

Multimedia toepassingen en multimedia beleid in de Nederlandse sierteeltsector

drs. F. (Frank) Koldijk

Branche adviesbureau Koldijk Consultants BV

Melde 21, 1422 NS Uithoorn

Telefoon 02975 - 69074, telefax: 02975 - 69074

Referaat

Multimedia wordt door sommigen in de sierteeltsector gezien als een potentieel nieuw wapen in de internationale concurrentiestrijd. Niet ten onrechte. Multimedia-systemen zijn bij uitstek geschikt voor het presenteren van sierteelproducten, die door hun aard moeilijk in gestructureerde vorm zijn te gieten. Een aantal toepassingen van multimedia heeft inmiddels zijn weg naar de praktijk gevonden. Andere zijn in ontwikkeling. Sommige verkeren nog in het stadium van brainwave. Maar bij alle verschillen tussen de diverse toepassingen treedt een gemeenschappelijk element voortdurend naar de voorgrond. De noodzaak van standaardisatie. Moet het komen tot een multimedia-beleid in de Nederlandse sierteeltsector?

Trefwoorden: multimedia, EDI, standaardisatie, standaardisatiebeleid

Inleiding

De Nederlandse sierteeltsector neemt internationaal nog steeds een dominante positie in. Maar de concurrentie neemt toe. Om het marktaandeel van Nederlandse bollen, bomen, bloemen en kamerplanten te handhaven moet keihard strijd worden geleverd. Deze strijd wordt door de ondernemingen in de sector dag in dag uit op tal van fronten uitgevochten. Denk aan produktvernieuwing, kwaliteitsverbetering, kostenbeheersing en logistieke efficiency-verhoging.

Maar nu de rek uit de groei is, ontstaat behoefte aan een nieuw instrumentarium om de slagkracht van de sector te verhogen. Zo'n nieuw wapen in de internationale concurrentiestrijd is de moderne multimedia-technologie.

Dit artikel geeft een impressie van huidige toepassingen en potentieel nieuwe mogelijkheden van multimedia in de sierteeltsector. We signaleren een aantal knelpunten die te maken hebben met de onderlinge afstemming van de verschillende toepassingen. Deze problemen kunnen met een actief sectorbeleid het hoofd worden geboden.

Hoezo Multimedia?

Multimedia-systemen zijn informatiesystemen die verschillende vormen van informatie, zowel gestructureerde gegevens in tabelformaat, als ongestructureerde data zoals tekst, beeld en geluid, met elkaar

verbinden. Multimedia-systemen spelen in op het feit dat mensen voor het verwerken van informatie van nature beschikken over verschillende zintuigen. Gegevens die op een natuurlijke, multimediale wijze wordt aangeboden, blijken over het algemeen veel sneller verwerkt en beter onthouden te worden dan monomediale informatie.

Multimedia-systemen zijn bij uitstek geschikt voor het presenteren van zaken die door hun aard moeilijk in gestructureerde vorm zijn te gieten. Hier geldt het spreekwoordelijke plaatje dat meer zegt dan duidend woorden.

Multimedia-systemen worden vooral ingezet wanneer het informatieleveranciers erom gaat de kwaliteit van de informatie te verhogen, de effectiviteit van de communicatie te verbeteren en een doelgroep te stimuleren tot een actief informatieverwerkend gedrag. Bijvoorbeeld bij exploreren leren of 'scharrelen' door een databank.

Multimedia in de sierteeltsector

Ook in de sierteeltsector gonst het de laatste tijd van 'Multimedia'. Een modieus buzz-word van voorbijgaande aard, of een belangrijke en nuttige innovatie die we serieus moeten nemen? De claims van multimedia zijn ronduit pretentius.

Door een slimme mix van multimedia en elektronische gegevensuitwisseling, zo wordt beweerd, kan deze technologie:

- zorgen voor een snellere en efficiëntere logistieke dienstverlening en daarmee bijdragen aan een lagere kostprijs en een betere produktkwaliteit in de keten;
- een uitstekende infrastructuur bieden voor de uitwisseling van keten-informatie van consument via handelaar naar producent en vice versa;
- als hulpmiddel fungeren bij de objectivering van kwaliteitskeuringen;
- effectief worden ingezet voor de promotie van Nederlandse sierteeltprodukten bij de buitenlandse afnemer en consument.

We mogen deze aanspraken niet helemaal afdoen als theoretische slagen in de lucht. Multimedia-systemen treffen we in de dagelijkse praktijk van de sector hier en daar immers reeds aan. Een aantal groothandelaren doet elektronische aanbiedingen met digitale produktfoto's. Veilingen en bemiddelingsbureaus werken aan vergelijkbare systemen. ATO-DLO werkt aan computer beeldanalyse van kamerplanten. Promotie-instellingen zijn bezig hun foto-archieven te digitaliseren.

