

## ANTHOS IN 2011

# ‘Oprichting nieuw collectief hoogte

Terugkijkend concludeert Anthos-voorzitter Henk Westerhof dat 2011 een bewogen jaar was. Daarbij doelt hij onder meer op de ontwikkelingen rond het Productschap Tuinbouw en de daarmee samenhangende opheffing van het Internationaal Bloembollen Centrum (IBC). Er zijn echter ook mooie resultaten te melden, zoals de uitwerking van het rapport Focus op Kansen en de oprichting van een ondernemersgedreven collectief van handelsbedrijven.

Tekst: Monique Ooms  
Foto: René Faas



Henk Westerhof: ‘Door samen op te trekken, komen we tot de beste resultaten’

**H**et rapport Focus op Kansen heeft ‘veel gedaan’ in de sector, vindt Henk Westerhof. “Daarin werd onder andere een aantal nieuwe bedrijfsmodellen voor de sector geïntroduceerd. Dit heeft niet direct geleid tot fusies en overnames, maar is wel de aanzet geweest voor een aantal bedrijven om projectmatig te gaan samenwerken. Sommigen zijn nu bezig om ideeën vorm te geven om in bepaalde afzetmarkten gezamenlijke concepten neer te zetten. Ook zien we dat enkele bedrijven contact zoeken met bedrijven terug in de keten om zich te oriënteren hoe zij elkaar zouden kunnen versterken. Er is dus een beweging in gang gezet. Het rapport heeft tot bewustwording geleid.” Anthos heeft niet de bedoeling gehad om met dit rapport op de stoel van de ondernemer te gaan zitten, benadrukt Westerhof. “Wij hebben met dit initiatief vooral de bedrijven willen faciliteren en wie daarvoor belangstelling heeft, pakt het op.” Dit ‘faciliteren’ heeft onder meer geleid tot de oprichting van een ‘executive club’ waarbij bedrijven zich

tegen betaling kunnen aansluiten. “Eenmaal per kwartaal komen zo’n 25 bedrijven bijeen om in een informele sfeer te praten over actuele thema’s uit het rapport. Het doel is vooral om te zien hoe deelnemers kunnen vormgeven aan meer samenwerkingsvormen op diverse terreinen.”

### EXECUTIVE CLUB

Binnen de executive club zijn denktanks actief die zich over actuele thema’s buigen. “Dan kun je denken aan automatisering – waar lopen we in het vak tegenaan? – en aan het Topgebied Tuinbouw – hoe kunnen we als bollenhandel optimaal gebruik maken van het budget dat hiervoor is? De denktanks spitten zo’n onderwerp uit en koppelen hun bevindingen terug tijdens een volgende bijeenkomst van de executive club. De bevindingen uit de denktank rond het Topgebied Tuinbouw gaan we ook inbrengen in de Topagenda voor de tuinbouw. Het is kennis delen en soms ook samen actie ondernemen.” Naar aanleiding van de ses-

sies met ondernemers over Focus op Kansen werkt een van de projectleiders - Gerrit Grievink - aan een voorstel rond category management. “Focus op Kansen wordt aangestuurd door Cees Rippen die destijds het structuuronderzoek uitvoerde. Hij werkt daarbij samen met Jaap de Mol en Gerrit Grievink. Het project wordt gefinancierd door de deelnemende bedrijven.”

Een belangrijke ontwikkeling in 2011 was ook het besluit van een aantal exporteurs op Noord-Amerika om – naast het reguliere IBC-budget - 0,8 miljoen euro beschikbaar te stellen voor de nieuwe marketingcampagne ‘Dig, drop, done’. “In de eerste helft van 2011 hebben we gewerkt aan de ontwikkeling van de infrastructuur, met een website, video’s en ander campagnemateriaal. Nieuw daarbij is dat we niet alleen insteken op gratis publiciteit, maar ook gebruikmaken van social media en onze doelgroepen gesegmenteerd benaderen via diverse media, met verschillende boodschappen. Daarmee

# punt, opheffen IBC dieptepunt'



laten we ook aan de retail zien hoezeer wij ons als sector inspannen om die consument tot kopen aan te zetten. Half juli is de campagne de lucht in gegaan. Dat is alles bij elkaar een enorme krachtinspanning geweest en we zijn nu in afwachting van de eerste resultaten. Die verwachten we aan het begin van het nieuwe jaar. Dan gaan we evalueren en mede op basis daarvan beslissen we hoeveel budget we voor 2012 willen vrijmaken. De handel is zelf nauw betrokken bij de ontwikkeling van de campagne in de vorm van een Steering Committee waarin het deelnemende bedrijfsleven is vertegenwoordigd."

