoenen konden zij goed gebruiken. Voor deze doelgroep ging het bedrijf vrije rassen (rassen die zonder toestemming van de eigenaar vermeerderd kunnen worden) op kwaliteit testen, vermeerderen en in blikken en zakjes verpakken. Al snel behoorde het tot de top-3 van groentezaadleveranciers in Tanzania. Waarna het de verkoop van deze vrije rassen ook uitbreidde naar andere landen in Afrika en het Midden Oosten.

Eigen proefstation in Tanzania

Dick Visser is verantwoordelijk voor de verkoop van vrije rassen in deze twee regio's. Regelmatig reist hij naar de



Foto's Pop Vriend

boeren, om er te kijken hoe het gaat. Dit doet hij samen met de agenten die Pop Vriend's zaden verkopen. Binnenkort gaat hij weer met agenten uit Rwanda en Burundi boeren bezoeken. 'We willen weten of de agenten onze zaden goed verkopen', verklaart hij. 'En in de auto, op weg naar een boer, hoor je dan vaak het meest.'

In Tanzania heeft het bedrijf een eigen proefstation met vijftien mensen in dienst. Zij testen er rassen, verzorgen demonstraties en zorgen voor de verkoop. Bij dit testen en demonstreren van zaden wil Pop Vriend nu ook boeren en tuinders betrekken, zo legt Visser uit.

Waarom is dat?

'In Afrika zijn nu hybride zaden in opkomst. Deze geven de teler een betere en stabielere opbrengst dan de huidige rassen. Maar voor hybriden moeten boeren wel meer willen betalen, waardoor ook de tomaten of pompoenen voor de consumenten duurder zullen zijn. We moeten dus de voordelen ervan laten zien. Bedrijven die dat niet doen, verliezen hun concurrentiepositie. We willen dit jaar nog meer mensen op het proefstation hebben werken om die samenwerking met boeren van de grond te tillen.'

Hoe betrekken jullie de boeren erbij?

'Eerst selecteren we hybride zaden in Tanzania en organiseren we demonstratiedagen. Daarna zetten we demonstraties op met boeren. Die trainen en coachen we ook, zodat de voordelen van de hybriden zichtbaar worden. Dat kunnen we zelf doen, maar we staan ook open voor samenwerking met een ngo.' Subsidies heeft Pop Vriend voor dit traject niet aangevraagd. 'We zouden hier meer gebruik van kunnen maken, maar we zijn praktisch ingesteld. We willen onze plannen maar beperkt aanpassen, om te voldoen aan specifieke subsidie-eisen. Daarnaast is het veel papierwerk en gaat de besluitvorming traag.'

Zien jullie een rol voor jezelf bij het organiseren van de afzet van groenten?

'Het grootste deel van onze klanten behoort niet tot het topsegment dat kan voldoen aan de eisen van een supermarkt. Wij opereren in Afrika met name in het middensegment en eronder: boeren met hoogstens 1.000 vierkante meter die naast wat groenten ook mais, sorghum en wat rijst of bananen telen. En die soms wel drie uur op een dag heen en weer naar de markt lopen om de groenten die

ze over hebben te verkopen. Als zij door onze hybrides een hogere productie halen dan met de vrije rassen die we nu leveren, kunnen ze op die lokale markt meer verdienen.'

Hoelang duurt het voor de meerderheid van de Tanzaniaanse boeren hybriden zaait?

'Sommigen schatten tien à twintig jaar. Maar ik denk dat het langer zal duren. De cultuur en politiek in Afrika werkt minder mee dan in Zuidoost-Azië, waar de verspreiding van hybride zaden nu snel gaat. Daar werken de mensen harder dan in Afrika, waardoor er sneller een middenklasse ontstaat.'

Pop Vriend Seeds in cijfers



- 80 medewerkers, waarvan 15 bij dochterbedrijf in Tanzania
- Verkoop van meer dan 200 rassen van 33 groentes in 120 landen
- Omzet eigen rassen 85 procent, omzet vrije rassen 15 procent.
- Gespecialiseerde zaadproductiebedrijven leveren het zaad

Kunnen zaadbedrijven meer investeren in voedselzekerheid?

Wat doen Nederlandse zaadbedrijven om arme boeren te bereiken? Hoe kunnen ze met verbeterde zaden meer bijdragen aan de voedselzekerheid in ontwikkelingslanden? Deze vragen stonden centraal in dit magazine. We spraken met boeren, vertegenwoordigers van bedrijven, de overheid, Agriterra en Wageningen UR. Alles samenvattend komen we tot de volgende aanzet voor verder debat.



Foto Agriterra

1 Hoe kunnen zaadbedrijven de voedselzekerheid in ontwikkelingslanden vergroten?

Zaadbedrijven spelen een rol in de voedselzekerheid door de afzet van zaden, de veredeling en de zaaizaadproductie in ontwikkelingslanden. Die rol kan groter worden als ze een groentesector helpen opzetten waar ze specifiek arme boeren bij betrekken. Het trainen van boeren om in zulke ketens te kunnen participeren is duur. Daarom schiet de Nederlandse overheid te hulp met cofinanciering. De Nederlandse zaaigoedsector groeide in 2014 met 4 procent. Sommigen vinden dat deze goedlopende sector meer zou kunnen investeren. Plantum-directeur Niels Louwaars stelt daarentegen dat bedrijven al heel veel investeren in het helpen opzetten van een groentesector met arme boeren. Het opzetten van hele ketens is niet hun specialisme. Wie is dus waarvoor verantwoordelijk? Naast de vraag wat bedrijven kunnen bijdragen, gaat het er ook om hoe ze dat het beste kunnen doen. Welke initiatieven en trainingmethoden werken goed, en hoe zijn die het best te implementeren?