Maar naast deze concrete praktijkvoorbeelden wordt in de sector driftig gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe interessante toepassingen van multimedia. Laten we de diverse mogelijkheden eens nader bekijken.

Digitale produktfoto's als verkoopondersteuning

Een probleem met levend materiaal als sierteeltprodukten is, dat dit niet fabrieksmatig gestandaardiseerd of standaardiseerbaar is. Sierteeltprodukten zijn verkrijgbaar in een schier oneindige verscheidenheid aan cultivars, maten, kwaliteiten, rijpheidsstadia en andere sorteringskenmerken. Dit specifieke karakter van de produkten heeft de behoefte opgeroepen aan middelen ter ondersteuning van de communicatie over het produkt.

De directe aanschouwing van het produkt wordt in de handel in boom- en bloemkwekerijprodukten nog steeds als essentieel beschouwd. Zo voeren veilingen bloemen en planten van oudsher langs de kopers voor de klok. BB's stellen hun produkten op in monstercassen. Vroeger gingen plantengroothandelaren met monsters langs hun klanten. En lijnrijders werken nog steeds volgens het motto 'zien is kopen'. Ter vergroting van de efficiency van vermarktingsprocessen streven de partijen in de sector echter naar een ont koppeling van prijsvorming en logistieke processen. Een vereiste daarvoor is een strikte standaardisering en objectivering van produktkenmerken.

Omdat zo'n radicale standaardisatie vooralsnog politiek niet haalbaar geacht wordt, zoeken sommigen het in koppelen van beeldinformatie aan de produktaanbieding. Het beeldveilen van Bloemenveiling Holland of het Elektronisch bemiddelingsstelsel van de Boskoopse veiling zijn voorbeelden daarvan.

Ook bij de groothandel is de combinatie van EDI en beeldondersteund verkopen duidelijk in opmars. Het Bleiswijkse softwarebedrijf GreenSystems levert een applicatie waarmee grossiers elektronische aanbiedingen, voorzien van digitale produktfoto's naar hun klanten kunnen versturen. De elektronische aanbieding- en orderberichten zijn gestandaardiseerd volgens UN/Edifact en worden beheerd door de EDI-organisatie in de bloemkwekerijsector Ediflower. Digitale produktfoto's, die normaal zo'n 2 Mb aan ruimte innemen, worden binnen deze applicatie volgens de JPEG-standaard gecomprimeerd tot een omvang van 15 à 40 kilobyte. Daardoor kunnen zij met high-speed modems in enkele seconden over de lijn worden geseind. Slimme compressie- en decompressie-algoritmen zorgen ervoor dat de plaatjes met standaard processoren (van het type 386/486) toch flitsend op een beeldscherm worden gedispleyd.

Als belangrijkste voordelen van beeldondersteunde EDI-aanbiedingen worden genoemd:

- de klant krijgt in één oogopslag zicht op de betrokken aanbieder;
- de snelheid van het orderproces wordt aanzienlijk verhoogd;
- de produktkennis van de klant wordt gaandeweg verhoogd;
- het is een prima methode om de aandacht op noviteiten te vestigen.

Het beeldondersteund verkoopsysteem wordt door een aantal leveranciers van kamerplanten en boeketten inmiddels in het internationale orderverkeer gebruikt. Momenteel worden de digitale produktfoto's allemaal nog door de handelaren zelf gemaakt. Dat gebeurt met behulp van still-video camera's. De hoop en de verwachting is echter dat producenten en bemiddelingsbureaus straks de opnamen zullen maken en deze bij hun produktaanbod meeleveren. Voorwaarde is dat de formaten, opslag- en transmissietechnieken voor uitwisseling van digitaal beeldmateriaal binnen de bedrijfskolom gestandaardiseerd zijn.

Aanmaak van fotolabels en -etiketten op de werkvloer

In de boomkwekerijsector, met name in de tuincentra, maar ook bij kamerplanten worden fotolabels gezien als hulpmiddel om de consument te voorzien van produktinformatie. Op fotolabels of steeketiketten kan informatie over bloeitijd, plaatsingstips, verzorgingstips, produktkenmerken als geur, groeisnelheid en dergelijke worden afgedrukt, al dan niet met prijsinformatie en een barcode voor kassascanning.

Uit kostenoverwegingen dient het aanbrengen van de labels en etiketten bij voorkeur te gebeuren bij het verpakken en veilinggereed maken van het produkt door de kweker. Het nadeel daarvan is dat op de labels dan geen specifieke informatie kan worden afgedrukt, zoals de naam, het logo en de verkoopprijs van de eindafnemer.

