

De Gladiolus Nanus is sierlijk en handelbaar, maar onbekend



Piet (links) en Mart Hermans willen meer bekendheid geven aan hun Gladiolus Nanus

Onbekend maakt onbemind. Dat is volgens de Gebroeders P. & M. Hermans uit Voorhout het probleem waar zij met hun Nanussen tegenaan lopen. Een markt voor deze kleine gladiolen is er volgens hen zeker, maar men moet het product wel kennen. De broers hebben CNB Product+ ingeschakeld om hen te helpen de Gladiolus Nanus een nieuwe impuls te geven.

Tekst: Jeannet Pennings
Foto's: René Faas

Piet en Mart Hermans hebben in 1981 de kwekerij van hun vader overgenomen, toen nog genaamd J.G. Hermans. Het familiebedrijf werd in 1965 geboren in Noordwijkerhout. Door de snelle groei werd in 1986 een nieuw onderkomen gevonden aan de Jacoba van Beierenweg in Voorhout. Nog geen tien jaar later verhuisde het bedrijf opnieuw. Ditmaal naar de Oude Herenweg, de huidige locatie. Waar vader Hermans ooit begon met één mand Nanussen, hebben zijn zonen momenteel het overgrote deel van de totale teelt in handen. Zij telen 11 hectare Nanus Gladiolen.

FUSARIUMVRIJ

Dat het echte kenners van de Nanus zijn, schui-

ven de broers niet onder stoelen of banken. "Wij zijn er mee opgegroeid. We telen 16 verschillende soorten en veel meer zijn er niet. Een aantal cultivars komt alleen op onze kwekerij voor, zoals 'Impressive', 'Amanda Mahy' en 'Robinetta'. Het betekent ook dat wij een aantal moeilijke cultivars in het assortiment hebben, zoals 'Nymph' en 'Albus'. Deze zijn vrij gevoelig voor fusarium. In het verleden stond de Nanus bekend om zijn problemen met fusarium. Wij hebben dit overwonnen en kunnen zelfs garanderen dat onze knollen 100 procent fusariumvrij zijn. Dat komt mede doordat al onze knollen van eigen kwekerij komen. We telen ze van kraal tot knol."

Om de kwaliteit van de Nanus te kunnen garanderen, moet je er volgens Piet echt alles aan doen. "Andere bol- of knolgewassen heb-

ben wij dan ook niet", vertelt hij. "De Nanusteelt vraagt veel aandacht. Elk knolletje kijken we drie keer na. In de wintermaanden zijn er zeker drie man constant aan het uitzoeken. Daarnaast doen we ook aan stamselectie, waarmee we voor topkwaliteit gaan. Je bent echter tien jaar verder voordat je een geheel nieuwe partij hebt. We hebben dit onder andere met het soort 'Albus' gedaan."

BLOEMEN

De Gebroeders Hermans telen Nanussen voor zowel de knol als voor de bloem. Dat betekent dat ze bijna jaarrond bedrijvig zijn. Piet: "Half mei beginnen we met bloemen snijden. We huren elk jaar zo'n 3.000 m² aan kassen. Als deze leeg zijn gaan we buiten op het veld verder. Dat gaat door tot half oktober. Jaarlijks snijden we enkele miljoenen takken, welke via alle veilingen worden afgezet. Over de bloemenprijzen mogen we niet klagen. Deze zijn vergelijkbaar met 2007."

In juli worden de eerste knollen van Hermans uit de grond gehaald. Sommige rassen zijn al vanaf half augustus leverbaar en kunnen nog mee met de late zomerhandel. Dankzij leverbare knollen tot eind april, wordt een gigantisch seizoen betrokken. "De knollen worden hoofdzakelijk voor de droogverkoop verkocht", vertelt Mart. "Maar er gaat ook een deel naar de broei-erij. Frankrijk, Duitsland, Scandinavië, Engeland,

Italië en Portugal zijn belangrijke exportlanden voor ons. De knollen voor de droogverkoop gaan over de hele wereld. Ik denk dat zeker 90 procent van ons product naar het buitenland gaat. De Nanuscultuur geniet in ons land te weinig bekendheid."

