

'Ons ideaal is één grote Decorumfabriek'



Eric Moors (links) en Jos van der Meijs: "Onze kracht is dat iedereen meelift op elkaars kwaliteit. We willen net zo'n merk als Calvé pindakaas, dat niet gemakkelijk inwisselbaar is."

Telersvereniging Decorum Plants levert meer dan honderd soorten groene en bloeiende planten afkomstig van 39 kwekers. Gezamenlijk zijn ze goed voor 11 tot 12 miljoen planten per jaar. Decorum brengt sinds 1999 kwaliteitsplanten onder eigen merk op de markt. Vorig jaar maakte de telersvereniging een pas op de plaats, verscherpte de lidmaatschapsdeelname en wil de ketentouwjes nog strakker in de hand houden.

TEKST EN BEELD: MARLEEN ARKESTEIJN

"Als individuele kweker sneeuw je onder. Dat is een reden om samen te werken op het gebied van inkoop, verkoop, teelt en ICT", zegt Jos van der Meijs, woordvoerder bij Decorum Plants.

"Bedrijven worden steeds individueler. Je ziet wel dat bedrijven elkaar op onderdelen van de bedrijfsvoering weer opzoeken. Onze cultuur is coöperatief. Op sommige vlakken neemt dat af en op andere juist toe. Dat is de kracht van de Nederlandse tuinbouw. Dat is een cultuur die niet te kopiëren is. Je moet kennis willen en durven delen. Dan innoveer je het snelst", zegt Eric Moor van het managementteam.

Met de coöperatieve gedachte in het achterhoofd is deze telersvereniging in 1996 opgericht. "De eerste drie jaar hebben we met de club gepraat over de strategie. In maart 1999 is de BV pas echt

opgericht, op 1 juli 1999 kwam het eerste Decorumetiket op de markt", vertelt Van der Meijs.

Niet inwisselbaar

Moor: "Onze basisgedachte was: producten moeten niet of minder inwisselbaar zijn. We werden continu uitgespeeld door de keten, omdat kwaliteit niet werd herkend in de markt. Een betere kwaliteit kostte evenveel als een mindere kwaliteit. We wilden daarom een betere kwaliteit, herkenbaar aan een merk, in de markt zetten. Onze strategie is dat onze producten naar goede, geschikte verkoopplaatsen gaan. Momenteel nog niet naar bouwmarkten of supermarkten. Het is het warme bakker-verhaal."

Vervolg op
pagina 18 >

'Ons ideaal is één grote Decorumfabriek'



De kwaliteit is geborgd door productspecificaties. Kwaliteitscontroller Erik van Wijk vormt sinds 1,5 jaar de 'ogen en oren' van Decorum Plants.

Vervolg van
pagina 17

Foute insteek

Ondanks alle goede ideeën liep het toch niet naar wens. Moor: "We wilden in 2001 snel groeien. We hadden daarom naast het lidmaatschap ook een licentiehouderschap ingesteld, waarbij mensen per etiket een bijdrage moesten leveren. We hadden 22 leden en 24 licentiehouders. Decorum werd voor sommige een leuk studieclubje. Ze zetten maar 1% via onze telersvereniging af in plaats van wat wij voor ogen hadden: één grote Decorum-fabriek, waar alle kwaliteitsproducten naartoe zouden gaan. Bovendien had ik het gevoel steeds meer op een eiland te zitten met het managementteam."

Meedoen of afhaken

Op 1 juli 2006 werden de leden en licentiehouders daarom voor het blok gezet: meedoen of afhaken als er nieuwe strengere voorwaarden werden gesteld. Bij minimaal dertig leden zou Decorum deze strenge voorwaarden invoeren. Er bleven 36 leden over.

Voor de huidige leden gelden dus striktere regels. Op de eerste plaats moeten kwekers bereid zijn meer en meer het eigen kwekerijmerk in te wisselen tegen het Decorummerk. Verder is er een financiële drempel. Leden moeten aandelen kopen naar ratio van de omzet met een bepaald maximum. Wie uitstapt, krijgt de waarde

van dat moment weer terug.

Leden moeten lid zijn van minimaal één werkgroep, bijvoorbeeld kwaliteit, communicatie, concept, ICT of inkoop. Zo wordt het meer een eigen club. Moor: "Het 'jullie van het managementteam' moest eraf. Doordat we de beslispunten en de inzet meer bij de leden neerleggen, is de betrokkenheid nu groter."

