

‘Meer digitaliseren en standa...

Haakman Flowerbulbs B.V. uit Wervershoof richt zich met zijn exportactiviteiten specifiek op de broeierij, en wel op afzetmarkten als Japan, Noord-Amerika, Rusland en Oekraïne. De lat ligt hoog als het gaat om virussen en ziektes: het product moet altijd van de allerbeste kwaliteit zijn, anders komt het gewoonweg ons land niet uit. Daarbij vragen afnemers veel begeleiding om die kwaliteit maximaal tot zijn recht te laten komen. ‘Als klanten geld verdienen, gaat het ons ook goed.’

Tekst en fotografie: Monique Ooms

Voor een exportbedrijf dat veel klanten heeft in Rusland en de Oekraïne zijn dit spannende tijden. De bollen komen nog steeds de grens over, maar dat kan zomaar veranderen dus leversnelheid is geboden, vertellen Haakman-directeuren Michel Dignum, Dirk-Jan Haakman en Michiel Kruijer. “Gelukkig hebben wij een sterke relatie met onze klanten en in Rusland is de beleving van het conflict dat nu speelt heel anders dan in Europa. We maken ons dus niet direct grote zorgen, maar we realiseren ons wel dat zo’n boycot enorme consequenties heeft, ook voor alle toeleveringsbedrijven.” En zonder conflicten is de broeierijmarkt al complex genoeg, vinden de collega’s. “Onze klanten in Noord-Amerika en Scandinavië hebben over het algemeen veel kennis en kunde in huis. Maar in landen als Rusland en Oekraïne is dat niet zo en wordt er door vakgenoten onderling ook weinig kennis uitgewisseld en gedeeld; iedereen werkt op zijn eigen eilandje. Japanners hebben wel kennis, maar doen er nog te weinig mee. Als wij simpelweg bollen zouden leveren en verder

niks zouden doen, zou het faliekant mis gaan. Wij redeneren zo: als onze klanten geld verdienen, gaat het ons ook goed. Dus wij zijn er zeer bij gebaat om ze goed te begeleiden en maximale service te bieden; daarin zit onze kracht en meerwaarde.”

POSITIEF

Haakman exporteert per jaar meer dan honderd miljoen bollen naar buitenlandse broeierijbedrijven. Daarbij gaat het in 98% van de gevallen om tulpen, aangevuld met gewassen zoals narcis en hyacint. De bollen worden veelal geleverd door een vaste groep kwekers. “We kopen ook bollen in via de bemiddeling, maar ook dan willen we weten welke kwekers daarachter zitten om ervan verzekerd te zijn dat het product aan onze kwaliteitseisen voldoet.” Om kwekers te stimuleren de allerbeste kwaliteit te leveren, heeft Haakman enige tijd geleden de Haakman Flowerbulbs 2Lips Award en de Oeuvre Award in het leven geroepen. “De kweker die de beste bollen levert – goed in de huid, inhoudelijk goed, geen ziek en zeer en een uitstekend bloeieresultaat – komt in aanmerking van de Haakman Flowerbulbs 2Lips Award. Voor de Oeuvre Award zoeken we elk jaar een

kandidaat waarmee iets bijzonders is. Bijvoorbeeld een kweker die na jarenlange samenwerking stopt met zijn bedrijf, of de kweker die de meeste bijzondere soorten heeft geleverd; net wat zich voordoet.” De insteek is bewust positief gekozen. “Wij willen onze leveranciers enthousiasmeren en inspireren omdat we denken dat dat beter werkt dan alleen maar aandacht te besteden aan wat er niet goed gaat.” Ze willen kwekers gaan uitnodigen voor een broeishow zodat zij kunnen zien wat het resultaat van hun product is. “Daar willen we een leuke avond van maken met een hapje en een drankje. Meteen een mooie gelegenheid voor kwekers om bij te praten met collega’s.”

Net als in zijn afnemers, steekt Haakman ook veel energie in zijn toeleveranciers. “We bedrijven hier een soort van topsport, de marges zijn zo strak dat we ons geen missers kunnen veroorloven. Het is belangrijk dat kwekers daarvan doordrongen zijn.

.....

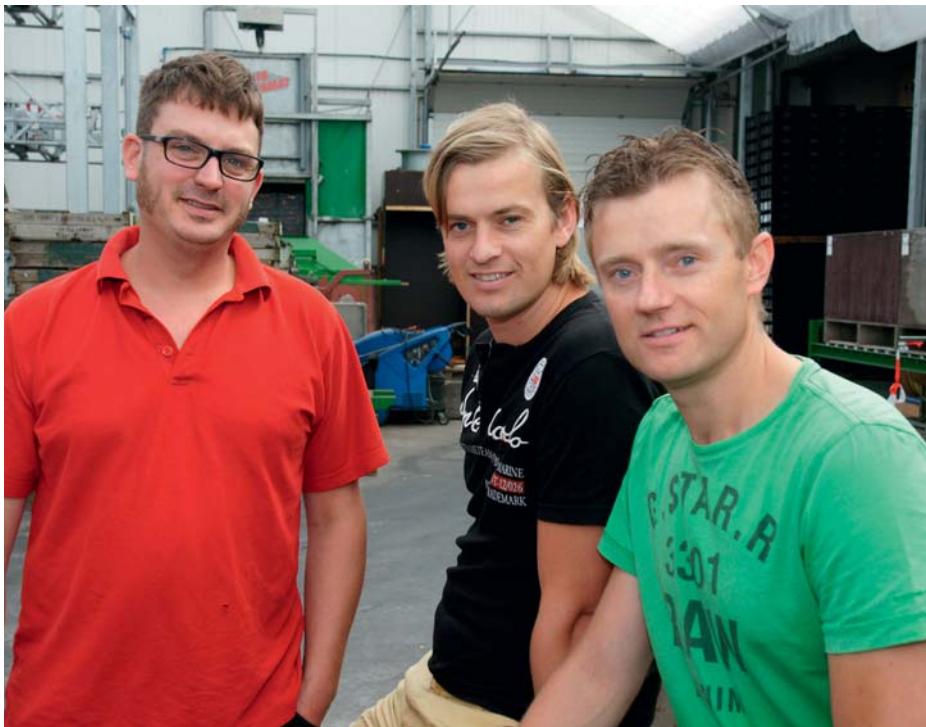
‘Om interessante marges te kunnen realiseren, moeten we professioneler gaan werken’

