



“Aardappelproductie in Nederland versterken voor behoud wereldpositie” Dick Hylkema

Dick Hylkema is sinds april 2016 directeur van de Nederlandse Aardappel Organisatie (NAO). Hij zet zich namens deze belangenvereniging in voor de belangen van bedrijven die actief zijn in de handel van poot- en consumptieaardappelen. Het vasthouden van de Nederlandse positie als productieland zal volgens hem een grote uitdaging worden.

Wat is je achtergrond?

“Hiervoor heb ik 10 jaar gewerkt bij LTO Glaskracht. Sinds de start van Glaskracht ben ik betrokken geweest bij de belangenbehartiging voor de glastuinbouw. Zo heb ik een belangrijke rol gespeeld bij de oprichting van het samenwerkingsverband LTO Glaskracht Nederland tussen de drie regionale ledenorganisaties LTO Noord Glaskracht, ZLTO en LLTB in 2014. Als directeur van NAO treed ik naar buiten toe namens de vereniging en ben ik verantwoordelijk voor onze standpunten. Daarom ben ik bijvoorbeeld voorzitter van de twee NAO commissies consumptie- en pootaardappelen”

Kun je wat meer vertellen over NAO en wat jullie kunnen betekenen voor de leden?

“Wij zijn een belangenvereniging voor bedrijven die handelen in poot- en consumptieaardappelen. Naast het innemen van standpunten namens de leden zijn we eigenaar van het magazine Aardappelwereld. Dit is overigens geen lijfblad maar een autonoom maandblad voor de gehele aardappelsector. Voor de leden hebben we een eigen digitale nieuwsbrief. Tot ons takenpakket behoort onder andere belangenbehartiging, waaronder het invloed uitoefenen bij overheden, markttoegang, maar ook statistieken en cursussen voor onze 170 leden. Ook proberen we hen sinds het wegvallen van de productschappen te interesseren voor bepaalde projecten met onderwerpen als kwaliteit, fyto-sanitair of promotie. Power to the Pieper is daar een goed voorbeeld van. De campagne

heeft onlangs een vervolg gekregen voor 3 jaar. Verder hebben we kort geleden businessleden geïntroduceerd. Bedrijven die zelf niet handelen maar wel toeleverancier van de aardappelhandel zijn, zoals logistiek dienstverleners, verpakkers, leveranciers van gewasbeschermingsmiddelen of financiële partijen, kunnen nu ook aanwezig zijn tijdens NAO-bijeenkomsten. Het platform wordt op die manier steeds breder.”

NAO staat los van brancheorganisatie GroentenFruitHuis. Is er wel overleg? Hoe staan jullie tegenover een eventuele samenwerking om de belangen van de AGF-sector gezamenlijk te behartigen?

“We opereren inderdaad los van elkaar en dit zal door het specifieke karakter van de aardappelketen naar verwachting niet veranderen. Zij behartigen de belangen voor de groenten- en fruithandel en wij voor de aardappelhandel. Iedere markttoegang is productspecifiek. Bijvoorbeeld paprika naar China komt totaal niet overeen met aardappelen voor China. Bovendien is de aardappel een knol, wat weer hele andere fyto-eisen met zich meebrengt. We volgen elk ons eigen markttoegangstraject, maar

er zijn wel veel gemeenschappelijke onderwerpen. Daarom hebben we onlangs het Plantaardig Handelsoverleg opgericht waarin we vier keer per jaar samen met GroentenFruitHuis, Anthos en Plantum bredere onderwerpen bespreken, zoals de zorg over de bezuinigingen bij NVWA en Ministerie. Ook hebben we onlangs gezamenlijk de nieuwe inspecteur generaal van de NVWA uitgenodigd voor een werkbezoek. Maar zodra het dus gaat over een bepaalde nieuwe bestemming voor de pootaardappelen, is dat helemaal onze zaak.”

Het afgelopen jaar werd gekenmerkt door enorm lage prijzen. Toch is er areaaluitbreiding. Hoe is dit te verklaren?

“Het areaal is inderdaad gegroeid maar dan spreken we maar over een paar procent. De marktwerking van lage prijzen, het jaar erop minder productie en hoge prijzen, het jaar erop meer productie speelt nog wel een rol maar we zien dat specialiseren steeds belangrijker wordt. Telers richten zich in toenemende mate volledig op pootgoed, industrie of een ander specialisme. Dit verklaart waarom de fluctuaties minder groot zijn. Daarnaast moet een teler naar meerdere jaren kijken en neemt het belang van risicospreiding toe. Ik vind het eigenlijk wel positief dat er een lichte stijging merkbaar is ondanks de lage prijzen.”

