



Telersverenigingen, zo'n gek idee nog niet!

Ton van Dalen: "Samenwerken, samenwerken en nog eens samenwerken. Samen ben je zo veel sterker"

Boomkwekers vormen waarschijnlijk het meest eigenwijze deel van de Nederlandse land- en tuinbouw. Veel minder dan andere ondernemers zijn zij vertegenwoordigd in allerlei soorten samenwerkingsverbanden. Boom-In-Business gaat te rade bij Ton van Dalen. Van Dalen heeft in verschillende sectoren van de land- en tuinbouw gewerkt en kent de voor- en nadelen van zelf doen en samenwerken.

Auteur: Hein van Iersel

Van Dalen werkt momenteel bij de telersvereniging Best of Four uit Barendrecht. Eerder werkte hij als commercieel directeur van Boomkwekerij Huverba in Opheusden. Best of Four is een telersvereniging zoals er zo veel bestaan in de groente- en fruitsector. Oorspronkelijk zijn deze clubs ontstaan als een manier om Europese innovatiegelden (GMO-gelden) bij telers te krijgen. De overheid wilde de bedrijven niet rechtstreeks subsidiëren en stelde daarom de eis van een telersvereniging op. Door samenwerking in een vereniging zou innovatie makkelijker en effectiever zijn. Inmiddels zijn deze verenigingen ook op gaan treden als marktpartij voor de afzet van groente en fruit, en zijn veel van deze verenigingen weer gefuseerd om meer schaalgroottes te krijgen richting afnemers. Zo is Best Of Four – de naam verraadt het al – het fusieresultaat van vier telersverenigingen. Best of Four vertegenwoordigt op dit moment 182 telers met heel verschillende producten:

tomaat, komkommer, fruit, witlof, asperge, vollegrondsgroente en ga maar door. Het doel van de Europese subsidiëring was gericht op het ontwikkelen van de bedrijven. Het kon dan gaan om marketing, maar vaker ging het om meer technische innovaties, bijvoorbeeld het verbeteren van logistiek of investeren in spuitrobots of verpakkingslijnen.

Handelshuizen

Telersverenigingen als Best of Four met een omzet van EUR 300 miljoen zijn feitelijk concurrenten van grote broer The Greenery met een omzet van EUR 1,6 miljard. Deze organisatie, ontstaan uit de traditionele veilingen, is inmiddels getransformeerd in een handelsorganisatie. De enige overgebleven traditionele veilingen zijn Veiling ZON en Zaltbommel. De producten van de Best of Four-leden vinden geen aftrek via de veiling, maar altijd via de traditionele handelsbedrijven. Een

van de grootste op dit gebied is bijvoorbeeld Univeg. Met deze handelshuizen wordt een deal gemaakt op het gebied van prijzen, verpakking en levercondities. Grofweg wordt er daarbij op twee manieren gehandeld. Via daghandel, waarbij de prijs via 'handjeklap', afhankelijk van de marktbevingen, wordt vastgesteld en via weekbemiddeling. Bij die laatste methode ziet de teler pas bij uitmelding van de handelshuizen wat hij voor een kilo radijs of witlof heeft ontvangen. Voor boomkwekers is dat een rare situatie, een product leveren aan een klant zonder afspraken te maken over de uiteindelijke prijs. De prijs wordt feitelijk vastgesteld door het handelshuis op basis van de marktgegevens, waarbij Best of Four het handelshuis monitort op zijn verkoopprestatie. Dit heeft volgens Van Dalen veel te maken met de bijzondere aard van het product van groente- en fruittelers. Een appel of peer kan eventueel langere tijd bewaard worden,

maar een krop sla moet de dag dat hij van de kwekerij komt meteen door naar de winkel. Een boomkwekerijproduct is wat dat betreft nog makkelijker. Vaak kun je zelfs besluiten om bij tegenvallende prijzen nog een jaar door te kweken.