De kwaliteit is geborgd door productspecificaties. Kwaliteitscontroller Erik van Wijk vormt sinds 1,5 jaar de 'ogen en oren'. Klachten en opmerkingen van (buitenlandse) klanten worden geregistreerd in een klachten-database.

Decorum-fabriek

Moors ideaal, één grote Decorumfabriek, komt langzaam dichterbij. Dat is al zichtbaar aan de beurspresentaties. "In drie jaar tijd zijn we gegroeid van een aantal losse stands bij elkaar tot één grote stand van 300 vierkante meter. De kracht is dat iedereen meelift op elkaars kwaliteit. We kunnen Decorum zo echt als merk op de kwaliteitsmarkt neerzetten. We willen groeien naar een consumentenmerk, net als Calvé pindakaas, dat niet gemakkelijk inwisselbaar is."

Moor: "We hebben nu een behoorlijke club, maar we zoeken nog steeds mensen met een goed product erbij die willen samenwerken. Als club staan we sterker tegenover de ketens. Wij willen een stukje regie. We doen gezamenlijke marketing, ICT, verkoop en inkoop. We gaan samen naar buitenlandse beurzen."

Dat wil volgens Moor helemaal niet zeggen dat een nieuwe kweker gelijk kan knallen. "Je moet hiermee echt op de lange termijn denken. Misschien moet het net als in de groenteteelt eerst heel slecht gaan. Mensen denken nu dat de wereld van tien jaar terug er over tien jaar nog is. De lange termijn beleving is bij veel mensen nog ver weg."

Geen exclusieve distributie

Van der Meijs: "Vanaf 1999 hadden we voor ieder land één exporteur, die het alleenrecht voor dat land had. Onze doelgroep was vooral de buitenlandse groothandel. Omwille van de groei was deze exclusieve distributie steeds minder wenselijk. Ook wilden we meer kiezen voor het segment tuincentra. Ongeveer drie jaar geleden hebben we daarom dat idee losgelaten en meer exporteurs op één land gevraagd. Door de exclusiviteit te handhaven, zouden we kwekers kwijtraken."

Hij vervolgt: "Onze leden kozen er unaniem voor om het alleenrecht van de exporteurs los te laten. Dat had als risico dat we exporteurs zouden kunnen kwijtraken. Uiteindelijk zijn er twee exporteurs afgevallen. Het betekende tijdelijk een omzetsdaling, die binnen een jaar is omgezet in extra groei door nieuwe exporteurs. Steeds meer exporteurs willen gelukkig samenwerking met ons. Anders hebben de grote winkelketens de regie. Gemiddeld over de kwekerijen is 60% van de planten van Decorumkwaliteit. Door onze selectieve keuze voor exporteurs kunnen we op





Het ideaal is één grote Decorumfabriek. In de gezamenlijke beurspresentaties komt dat al tot uiting. Moor: "We kunnen Decorum zo echt als merk op de kwaliteitsmarkt neerzetten."

dit moment 60% van onze planten onder deze kwaliteit kwijt."

Zelf de regie pakken

Van der Meijs ziet de rol van de exporteur overigens veranderen in de meer logistische functie van service provider. Decorum Plants helpt daarbij. "We informeren klanten over nieuwe producten. We maken internationale nieuwsbrieven naar de klant. Als wij op een beurs zijn, verwijzen we door naar de exporteurs op dat land. En zij komen met hun klanten naar onze beursstand."

Moor: "Kwekers wisten in het verleden vaak niet waar een product bleef. Nu kijken wij hoe we een product zo ver mogelijk kunnen begeleiden naar het schap. Wij willen ons niet meer door gebeurtenissen op de korte termijn laten leiden en de regie bij de ketens laten, maar zelf proberen de regie te pakken. Anders is er geen keuze meer. Wij denken aan de lange termijn."

Consumentensafari

De volgende stap is het bouwen aan een concept om in een gesloten keten controle te hebben tot op de winkelvloer. Dat concept loopt naast het Decorumverhaal, maar we halen er wel kennis uit voor het standaardverhaal.