LANGE BLOEITIJD

Imagoproblemen? Nee, dat is het volgens de gebroeders Hermans niet. "Het is meer de onbekendheid en dat maakt onbemind", vertelt Piet. "Zo ben ik vorig jaar meerdere bloemeninkopers afgeweest die de Nanus niet verhandelden. Nu hebben enkelen het in hun pakket opgenomen en het loopt als een trein. De markt is er dus wel. Als klanten ons product zien zijn ze helemaal om. Logisch, want het is een kleine, sierlijke bloem. Hierdoor is de Nanus ook goed te gebruiken in mengboeketten en in de tuin waaien ze niet zo snel om. Bovendien geeft de Gladiolus Nanus meerdere bloemen per knol, waardoor de bloeitijd wordt opgerekt."

Mart en Piet proberen de Nanus in de markt te zetten als een soort op zich. "Mensen moeten het niet zien als een tweede gladiool. Het moet duidelijk zijn dat Nanussen speciaal geteeld worden voor de korte stelen. Daarnaast is het belangrijk dat exporteurs weten dat wij een

fusariumvrij product hebben. Met name de oudere exporteurs hebben nog de problemen van vroeger in hun hoofd. Dit imago moeten we zien te veranderen."

CNB PRODUCT+

Omdat de broers naar eigen zeggen in het verleden altijd tekort hebben gedaan aan het vermarkten van hun product, hebben zij contact gezocht met CNB vertegenwoordiger Ed Walkier en CNB Product+. Deze plusdienst van CNB ondersteunt kweker en veredelaar bij het in de markt zetten van hun producten. Naast de dienstverlening die CNB Product+ aan tal van kwekersverenigingen biedt, ontstaat er ook een toenemende behoefte aan ondersteuning van zelfstandige kwekerijen. Klanten van CNB kunnen bij CNB Product+ terecht voor een marketingplan op maat. Hierbij kan zij de gehele organisatie op zich nemen, van ontwikkeling van promotiemateriaal en websites tot de uitvoering van een introductieprogramma.

"Om de Nanussen van Hermans een nieuwe impuls te geven, wordt binnenkort een promotiecampagne gelanceerd" vertelt Joris Straatsma van CNB Product+. "Gericht op de droogverkoop introduceren we een vernieuwde website en proberen we in het CNB handelscentrum

samen met Ed Walkier de Nanus de aandacht te schenken die het verdient." Ook Walkier ziet volop kansen voor het product: "De sterke eigenschappen van de Nanus in combinatie met de verkrijgbaarheid in alle kleuren, maken het een onmisbaar product in elk droogverkoop assortiment." Over de manier waarop het vak van de campagne gaat merken laten Straatsma en Walkier nog niet veel los. "Maar zeker is dat het niemand zal ontgaan."

GROEI

De broers Hermans hopen op deze manier hun product beter in de markt te kunnen zetten. Zij zijn ervan overtuigd dat de verkoop nog veel groter kan zijn. "Als we een bos bloemen aan iemand meegeven, krijgen we altijd te horen dat ze het zo goed deden en dat het zo jammer is dat Nanussen niet in de winkel te krijgen zijn. De consument wil dus wel", zegt Piet. Zijn broer Mart voegt daaraan toe: "Het zal nooit een product als de tulp worden, dat geloof ik niet, maar als wij 5 tot 10 procent op jaarbasis groeien zijn we meer dan tevreden. We willen daarnaast meer naar de vraag van klanten gaan produceren. Tot nu toe gaat het goed en zitten we nooit met een productieoverschot. Willen we gaan vergroten, dan moeten we echter wel weten wat de markt wil."



Half augustus gingen de eerste Nanus-knollen van de Gebroeders Hermans de deur uit