

De consument moet de grootste



Van links naar rechts Roy Wubben, Roy Persoon, Piet van den Berg en Willem van de Voort, mede-grondleggers van Vers van de Kweker. Het pilotproject leverde veel ervaring op in de rechtstreekse afzet aan de consument via het internet.

Veel telers kijken nadrukkelijk naar de retail als het gaat om de afzet. Je kunt natuurlijk ook de consument opzoeken. Nog beter: zorg dat de consument jou vindt, je producten bekijkt en ze gaat kopen. Een webshop is dan een prima middel. Vers van de Kweker is een regionaal initiatief dat het afgelopen jaar van start ging. Het pilotproject is bijna afgerond, de resultaten zijn goed, het perspectief oogt zonnig.

TEKST EN BEELD: JOS BEZEMER

Aan de wieg van webwinkel Vers van de Kweker stond een onderzoek van adviesbureau Kenlog uit Honselersdijk. Dat keek nog eens goed naar de afzetketen van de Nederlandse glastuinbouw. Die sector levert goede producten, maar moet concurreren op kostprijs en de producent houdt door de vele schakels uiteindelijk slechts geringe marges over. Zonde van de energie, goed beschouwd.

Met een webwinkel zou het anders kunnen. Deze afzetmethode zet immers alle tussenschakels buitenspel. Met als bijkomend voordeel dat er een rechtstreeks contact tussen teler en consument tot stand komt. Zo kan de consument een gekend product kopen, terwijl de producent zijn klant gaat kennen.

De webwinkel lijkt daar daadwerkelijk in te slagen. Het project heeft de deelnemers nog geen rendement gebracht, maar wel heel veel kennis van de consument en ervaring met een voor de glastuinbouw geheel nieuw, extra afzetkanaal.

Een eerlijke afkomst

“Met de pilot wilden we eerst vooral ervaring opdoen met deze afzetmethode en de doelgroep leren kennen. Wij hebben ervaren dat ‘onze’ consument vooral afkomt op de gegarandeerde versheid van de producten.” Dat vertellen adviseur Roy Wubben van het adviesbureau Kenlog (dat het pilotproject begeleidt), de telers Roy Persoon van Personal Vision (paprika) en Piet van den

Berg van Bergpeppers (paprika) en algemeen directeur Willem van der Voort van potplantenkwekerij Sjaloom. Alle drie zijn zij vanaf het eerste uur bij Vers van de Kweker betrokken.

“Te veel kopers zijn nu te vaak teleurgesteld in de kwaliteit van groenten, fruit, bloemen en planten die zij bij supermarkten of andere retailers kopen,” zeggen Piet van den Berg en Roy Persoon. “Wij garanderen een eerlijk en vers product, van betrouwbare telers. Wie vandaag voor 12.00 uur bestelt, heeft de volgende dag een product in handen dat maximaal 24 uur eerder uit de kas is gekomen. Verser kan het niet.”

Direct contact markt

Telers die de afspraken niet nakomen, het product is bijvoorbeeld niet vers of wordt niet op tijd geleverd, hebben bij Vers van de Kweker geen toekomst. “Ons contact met de markt is heel direct. Als een geleverd product niet voldoet, ontvangen we direct een e-mail of gaat bij ons meteen de telefoon. De consument laat het ons onmiddellijk weten.”

Andere koopmotieven zijn het gemak en de

winnaar zijn

'eerlijke' afkomst. Elke deelnemer levert zelf informatie over zijn bedrijf, zodat de koper weet waar de producten vandaan komen en hoe deze zijn geteeld. Dat is bijvoorbeeld altijd maximaal geïntegreerd.

'Eerlijk' is ook dat de deelnemers zelf de verkoopprijs van hun product bepalen en (omdat de handelsketen wegvalt) daaraan méér overhouden, maar óók dat die verkoopprijs marktconform is. Zo niet dan prijst deze afzetmethode zichzelf uit de markt. "De consument moet bij ons de grootste winnaar zijn," vat Piet van den Berg de marktbenadering samen.