Voor een handelaar is de aanschaf en het in voorraad houden van een breed palet aan relatief kleine hoeveelheden voorbe-

drukte labels of etiketten, soms zelfs in meerdere talen, echter een dure zaak. Er is daarom behoefte aan een flexibele en goedkope manier om zelf kwaliteitslabels 'op maat' te produceren. Nieuwe technieken van kleurenprinten brengen de instantaanmaak van fotolabels en -steeketiketten op de werkvloer van de handelaar straks binnen bereik.

Produkt beeldbank voor groot- en detailhandel

Het ketenonderzoek in de Bloemkwekerijsector heeft vastgesteld dat de produktkennis van binnen- en buitenlandse grossiers en detailhandelaren in de bedrijfskolom niet erg breed en diepgaand is. Van een verbreding van de assortimentskennis en een verdieping van de technisch inhoudelijke kennis over het produkt mag op termijn een stevige impuls worden verwacht voor een hoger kwaliteitsbewustzijn, een gevarieerder aanbod en een betere prijsvorming.

Een manier om produktkennis aan de hand over te brengen is het beschikbaar stellen van gegevens uit een produkt/beeldbank. Vooral wanneer data met plaatjes en eventueel gesproken tekst kan worden gecombineerd, kan een zeer effectieve en gebruikersvriendelijke informatieoverdracht worden bereikt. Voor de opbouw van zo'n multimedia produktbank is uniform, goed gedocumenteerd, actueel en professioneel basismateriaal nodig. In de sierteeltsector is heel veel materiaal reeds beschikbaar, maar in ongestandaardiseerde vorm en verspreid over een groot aantal verschillende organisaties.

Taxonomie en beeldverwerkingstechnieken

Bij de wetenschappelijke beschrijving en classificering van sierteeltprodukten wordt momenteel door de verschillende instanties die daarvoor in de sierteeltsector actief zijn, gebruik gemaakt van beeldmateriaal voor vastlegging en documentatiedoeleinden. Binnen de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO) van het ministerie van Landbouw zijn zowel het

ATO als het CPRO bezig met systemen waarmee objecten door middel van de computer kunnen worden geanalyseerd.

Deze systemen kunnen van een gegeven plant de vorm van het blad vaststellen, de vertanding, het aantal nerven, de tekening, de kleur en vertakking en dergelijke. Computerbeelden kunnen derhalve uitstekend worden ingezet voor taxonomische doeleinden. Maar omdat de taxonomische instituten niet zelden ook actief zijn op het gebied van de levering van fotomateriaal voor promotiedoeleinden en informatie voor databanken, of diensten verrichten op het vlak van artikel- en of barcodering, is de uitwisselbaarheid en een meervoudige toepassing van computerbeeld van groot belang.

Digitale produktfoto's bij de kwaliteitskeuring

De hierboven gesignaleerde behoefte aan standaardisering en objectivering van produktkenmerken in de sierteeltsector heeft ertoe geleid dat het landbouwonderzoek zich is gaan richten op geautomatiseerde keuringssystemen. Een aantal van de systemen die thans in ontwikkeling zijn, gaat uit van een opname van het produkt onder diverse belichtingsomstandigheden. De foto wordt vervolgens gedigitaliseerd en door een computer geanalyseerd en geïnterpreteerd. Hiermee kunnen naast de uitwendige aspecten van produkten ook inwendige kwaliteitsaspecten worden geobjectiveerd.

Dergelijk geautomatiseerde keuringssystemen zullen binnen enkele jaren bij de grotere veilingen, bemiddelingsbureaus en producenten in productie komen. Ook hier moet het belang van multifunctionele toepassing van de foto's worden onderstreept. Een opname t.b.v. de keuring zou in het gehele vermarkttingsproces aan het produkt gekoppeld moeten kunnen blijven.

Multimedia klachtenregistratiesysteem

Als kritische kanttekening bij de kracht van de Nederlandse sierteelt-sector wordt

vaak de gebrekkige informatiestroom tussen de verschillende schakels in de bedrijfskolom genoemd. Het ketenonderzoek in de bloemisterij heeft vastgesteld dat er grote behoefte bestaat aan een systematische terugkoppeling van klachten van de consument via detail- en groothandel naar veilingen en producent.

Het feit dat tot op heden nooit een geschikte infrastructuur voor een dergelijke systematische terugkoppeling van klanteninformatie tot stand is gekomen heeft vermoedelijk veel te maken met natuurlijke psychische weerstanden tegen het uiten en ondervinden van kritiek. Bovendien zullen individuele partijen, nog afgezien van de ontwikkelings- en beheerskosten van zo'n systeem, niet snel geneigd zijn tot klachtenregistratie als zij er niet zeker van zijn dat de behandeling van die klachten ook een vervolg krijgt in de rest van de keten.

