

Ambities Sierafor gaan verder dan 150 miljoen snijtulpen

In januari kondigde commercieel directeur Michel Mulder van Sierafor het al aan: 'We willen dit seizoen 150 miljoen tulpen vermarkten'. Dat aantal is gehaald. En voor 2012 liggen de ambities nog hoger. Als grote speler in de markt licht Sierafor toe wat helpt om dit succes te behalen, en waar het nog beter kan. De tulp is een hit, maar moet wel aan de eisen van de afnemer voldoen.

Tekst: Arie Dwarswaard
Foto's: René Faas

Een tulpenbroeier die 20 miljoen stelen produceert telt beslist mee. In de bloemengroothandel liggen die getallen beduidend hoger. Bloemengroothandel Sierafor in Rijnsburg tikte afgelopen seizoen maar liefst 150 miljoen stelen af, 30 miljoen meer dan vorig seizoen. Daarmee is Sierafor een van de grootste tulpenkopers van Nederland. En dan te bedenken dat de tulp maar een van de vele soorten is die via dit bedrijf Europa ingaan. Half mei zijn het vooral gerbera's, chrysanthen en rozen die door de verwerkingshallen gaan. Dat beeld was de weken daarvoor wel anders. Dagelijks kwamen tientallen karren tulpen richting Sierafor, om binnen no time naar grote afnemers in binnen- en buitenland te gaan. Aan tafel zitten tulpeninkoper Jos Geerlings, projectmanager Peter de Jong en commercieel directeur Michel Mulder, om op het afgelopen tulpenseizoen terug te kijken. Niet zozeer om stil te staan bij die 150 miljoen stelen, maar wel om aan te geven wat in hun keten van broeier tot afnemer goed gaat, en wat nog beter kan.

TWEDE JAAR OP RIJ: 10-
Sierafor richt zich bij de bloemenhandel op gro-

te retailers in binnen- en buitenland. Dat levert relaties op in uiteenlopende marktsegmenten. Aan de ene kant zitten discounters die € 1,99 een maximumprijs vinden voor een bos tulpen, aan de andere kant opereren kopers die topkwaliteit willen met een daarbij behorend prijsniveau.

.....
'Woensdag is bij ons altijd de spannende dag. Komen de orders, en welke orders zijn dat dan?'

Mulder is net terug van een bezoek aan een Zwitserse koper uit de laatste categorie. "We hebben met elkaar teruggekeken op het afgelopen seizoen en vastgesteld dat er dit keer vijf miljoen stelen tulpen extra zijn verkocht. Als leverancier worden we elk jaar beoordeeld, en voor het tweede jaar op rij hebben we voor de tulpen een 10- gekregen. Daar zijn we echt trots op. Maar daarmee zijn we er niet automatisch volgend jaar, dat cijfer is geen garantie voor succes. Wij schrijven in, en zij bepalen of we mogen leveren. We horen dat binnenkort,



Michel Mulder: 'Het zijn ook voor ons spannende weken geweest. De invloed van de prijs is bij ons erg groot'

en dan willen zij al weten hoe wij naar de markt voor het komend seizoen kijken. Wat doet het areaal, wat zal de prijs doen? Vanaf dat moment kunnen wij al contacten gaan leggen met broeiers over beschikbaarheid van het assortiment en kleursamenstelling. Dat is voor hen ook een goed moment. Met het plannen van de broeierij en het opstellen van het broeischema kunnen ze dan al rekening houden met leveranties aan ons. In feite wordt dan al een fundament gelegd voor het huis dat we naar het tulpenseizoen toe gaan opbouwen."

GOED SEIZOEN

Bekeken vanuit het perspectief van Sierafor noemt inkoper Jos Geerlings, zelf ook gepokt en gemazeld in de tulpenbroei, het een goed seizoen. "De start begin januari was wat moeizaam, maar al snel ging het beter. Het weer was veel gunstiger dan vorig jaar, toen we lang in de kou en sneeuw hebben gezeten. Mede door het gunstige weer hebben we veel tulpen kunnen verkopen." Geerlings is hoofdverantwoordelijk voor onder meer de aankoop van die 150 miljoen tulpen. Waar een deel van de benodigde tulpen dus al ver voor het seizoen kan worden vastgelegd, omdat een grote koper al vroegtijdig aangeeft dat Sierafor het jaar erop relatie mag zijn, is er ook het dagwerk voor andere grote kopers. Mulder: "Een aantal grote kopers bepaalt per week wat ze willen kopen. Woensdag is bij ons altijd de spannende dag. Komen de orders, en welke orders zijn dat dan? Op die dag begint de machine weer te draaien. Er moet gekocht worden en daarbij is vooruitkijken van wezenlijk belang. Wat is al in twee dagen nodig, wat kan later? Wat komt er voor de klok en vooral tegen welke prijs?" Geerlings raakt niet snel in paniek op dergelijke momenten. "Zodra ik weet wat er aan tulpen nodig is kan ik via de computer al gaan kijken in de veilingaanvoer. Dat kan al 's avonds. De volgende morgen weet ik wat ik in ieder geval nodig heb en wat de prijs zou moeten zijn. Uiteraard is het een sport om niet boven die prijs te kopen, maar soms kan het niet anders. Dan neem je een keer je verlies, want de klant wil je toch van tulpen voorzien. Maar goed komen doet het altijd."