Flinke keuze

De werkwijze is eenvoudig. Op de website VersvandeKweker.nl kijkt, kiest en koopt de consument. Hij plaatst zijn boodschappen in het bekende winkelwagentje en rekent af via Ideal. Het distributiecentrum (tijdelijk bij Demokwekerij Westland in Honselersdijk) verwerkt de order. De deelnemers leveren vervolgens de bestelde producten in Honselersdijk af. Daar kan de consument ze ophalen of de producten worden tegen betaling bezorgd.

Inmiddels hebben de elf initiatiefnemers (die tevens eigenaar zijn) versterking gekregen van nog eens negentien telers. Samen bieden zij de webshoppende consument een flink pakket producten. Van de grote vruchtgroenten, snacktomaten en

'Gorinchem is dé tuinbouwbeurs'

Gorinchem is dé tuinbouwbeurs, zegt Piet van den Berg van Bergpeppers. "Het is een succesformule, een goede beurs voor zowel exposanten als bezoekers. Een ontmoetingsplaats voor iedereen en kostentechnisch interessant. Ik vind het de prettigste tuinbouwbeurs".

Willem van der Voort van Sjaloom gaat elk jaar naar Gorinchem. "Waarom? Het is een leuke beurs. Want op een niet al te grote oppervlakte kun je veel contacten opdoen."

Roy Persoon van Personal Vision verwacht naar de beurs in Gorinchem te gaan. "Beurzen zijn belangrijk, je kunt er de nieuwe ontwikkelingen zien. Dit jaar ga ik voor het eerst ook naar de Fruit Logistica in Berlijn."



Robert Bergenhenegouwen verpakt zijn mini-komkommers in een papieren zak en gaan zo naar het distributiecentrum (de Demokwekerij).
 Foto: Ester van den Bulk

tuinkers tot en met kiwano, biologische bladgewassen en biologische radijs. Van rozen, chrysanten en strelitzia tot en met amaryllis, anthurium en leeuwenbekken, plus tal van bloeiende en groene potplanten en – uit de fruithoek – druiven, meloenen en aardbeien. Nieuwe deelnemers zijn welkom, mits hun product een toevoeging aan het assortiment betekent.

Van regionaal naar landelijk

Het perspectief oogt zonnig. "De afzet van groenten, fruit, bloemen en planten via het web zit duidelijk in de lift," aldus Persoon. "In 2009 ging vier procent van alle bloemen en planten via dit kanaal naar de eindbestemming. In 2010 was dat al zes procent. Terwijl in andere landen de marktaandeelen van het afzetkanaal soms al vele procenten hoger zijn."

Een groter marktaandeel zal zeker ook marketing vereisen (de pilot heeft daarin niet voorzien) en dat onderwerp staat voor 2011 op de agenda. Net als de benadering van meer doelgroepen, waaronder de horeca, ziekenhuizen en zorginstellingen. Ook een nieuwe website staat hoog op het verlanglijstje.

Willem van der Voort: "Als het goed loopt, kan het concept landelijk worden uitgerold. Het gaat nu nog om kleine volumes. De teler draagt zelf de kosten van het afleveren in Honselersdijk. Die hakken er nu nog flink in. In de ideale situatie haalt elke teler deze kosten terug uit de verkoopprijzen. Als de volumes groeien, wordt de verhouding tussen de kosten en de omzet per order natuurlijk gunstiger. Dan kan het zelfs voor telers buiten het Westland en het Oostland aantrekkelijk zijn om te gaan leveren, of kan Vers van de Kweker ook op andere plaatsen in Nederland een distributiecentrum opzetten."

Vers van de Kweker is een initiatief van elf kwekers. Zij schakelen de tussenhandel uit en leveren via een webwinkel een gekend en vers product groenten, fruit, bloemen en planten rechtstreeks aan de eindconsument. De ervaringen met het nieuwe verkoopkanaal zijn goed. Een pilotproject is bijna afgerond, marketing staat als volgende actie op de agenda.

SAMENVATTING