Is er nog ruimte voor meer aardappelen?

“In de markt is er zeker nog ruimte voor meer aardappelen. Er wordt wel gezegd dat de grens in Nederland is bereikt maar er is wellicht meer ruimte dan de huidige teelt. Dit zou je op kunnen lossen door bijvoorbeeld grond te delen met veehouders. Ook is er veel aandacht voor bodembeheer om de productie in Nederland verder te verduurzamen. Neem een keurmerk zoals Planet Proof. Het keurmerk laat zien dat het product duurzamer is geproduceerd. Afnemers gaan overigens steeds verder in hun eisen. We zijn hier in principe voorstander van, mits ze realistisch en werkbaar zijn voor de telers. Zelf willen we ook actiever met duurzaamheid aan de slag. Zeker om de positie van Nederland als aardappelland vast te houden. Een goede bodem is onmisbaar.”



“Ik vind het eigenlijk wel positief dat er een lichte stijging in areaal merkbaar is ondanks de lage prijzen.”

Vroeger werd er vooral aangestuurd op een zo hoog mogelijke opbrengst per hectare. Nu is er meer aandacht voor kwaliteit en specialisatie. Hoe zit dat?

“Bij pootgoed zien we dit eigenlijk al jaren en nu is het ook merkbaar bij consumptieaardappelen en de industrie. Maar het is wel en/en. De opbrengst per hectare zal ook verder omhoog moeten. De verwerking van aardappelen heeft een enorme vlucht genomen. Het komt bij de verwerking heel precies met hoge eisen aan zowel de teelt als de afzetkant. Dat is ook het mooie van rassenontwikkeling. Er zijn rassen ontwikkeld die voldoen aan de gestelde eisen van de afzetmarkt en voor de telers nog steeds een goede opbrengst garanderen.”

Welk segment binnen de Nederlandse aardappelhandel laat de grootste groei zien?

“De markt voor diepgevroren aardappelproducten is internationaal het meest gegroeid en heeft een belangrijke basis in Nederland en België. Daarnaast is ook het

pootgoed sterk toegenomen. In twintig jaar tijd is de export vanuit Nederland verdubbeld. Nederland verhandeld momenteel ruim 800.000 ton waarvan 50 procent in Europa blijft en 50 procent buiten Europa wordt geëxporteerd. Daarnaast heeft Nederland een sterke positie in de veredeling van nieuwe aardappelsorten. Dit in combinatie met onderzoek, technologie en de logistiek met de beschikking over de wereldhavens maakt dat Nederland het gehele speelveld kan afdekken en dat is best uniek. De productie en consumptie van aardappelen stijgt wereldwijd en blijft toenemen. De aardappel is zelfs het derde grootste voedingsgewas ter wereld. Dit geeft vertrouwen voor de toekomst. Andere landen gaan dan wel meer produceren maar zolang onze industrie groeit, zijn er consumptieaardappelen en een pootgoed nodig. We zullen zelfs alle zeilen moeten bijzetten om de potentie van de aardappel bij te houden in de Nederlandse productie.”

Waarom is het zo belangrijk dat Nederland zelf voldoende blijft produceren?

“Als het gaat om het aardappelareaal zijn we in Nederland in feite maar een kleine speler. Ik geloof erin dat we een stevige

productiebasis moeten houden. In gecertificeerd pootgoed doen we 60 procent van de wereldhandel en voor de fritesindustrie hebben we samen met België eveneens de nummer 1 positie. Het cluster is een groot voordeel van Nederland maar we moeten het wel zien te behouden. De veredeling en verwerking zijn hier gevestigd. Zij willen uitgangsmateriaal en grondstoffen uit Nederland zelf hebben. Zonder een sterke teeltbasis is er ook geen sterke exportketen. NAO maakt zich sterk voor het behoud van voldoende eigen productie.”

De consumptie van tafelaardappelen in Nederland staat al jaren onder druk. Middels promotiecampagnes wordt getracht het tij te keren. Hoe zien jullie de toekomst in van de tafelaardappel?

“De verkoop van ongeschilde aardappelen is inderdaad gedaald. Toch staan aardappelen in de meeste huishoudens nog altijd driemaal per week op tafel wat volgens ons helemaal niet verkeerd is. Dit moeten we wel vast zien te houden ofwel de daling