HELDERE EISEN

Een bloemengroothandel als Sierafor zit tussen leverancier en koper in, en dient ervoor te zorgen dat het aangekochte product voldoet aan de eisen die de koper stelt. Die eisen zijn helder, stelt projectmanager Peter de Jong. "Het gewicht, de lengte en het rijpheidsstadium, het



Jos Geerlings, Peter de Jong, en Michel Mulder kijken tevreden terug op het tulpenseizoen

is allemaal duidelijk omschreven. Ook geven kopers aan welke cultivars ze wel of juist niet willen hebben. De laatste jaren zijn er enkele kopers die geen 'Yokohama' meer wensen. Dat komt omdat die vrij snel behoorlijk rijp oogt, ook al is hij nog goed houdbaar. Dat past niet in de gemengde boeketten die zo'n koper wil neerzetten. Alle tulpen die daar in gaan moeten eenzelfde uitstraling hebben." Voor broei-ers zijn die eisen nog wel eens lastig, merken Geerlings en De Jong. "Onlangs hadden we nog een gesprek met een groep broei-ers. We treffen soms toch een of meer stelen bij onze ingangs- controle aan die geen 35 cm zijn, terwijl dat wel door de broeier is opgegeven als lengte. Onze klanten accepteren dat gewoon niet. Ze hebben hun eisen kenbaar gemaakt, en verwach- ten dat wij daaraan voldoen." Afgelopen sei- zoen kreeg Sierafor met name uit Aalsmeer klachten over afgekeurde partijen. Mulder: "Het begon wat onaangenaam te worden. Wij zouden volop kopen en alles wat we niet nodig hadden werd dan maar afgekeurd door ons. Zo werkt het natuurlijk niet. Voor ons reden om een kwaliteitsmanager op Aalsmeer neer te zetten om daar al te keuren. Dat heeft goed gewerkt." Sierafor krijgt ook in het eigen bedrijf met controles te maken die worden uitgevoerd

in opdracht van kopers. Geerlings: "Flower Watch komt drie maal per week langs en controleert bijvoorbeeld het rijpheidsstadium. Als de afspraak is rijpheidsstadium 1-2 dan moet het geen 2-3 zijn. En dan vindt er ook nog weer controle plaats bij aankomst in Zwitserland." Wat de toepassing van BVB+ betreft is het standpunt van Sierafor helder. De Jong: "Een van onze kopers wil tulpen kopen die zijn voorbehandeld met BVB+. Wij zorgen ervoor dat ze die tulpen krijgen. We volgens als bedrijf zelf ook de ontwikkelingen met dit product. Ik draai mee in een project dat Wageningen Uni- versiteit uitvoert. We blijven het volgen, maar vinden het nu nog te vroeg om volledig op dit middel over te schakelen."

Resumé

Het tulpenseizoen is voorbij, ook voor bloemengroothandel Sierafor in Rijns- burg. Met drie betrokkenen bij de tulp- penseizoen, waarin Sierafor 150 miljoen stelen verhandelde. En dat getal is niet het einde.

PRIJSVERLOOP

Wie het prijsverloop van het afgelopen tulpen- broeiseizoen bekijkt, kan vaststellen dat er sprake was van een goede prijs tot begin maart, met daarna een wegzakkende prijs. Welke invloed heeft dat op een groothandel als Sierafor? Mul- der: "Het zijn ook voor ons spannende weken geweest. De invloed van de prijs is bij ons erg groot. Dat kan betekenen dat je soms zomaar op een dag 50.000 euro mist. Wij zijn vooral gebaat bij een stabiele markt van zo'n 13 cent. Dat werkt het beste. Als de prijs wegzakt kan het zijn dat een koper wil dat we een steel extra in een bos doen."

SIERAFOR GROEIT VERDER

Als het aan Sierafor ligt neemt de omzet in tul- pen volgend jaar verder toe. Mulder. "De 150 miljoen van dit seizoen willen we volgend jaar verder verhogen richting de 200 miljoen. Onze klanten willen gewoon graag tulpen hebben. Soms laten ze de tulp zelfs prevaleren boven andere bloemen. We denken zelf ook nog na over verlenging van het seizoen. Nu houdt het wel zo'n beetje op na week 16, maar een aantal klanten heeft aangegeven ook nog tulpen later in het seizoen te willen gaan gebruiken. De tulp is echt nog heel populair."