

Aantal verkoopdochters verminderd, focus op afzetkanalen verscherpt

FresQ versterkt de samenwerking op



Arnold Reijers (links) in gesprek met Franky Koekebakker van FresQ Red Star: "Voor de afnemers is het van belang dat onze verkoopdochters over een breed assortiment beschikken en volumegaranties kunnen bieden."

Sinds 1 januari telt afzetcoöperatie FresQ geen acht, maar vijf verkoopdochters. Volgens marketing manager Arnold Reijers is deze stap belangrijk om op de marktontwikkelingen en wensen van klanten in te spelen. "Voor afnemers is het van belang dat onze verkoopdochters over een breed assortiment beschikken en volumegaranties kunnen bieden."

TEKST EN BEELD: JAN VAN STAALDUINEN

Schaalvergroting en consolidatie in de keten zijn nog steeds aan de orde van de dag. De gemiddelde orderomvang neemt hierdoor toe. Bovendien willen inkopers graag zoveel mogelijk glasgroenten betrekken van

een beperkt aantal leveranciers. "FresQ en haar leden willen dat uiteraard faciliteren", zegt marketing manager Arnold Reijers van de afzetorganisatie. "Dat kan door de verkoopdochters nauwer

te laten samenwerken en hun activiteiten nog beter af te stemmen op de verschillende afzetkanalen die we in zijn totaliteit beleveren."

De voorgenomen intensivering van de samenwerking tussen de verschillende dochters heeft op meerdere fronten vorm en inhoud gekregen. Per 1 januari jongleden zijn FrEsteem Tomaat en FrEsteem Paprika samengevoegd tot FrEsteem en zijn de verkoopdochters Seasun en Harting-Vollebregt gefuseerd tot het nieuwe Fresh ConneQt. Eerder al had Red Star de basis verbreed door vier nieuwe leden aan te trekken, die gezamenlijk de gewenste areaalgroei van het geteelde assortiment tomaten voor hun rekening namen. De

laatste verandering betreft de naamswijziging van Quality Queen Tomaat in Fresh Quality.

FresQ Kent

De scherpere focus op afzetkanalen komt ook tot uiting in FresQ Kent. Sinds het voorjaar van 2009 verkoopt deze organisatie de volledige productie van Thanet Earth op de Britse en Ierse markten. "In Groot-Brittannië is local for local een issue", verklaart de marketing manager. "Nederlandse telers die al bij FresQ waren aangesloten hebben daarop ingespeeld met Thanet Earth. Daarbij hoort natuurlijk een lokale afzetorganisatie. Deze opereert autonoom maar valt wel onder de Nederlandse coöperatie."

Assortiment en volumegaranties

"Voor de afnemers is het van belang dat onze verkoopdochters over een breed assortiment beschikken en volumegaranties kunnen bieden", vervolgt Reijers. "De recente veranderingen vormen het voorlopige sluitstuk van een opschalingproces dat zowel de keuze als de volumegaranties moet borgen. Per saldo resulteert het ook in een sterker management en in efficiency-



Arnold Reijers: "De verkoopdochters hebben nu een sterkere focus op specifieke afzetkanalen en werken nog intensiever samen."

Wim Grootsholten (Rainbow):

'De telersbelangen staan altijd voorop'

Als grondlegger van Rainbow Growers én FresQ is Wim Grootsholten een uitgesproken voorstander van hechte samenwerking. "FresQ is de enige producentencoöperatie die zo ver is gekomen met een verticale ketenbenadering en de belangen van telers altijd voorop heeft gesteld", zegt hij. "De recente veranderingen zijn een logische voortzetting van het beleid.

Een paar jaar geleden telde FresQ nog tien verkoopdochters, nu zijn dat er vijf en over enkele jaren zijn het er misschien nog minder. Momenteel werken FresQ FrEsteem en de paprikatak van FresQ Rainbow Growers Group aan een project om de afzetssystemen voor paprika van de beide verkoopdochters te integreren. Hoe meer je vanuit één organisatie kunt werken, hoe beter het is. Harmonisatie en concentratie kosten tijd, maar zijn nodig." Grootsholten merkt op dat de onderlinge samenwerking ook in het buitenland is geïntensiveerd. "Thanet Earth, het modernste en grootste glastuinbouwcomplex in Groot-Brittannië, is een prachtig voorbeeld van inspelen op marktontwikkelingen. Rainbow Growers en de gebroeders Van der Kaaij hebben daarvoor het initiatief genomen. Door de productie deels te verplaatsen naar Engeland, hebben we een wezenlijk andere relatie gekregen met de Britse retailers. Ze zien ons nu als lokale producenten, die niet zomaar uitwisselbaar zijn. Bovendien hebben we door die hechte relatie een veel scherper zicht op de markt gekregen."

voordelen. De samenwerking komt natuurlijk niet uit de lucht vallen; samenwerking tussen onze dochters stond van meet af aan hoog in het vaandel. Ze doen dat nu wel intensiever en vanuit een sterkere focus op afzetkanalen en klanten."

Marktpositie versterkt

De marketing manager noemt de herstructurering van groot belang voor alle 79 aangesloten bedrijven. "FresQ staat als een huis en bedient de markt adequater dan ooit. De nieuwe structuur sluit ook beter aan op de randvoorwaarden die Brussel stelt aan telersverenigingen die in aanmerking willen komen voor GMO-subsidies." Reijnders vervolgt: "Hoewel het niet maatgevend was in onze afwegingen en keuzes, is dat een prettig gegeven. Die subsidies hebben de afgelopen jaren een mooie bijdrage geleverd aan de bedrijfsontwikkeling van onze leden en aan de versterking van de marktpositie van FresQ."

Vrij ondernemerschap

Het vrije ondernemerschap is en blijft een stevige pijler onder FresQ, stelt Arnold Reijers. "Telers moeten zich hier thuis voelen

en blijven uiteraard nauw betrokken bij zowel de beleidsvorming als de dagelijkse gang van zaken. Dat is verankerd in de coöperatie en in de uitvoerende organisatie. Ik heb er alle vertrouwen in dat de leden dit positief blijven ervaren. Zolang dat het geval is, zie ik voor FresQ en haar leden nog een mooie toekomst in het verschiet liggen." 

Essentieel

Arnold Reijers: "Relaties onderhouden is essentieel. Dat geldt voor mij ook voor een beurs zoals Tuinbouw Relatiedagen Gorinchem."

FresQ heeft het aantal verkoopdochters verminderd. De verkoopdochters van Harting-Vollebregt en Season zijn nu samengevoegd in Fresh ConneQt en FrEsteem Paprika en FrEsteem Tomaat zijn gefuseerd tot FrEsteem. Vanuit hechtere samenwerking tussen de verkoopdochters en een scherpere focus op afzetkanalen denkt de coöperatie haar afnemers beter van dienst te kunnen zijn.

SAMENVATTING