Inspraak

Ik zeg tegen Van Dalen: "Prima allemaal, maar het lijkt mij toch niet dat je als boomkweker van dit voorbeeld kunt leren dat de afnemer de prijs bepaalt?" Van Dalen geeft dat toe. Het is zelfs zo dat Best Of Four en met hen andere telersverenigingen op dit moment in een proces zitten waarbij ze proberen meer met de retailers om de tafel te zitten. Gevolg daarvan kan zijn dat de rol van de handelshuizen minder wordt of alleen logistiek wordt. Probleem is onder andere de schaalgrootte. 182 groente- en fruittelers lijkt veel, maar de retailers worden ook steeds groter. Tachtig procent van de Nederlandse export gaat naar het buitenland, met Duitsland natuurlijk als grootste afnemer. Daar zitten retailers die nooit bevoorradt kunnen worden door één telersvereniging.

Wat boomkwekers wel van de groente- en fruitsector kunnen leren, is de verregaande vorm van samenwerking. In groente en fruit geeft een teler bijna alles uit handen wat niet direct met het teeltproces te maken heeft: fust, logistiek, geld, acquisitie en marketing. Al deze zaken worden net als bij een melkvee- of landbouwbedrijf door derden gedaan. Volgens Van Dalen zou dit in een aangepaste vorm ook mogelijk moeten zijn voor

boomkwekers. Ook daar geldt dat de afnemers groter worden en in veel gevallen te groot zijn voor één individuele kweker. Van Dalen ziet wel een probleem wat betreft de cultuur in de kwekerij. Kwekers zijn gewend hun eigen boontjes te doppen en de bedrijfsvoering voor 100 procent in eigen hand te houden. In groente en fruit – maar dat gaat ook op voor de boomkwekerij – is vakmanschap zo belangrijk dat het voor de ondernemer van cruciaal belang is om zich voor de volle 100 procent op de teelt te richten. Ton van Dalen: "De marges zijn in groente en fruit zo flinterdun dat je alleen geld kunt verdienen door het totale teeltproces te optimaliseren." Van Dalen bedoelt daar onuitgesproken mee dat je je af moet vragen of een boomkweker in staat is om aan de ene kant de perfecte boom te produceren voor een scherpe prijs, en aan de andere kant ook al die andere ondernemerstaken perfect uit kan voeren.

"Samenwerken, samenwerken en nog eens samenwerken.

Samen ben je zo veel sterker.

Beschouw elkaar niet als concurrent, maar als een collega waar je zaken van kunt leren."

Ook in groente en fruit kunnen zaken overigens verbeteren. Van Dalen is de eerste om dat toe te geven. Voor Best of Four betekent dat vooral dat de leden, de telers dus, een betere prijs kunnen krijgen voor hun product. Dat kan door meer transparantie in de keten. In de praktijk houdt dat in dat de telers en telersvereniging veel korter op de retailer gaan zitten en hem dus beter kunnen bedienen. Van Dalen geeft daarbij aan dat de handelshuizen als intermediair een belangrijke taak vervullen, maar door meer functies naar de telersvereniging en de teler te verleggen zou het rendement omhoog moeten kunnen. Een belangrijk punt is bijvoorbeeld verpakking en sortering. Als iets altijd in de juiste verpakking en sortering wordt aangeleverd, voegt de teler extra waarde toe en zou zijn rendement moeten stijgen.

Promotie

Veel dingen zijn overigens ook hetzelfde gebleven voor Van Dalen, na zijn transfer naar Best of Four. Marketing bijvoorbeeld is peanuts, zowel in de boomkwekerij als in groente en fruit. Wat Unilever investeert in marketing, is vele malen meer dan de hele sector bij elkaar. Het belangrijkste advies dat Van Dalen geeft aan kwekers: "Samenwerken, samenwerken en nog eens samenwerken. Samen ben je zo veel sterker. Beschouw elkaar niet als concurrent, maar als een collega waar je zaken van kunt leren." Tegelijk geeft Van Dalen aan hoe lastig dat zal zijn. "Zeker in de boomkwekerijsector heerst toch een cultuur om elkaar niet te veel te vertellen en kennis voor jezelf te houden."



CV: Ton van Dalen

1961 geboren
1979-1986 Universiteit Wageningen
1986-1990 TS Seeds
1990-2003 ABN Amro
2003-2008 Bloemenveiling Aalsmeer
2008-2011 Huverba (com. directeur)
Best of Four (algemeen directeur)