"Ter oriëntatie hebben we een merkenbureau geraadpleegd. Ze hebben eind juni

een consumentensafari gedaan, waarbij ze op bezoek gingen bij verschillende consumententypen, die zijn ingedeeld op lifestyle. We wilden af van het productgericht denken en meer in de schoenen staan van de consument. We zijn met groepjes van een of twee leden een dagdeel bij verschillende typen consumenten geweest en hebben geluisterd hoe zij over planten denken. De consumentensafari vormt de basis waarop het concept gebouwd gaat worden", aldus Moor.

De mannen deden een leerzame ervaring op. Van der Meijs: "Wij zijn steeds bezig met kwaliteit, terwijl consumenten hier al vanuit gaan en dus meer letten op vorm dan op kwaliteit. We zijn tot de conclusie gekomen dat hét concept niet bestaat. We hebben nu vier conceptvoorstellen met ieder een eigen 'aanvliegroute'."

Telersvereniging Decorum Plants brengt sinds 1999 kwaliteitsplanten herkenbaar op de markt. Doel is één grote Decorumfabriek, die consumentenmerken met een herkenbaarheid als van Calvé pindakaas in de markt zet. De producten worden afgezet via kwaliteitsexporteurs, die meer de rol van service provider gaan invullen.

SAMENVATTING

De straat op, of?

We vechten er niet meer voor. Zien we het thuis niet meer zitten? We roken ff buiten een sigaretje en komen nooit meer terug. Bevalt ons werk niet zo? We ruilen de baas in tegen een verse. Een keer te veel voorgelogen door de politiek? Een enkeling vestigt zijn hoop nog op een populistische clown, maar de slimmen weten beter.

22 Uur, het was eventjes vliegen maar nu zit ik aan de andere kant van de wereld aan het strand. Is het ochtend als uw avond valt en is het voorjaar. De zon schijnt waar het in Nederland regent. Met 25 keer de oppervlakte en bevolkt door vier miljoen mensen heeft Nieuw Zeeland een ruimte en rust waar je in Nederland alleen maar van kunt dromen. Ben je dan ver weg? Welnee, per email en via internet volg je op 20.000 km afstand dagelijks de veilingprijzen en hou je gevoel met je klimaatcomputer, leest de Nederlandse krant en volgt nog even het 8 uur journaal. Zolang het boeit, want de interesse in de ruzietjes thuis, die ebt snel weg.

Hier kom je ze tegen, de uitgeweken Nederlanders. Niet gevlucht voor een wreed regime, maar ook geen zin zich nog langer te verzetten tegen alles wat hen "thuis" zo tegen is gaan staan. Even probeerden ze het nog met Pim, maar toen ook die hoop werd weggeschoten waren ze het zat, ze gingen.

De trend lijkt niet te keren. Onze slimme rozenkwekers lieten de strijd tegen de import op onze bloemenveilingen aan de simpeler broeders. Ondernemers met brains en energie vertrokken, naar Afrika, "Follow the money" is een bekende term in beleggersland. Nergens tegen vechten, maar handig inspelen op- en meegaan met de flow. Veranderingen zijn niet te stoppen, maar wel in je voordeel te kantelen.

Europa gaat nu slimme "vreemdelingen" toelaten, mits ze drie keer het minimumloon verdienen. Het zoekt talent en denkt dat dit de veel verdienende dertigers zijn.

De Yanks doen dat anders, zij verkopen hun universitaire opleidingen voor veel geld aan buitenlandse vaders die hen vervolgens hun kinderen sturen. Blijken die kids slim genoeg, dan mogen ze blijven. Een inburgeringscursus van een jaar of drie op eigen kosten hebben ze er dan inmiddels opzitten. Daarna mogen de nieuwbakken burgers nog een aantal jaar heel hard werken en enorm lange dagen maken voor ze "eindelijk" een verblijfsvergunning voor onbepaalde tijd wordt toegestaan. Zo halen zij talent binnen waar ze nog jaren op kunnen teren. Zo raken wij het kwijt. Nu verdient elke werkende jongeling het voor twee AOW'ers, over vijftien jaar zal hij er vier moeten onderhouden.

Heeft hij daarin geen zin? Koffers pakken en een land zoeken met meer ruimte en een andere oud/jong verhouding. Makkelijk zat.

Vraag is alleen, "wat doet u?"

Hans de Vries
www.Doorgedraaid.nl