## ANDER COLLECTIEF

In navolging van dit Amerikaproject heeft de handel besloten om een vergelijkbaar pad te volgen voor de promotie van lelies in Japan. "We hebben een mixed committee gevormd met Japanse importeurs en Nederlandse exporteurs waarvoor Anthos de voorzitter levert en het secretariaat voert. Len Alkema-

de, die in Japan gevestigd is, draagt zorg voor de uitvoering van de campagne." Deze initiatieven duiden op een veranderd denken over het collectief, vindt Westerhof. "Ondernemers willen meer grip hebben op wat er met hun geld gebeurt, kijken daar ook kritischer naar. Zeker nu de economie niet erg meewerkt. Het 'uitkleden' van de taak van het PT en volledig verdwijnen van het IBC is daar ook een gevolg van. Vooral het verdwijnen van het IBC beschouw ik als een absoluut dieptepunt in het jaar 2011. Dat was een enorm moeilijk besluit, tenslotte raakt een hele groep mensen daardoor zijn baan kwijt. En de medewerkers hadden dit niet zien aankomen. Desalniettemin was het besluit tot opheffing onvermijdelijk. Zeker toen eenmaal bleek dat de handel een heel andere invulling wilde geven aan collectieve promotie en de KAVB als gevolg van de besluitvorming bij het PT en de politiek de door de teelt opgebrachte heffingsgelden niet meer mag inzetten voor het uitvoeren van collectieve productpromotie."

.....  
**'Ondernemers willen meer grip hebben op wat er met hun geld gebeurt, kijken daar ook kritischer naar'**  
.....

Inmiddels is bekend dat een nieuwe stichting – waarbij 83 handelsbedrijven zich hebben aangesloten – zich onder andere zal gaan inspannen voor promotionele activiteiten. "Deze stichting gaat zich richten op drie zaken: markttoegang (fyto-sanitaire zaken), promotie en onderzoek (voor handelsspecifieke problemen)." Voor de financiering draagt de handel 2,2 miljoen euro af aan de nieuwe stichting. "Op het gebied van promotie gaat deze stichting zich niet bezighouden met zaken als beplantingen, teelttechnische voorlichting en de uitgave van allerhande promotiemateriaal. Wel worden er – samen met het bedrijfsleven – plannen ontwikkeld voor drie marktsegmenten: droogverkoop, broeierij zomer en broeierij winter. Dat wordt dus een directe verantwoordelijkheid van de handel." Westerhof ziet voordelen in deze aanpak. "De aanpak wordt meer ondernemersgedreven en directer. De lijnen zijn kort." Hij prijst de handel voor de wijze waarop dit is opgepakt. "Niet alleen woorden, maar ook daden, dat is mooi om te zien." Tijdens de Eindejaarsbijeenkomst op 16 december maakt Westerhof de naam van de stichting bekend en zal hij ook het logo onthullen. "We

zijn al volop aan de slag, maar vanaf 1 januari 2012 gaan we echt beginnen. Wie zich wil aansluiten, is van harte welkom. En dan bedoel ik niet alleen de handel, maar ook de kwekerij. Door samen op te trekken, komen we tot de beste resultaten." Menigeen zal bij zo'n opmerking naar Anthos en KAVB kijken die traditioneel niet uitblinken in een soepele samenwerking. "Het is een mooie opdracht voor 2012 om dat waar te maken." Onduidelijk is nog wat deze ontwikkelingen allemaal voor het PT zullen betekenen. "Ondernemers doen er wel goed aan om er rekening mee te houden dat de collectiviteit via het PT aanzienlijk wordt uitgebreid."

## HANDELSREGLEMENT

Ook het Handelsreglement was een onderwerp van gesprek in 2011. "Anthos heeft samen met CNB eens 'out of the blue' zitten denken over het ontwikkelen van een geheel nieuw reglement. Ook dit is ingegeven door het rapport Focus op Kansen. We hebben een model ontwikkeld dat meer verantwoordelijkheid legt bij koper en verkoper. In een iets latere fase is ook de Hobaho daarbij betrokken en de tekst is ook voorgelegd aan de KAVB met de uitnodiging om hierover met elkaar in gesprek te gaan. Dat gesprek vindt binnenkort plaats. Wellicht leidt een en ander tot een nieuw reglement waarmee koper, verkoper en bemiddeling goed uit de voeten kunnen." Verder snijdt Westerhof nog 'een punt van blijvende zorg' aan. "De fyto-sanitaire eisen die worden gesteld door landen als Canada, Japan, China, Vietnam, Israël, India, Taiwan, Noord- en Zuid-Amerika worden steeds meer aangescherpt. De lat ligt hoog en het wordt steeds meer maatwerk voor teelt en handel. Een goede samenwerking tussen Anthos en KAVB is nodig om al dat soort problemen het hoofd te kunnen bieden. Want willen we tot een verdere verbreding van onze afzetmarkten komen, moeten we voor de vele fyto-sanitaire problemen passende oplossingen met elkaar zien te vinden. Daar ligt voor 2012 een van de grootste uitdagingen voor de sector."

## Resumé

BloembollenVisie sprak met Henk Westerhof over de opvallende ontwikkelingen in 2011. In deze terugblik komt natuurlijk het opheffen van het IBC aan bod, evenals de oprichting van de nieuwe stichting voor promotie, onderzoek en markttoegang. Verder sprak Westerhof over de uitwerking van Focus op Kansen en de promotiecampagne in Noord-Amerika.