2 Hoe kunnen coöperaties en boerenorganisaties een rol spelen in het opzetten van groenteketens?

In een groenteketen is samenwerking tussen telers vaak een vereiste, bijvoorbeeld als er gezamenlijk een contract moet

worden gesloten met een supermarkt. Bestaande coöperaties of boerenorganisaties kunnen hierbij een rol spelen. Vaak denken bedrijven hier niet aan. 'Onderzoek in ieder geval of samenwerking met een bestaande boerenorganisatie of coöperatie mogelijk is', zegt klantenanalist Frank van Dorsten van Agriterra. LEI-onderzoeker Giel Ton waarschuwt dat spanningen bij samenwerking tussen telers niet onderschat moeten worden. 'Samen geld en taken beheren is niet makkelijk.' Hoe kunnen bedrijven relaties met bestaande boerenorganisaties en coöperaties aangaan? Kunnen ze via trainingen samenwerking tussen telers bevorderen, bijvoorbeeld als het gaat om een gezamenlijk plantschema te volgen, een gezamenlijke marketing of gezamenlijke aanschaf van zaaizaad

3 Hoe kan het kleine bedrijven – Nederlandse en lokale – gemakkelijker worden gemaakt om aan subsidie te komen?

Subsidies kunnen het opzetten van groenteketens versnellen. Vooral de grotere bedrijven maken nu gebruik van overheids-subsidies om voorlichting aan boeren te co-financieren. Terwijl de subsidies juist ook bedoeld zijn voor kleinere bedrijven. Voor hen is het niet gemakkelijk te voldoen aan alle eisen. Dirk Visser van Pop Vriend: 'We willen onze plannen maar beperkt aanpassen om te voldoen aan de subsidie-eisen.' Bedrijven die wel gebruik maken van subsidie hekelen de administratie en bureaucratie. Marcel Vernooij van het ministerie van BZ geeft

aan dat er wordt gestreefd naar een balans tussen een beperkte administratie voor bedrijven, en anderzijds voldoende verantwoording over impact en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Bij het Dutch Good Growth Fund zijn nog geen aanvragen door zaadbedrijven ingediend.

4 In hoeverre kan Nederland de Dutch Diamond approach, het eigen samenwerkingsmodel, exporteren?

Nederland heeft, vergeleken met andere landen, veel ervaring met projecten waarbij bedrijven, overheidsinstellingen, maatschappelijke groeperingen en kennisinstellingen samenwerken. Deze publiek-private samenwerking wordt de 'Dutch Diamond' genoemd. Is deze samenwerking ook in ontwikkelingslanden te stimuleren? Bayer bijvoorbeeld mobiliseert in Ethiopië al deze verschillende belanghebbenden. Kan het daarbij de Nederlandse ervaringen gebruiken? En is het een idee trainingen in Nederland te organiseren? Nieuw-Zeeland, dat een vergelijkbaar model heeft, exporteert dit door mensen van bedrijven uit ontwikkelingslanden te trainen, onder de voorwaarde dat ze daarna teruggaan naar hun eigen land en daar ketens opzetten. Plantum-directeur Louwaars maant tot voorzichtigheid bij het exporteren van een model. 'De samenwerking tussen partijen moet overal anders georganiseerd worden, met misschien ook andere partijen. Het zal ook lang niet altijd op dezelfde manier werken.'

5 Wat zijn reële verwachtingen over het gebruik van verbeterde zaden in Afrika en Azië?

Kleinschalige en arme boeren in ontwikkelingslanden krijgen hun zaden nu nog voor een deel van eigen akkers, of kopen goedkoop zaad op de lokale markt. Wat is een reële verwachting van de toekomstige groei in het gebruik van hybride en andere verbeterde groentezaden? Projecten voor marktontwikkeling zijn nu lastig op te schalen. Bijvoorbeeld omdat er geen microkredieten voorhanden zijn, of omdat er nog te weinig middenklasse is die de duurdere groenten kan betalen. Over hoe snel de ontwikkelingen in Afrika en Azië gaan, lopen de meningen uiteen. Er is een groeiende middenklasse en stijgende vraag naar gezonde groenten van goede kwaliteit in lokale supermarkten. Waarschijnlijk zal de marktgerichte groententeelt zich sneller ontwikkelen dan de zelfvoorzienende akkerbouw. Sommigen schatten dat binnen twintig jaar 80 procent van de Afrikaanse boeren hybride groentezaden zal kopen, anderen denken dat dit veel langer duurt. Daarnaast is het nog onzeker welke rol kleinschalige boeren uiteindelijk zullen spelen. Komen de inspanningen om een professionele groentesector op te zetten vooral ten goede aan een kleine groep rijkere, omdat de kleine boeren niet aan de hoge eisen van exportproducten kunnen voldoen?

Colofon

Dit is een uitgave van Agriterra.
Maart 2016.

Productie en redactie: ImpactReporters
Teksten: Marianne Heselmans, Joris Tielens
Ontwerp en lay out: Studio 10, Tineke Kooistra



Foto Agriterra