Sommigen in de sector zijn van opvatting dat de introductie van een standaard klachten-registratiesysteem, waarbij moderne informatietechnologie als EDI en multimedia worden gecombineerd, een aantal van die weerstanden zou kunnen wegnemen. Men stelt zich voor dat Nederlandse groothandelaren hun afnemers in staat stellen klachten over leveringen op een elektronisch klachtenformulier te registreren. Een beeldbank met schadebeelden, of een door de klant zelf gemaakte opname, kan helpen ter objectivering van de klacht. De klachten worden door de handelaar als onderdeel van het normale dataverkeer met zijn klanten verzameld. De standaard klachtenberichten zouden vervolgens weer kunnen worden doorgeleid naar de organisatie in de sierteeltsector die belast is met de verbetering van de ketenkwaliteit.

Multimedia en produktpromotie

Multimedia toepassingen kunnen op verschillende manieren ter promotie van het Nederlandse sierteeltprodukt worden ingezet. Het IBC foto-archief is reeds gedigitaliseerd en het materiaal is geschikt voor de productie van professionele litho-

grafieën. De opkomst van multimedia in de bollenhandel zal de behoefte oproepen aan IBC computer-beelden voor verkoop-ondersteunende systemen van handelaren. Ook voor de boom- en bloemkwekerij-sector is te voorzien dat branchegenoten voor hun multimedia-systemen een beroep zullen doen op het beeldmateriaal van BloemenBuro Holland (BBH) en PPH (Plant Publicity Holland), mits dit materiaal is gestandaardiseerd.

Maar ook een actief gebruik van multimedia door de promotiebureaus zelf is denkbaar, waarbij de multimedia-infrastructuur die zich tussen groothandel en buitenlandse afnemer ontwikkelt, wordt benut. Daarbij kan men denken aan de distributie van multimedia informatie over noviteiten, gebruikstips, interieur- en tuinrichtingssuggesties, behandelingstips. Dit ter ondersteuning van hetgeen nu in gedrukte vorm aan promotiemateriaal bestaat. Voor die afzetkanalen, met name tuincentra, waarin wordt gewerkt volgens de formule van het recreatief winkelen, kan men denken aan multimedia promotie gericht op de consument. Interactief 'bladeren' door TV/computerschermen met produktinformatie over tuinplanten, bollen, tuinrichting en dergelijke.

Naar een multimedia beleid voor de sierteeltsector

Multimedia in de sierteeltsector, luchtkas-teel of serieuze innovatie? We hebben concreet voorbeelden besproken van nuttige praktische toepassingen van multimedia in de sierteeltsector. Maar tussen de potentiële mogelijkheden en wat daarvan in de praktijk wordt waargemaakt gaapt nog een behoorlijke kloof. De systemen zijn relatief duur, al worden ze snel goedkoper. De beschikbaarheid en uitwisselbaarheid van goed multimedia-materiaal is gebrekkig. Het ontbreekt vooral aan integratie en standaardisatie van systemen.

Omdat gedigitaliseerd beeldmateriaal tussen de verschillende partijen en instanties in de keten onderling moet worden uitgewisseld, staat en valt het succes van multimedia bij standaardisatie. Standaardisatie van formaten, van compressietechnieken, van transmissietechnieken, van opslagmedia. Maar ook uniformering van procedures, voor het opvragen, updaten en onderhouden van multimedia materiaal.

Voor standaardisatie geldt: hoe eerder hoe beter. Door een tijdige standaardi-

satie wordt fragmentatie van de markt voorkomen en worden de kosten voor multimedia-toepassingen in de sector geminimaliseerd. Maar de ervaring leert ook dat van individuele partijen op dit gebied weinig te verwachten is. Daarom is er een rol voor overkoepelde organisaties weggelegd.

Sinds enige tijd staat standaardisatie hoog op de agenda van het bestuur van het Produktschap voor Siergewassen. Daaruit blijkt dat multimedia in ieder geval ook op het hoogste niveau in de sierteeltsector serieus genomen wordt. Ter discussie staat de stelling dat het voeren van een standaardisatiepolitiek op het gebied van EDI en multimedia past binnen het PVS sectorbeleid gericht op versterking van de structuur van de bedrijfstak. De Nederlandse sierteeltsector heeft zijn internationale dominantie van oudsher te danken aan zijn innovatieve kracht. Door een actief standaardisatiebeleid op dit gebied worden de randvoorwaarden geschapen voor een breed gebruik van moderne multimedia-technieken in de keten.