.....

Dus gaan we regelmatig op bezoek bij kwekers en geven we ook adviezen over soorten. We hopen zo’n band met kwekers op te bouwen dat zij ons tijdig informeren als er iets aan de hand is met een partij: te weinig aantallen, ziektes en virussen. Als we dat pas op het moment van levering te horen krijgen, vinden we dat erg teleurstellend. Wij vinden het onbegrijpelijk dat je als kweker een partij vol met zuur kunt afsturen naar een exporteur; je weet van tevoren al



'rdiseren vermindert foutkans'



V.l.n.r.: Michiel, Michel en Dirk-Jan: 'Communicatie steeds belangrijker'

dat wij dat niet gaan accepteren. En je begrijpt: als wij een partij twee keer moeten nazoe-ken, kost dat extra tijd en geld. Die ruimte is er gewoonweg niet, dat gaat allemaal van de marges af. Wij gaan er graag vanuit dat kwekers in die zin met ons meedenken en ook gaan voor het allerbeste product. Want als wij wat verdienen, doet de kweker dat ook."

VERWACHTINGEN

Hoewel het seizoen nog volop loopt, denken ze bij Haakman nu alweer na over de inkoop voor het volgende seizoen. "We leven in een onzekere tijd, de hele wereld staat in brand, onduidelijk is nog wat de invloed daarvan is op de markt. Hoe kun je in deze tijd een jaar vooruit kijken?" Over verwachtingen gesproken: dit sei-

zoen pakte ook anders uit dan iedereen vooraf had gedacht. "Uiteindelijk was de opbrengst minder. Dan denkt men al snel: dus de prijzen gaan stijgen, dat is goed voor de export. Maar, dat is niet vanzelfsprekend. Er zijn namelijk ook afnemers die op basis van tekorten hun orders naar beneden bijstellen; het kan ertoe leiden dat ze volgend jaar met een kleiner programma komen." De directeuren zijn geen groot fan van steeds meer bollen planten op de vierkante meter. "Dat werkt alleen goed als alles mee zit, en dat is niet altijd zo. Wij moeten er rekening mee houden in onze verkoop dat de kweker minder kan leveren dan wij hebben besteld. Het handelsreglement biedt daar nog altijd geen goede oplossing voor." Volgens de drie collega's is er met 25% van de

bollenleveranties iets mis. "Dat varieert van ontbrekende certificaten tot de kwaliteit van het product." Waar kwekers vooral in kunnen verbeteren, is de informatievoorziening. "Er zit geen lijn in de informatievoorziening. Vrachtbrieven zijn soms simpele vodjes, de kaarten op het fust wel eens onleesbaar. Zorg voor uniformiteit, ga de boel digitaliseren en automatiseren; leef jezelf in in de behoefte van je klant. Daarmee bespaar je de keten veel tijd, de foutkans loopt terug en we kunnen efficiënter en effectiever werken. Dit zal in de toekomst steeds belangrijker worden. Kwekers moeten zich realiseren dat het papierwerk ook bij hun vak hoort. Gelukkig zien we dat steeds meer kwekers van de jonge generatie dit goed oppakken." Als positieve ontwikkeling noemen ze dat steeds meer kwekers contact zoeken om in beeld te krijgen wat Haakman van hen verwacht. "Zij zijn bovendien geïnteresseerd in nieuwe producten en ontwikkelingen en vragen onze visie en ideeën over nieuwe soorten. Zo proberen ze hun aanbod af te stemmen op onze vraag." Wel is het zo dat kwekerij-broei-erijbedrijven steeds dominanter worden. "Zij gebruiken de bollen voor de eigen broeierij in plaats van te leveren aan de export."

PROFESSIONELER

Als ze dan toch iets moeten zeggen over de toekomst: "Communicatie tussen schakels in de keten wordt steeds belangrijker. Klantwensen worden steeds specifieker, niet voor elke bol is meer automatisch een baas. Ook promotie vraagt meer aandacht; wij begrijpen niet dat niet alle exporteurs zich aansluiten bij iBulb. En om interessante marges te kunnen realiseren, moeten we professioneler gaan werken; we kunnen het ons niet veroorloven om kosten op niks af te maken." Verder zien ze vooral kansen. "Ons product is uniek, met de nieuwe soorten die in aantocht zijn, zien wij volop mogelijkheden voor groei en ontwikkeling. We kunnen nauwelijks wachten om daarmee aan de slag te gaan."

