Handel via internet neemt in tal van sectoren toe. Bloemen en fruit worden via de digitale snelweg al business to business verhandeld. Voor bloembollen komt zo'n afzetkanaal nog niet echt op gang. Als het aan Ton Groot ligt, gaat dat veranderen. Hij is gestart met Bollenplaza, een digitaal handelskanaal voor bloembollen.



'Ik weet zeker dat bloembollen via internet zij te verkopen'

Tekst: Monique Ooms en René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Drie jaar sleutelde Ton Groot uit Hem aan zijn idee voor een bollenmarktplaats via internet. In die periode stak hij zijn licht op bij telers en een exporteur. Hij onderzocht hoe andere, succesvolle verkoop- en veilingsites als fruitbrancheplatform Service2Fruit, Catawiki en Ebay werkten. Dit resulteerde deze zomer in Bollenplaza, een handelsplatform voor bloembollen.
Bollenplaza belooft provisie van een half procent, veilige betaling en volledige transparantie. Wie zaken doet via BollenPlaza krijgt binnen vijf dagen gegarandeerd 85 procent van zijn factuur uitbetaald.
Het werkt als volgt: kopers en kwekers kunnen zich aanmelden en een account aanmaken. Dat account krijgt iemand pas na goedkeuring van Bollenplaza, oftewel Groot. Alleen mensen met een account krijgen toegang tot het afgeschermde deel van de site. Op dit deel staat het aanbod. Een partij aanbieden kost iemand met een account ongeveer vijf minuten, 'afhankelijk van de snelheid waarmee je kunt typen', verduidelijkt Groot.

DERTIG DAGEN

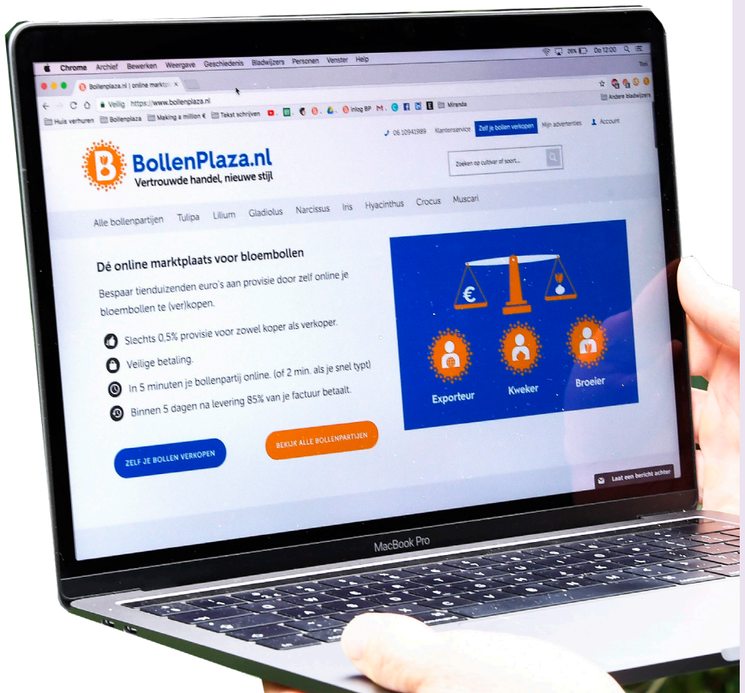
De verkoper bepaalt zelf of hij het bod accepteert. Als een overeenkomst is gesloten, moet de verkopende partij het volledige bedrag overmaken op een tussenrekening van Bollenplaza. Als aan deze waarde is voldaan, worden de bollen geleverd. Na vijf dagen wordt 85 procent van het bedrag aan de verkoper overgemaakt. Met dertig dagen volgt de overige 15 procent, mits er geen geschillen of reclames zijn. De koopovereenkomst is opgesteld op basis van het handelsregelement van de KAVB en een aanvulling van de BKD. Bij geschillen gaat Groot bemiddelen, voor de periode van dertig dagen dat hij beschikt over een deel van het geld. Hierna moeten koper en verkoper de afspraken nakomen die in de koopovereenkomst zijn opgenomen.

Groot gelooft in volledige transparantie bij deze transacties en daarmee wil hij zich onderscheiden van andere marktpartijen. Hij wil het systeem zo inrichten dat achteraf zichtbaar is wat een partij heeft opgebracht, zonder dat de naam van de koper en verkoper wordt vermeld. Groot stelt dat deze transparantie op dit moment ontbreekt. "Je weet op dit moment niet wat je buurman vraagt, maar ook niet of hij het daarvoor daadwerkelijk verkoopt. Bij Bollenplaza kun je bekijken wat ervoor partijen wordt gevraagd. Ook wordt dit door Bollenplaza geanalyseerd. Zo heb je straks een gemiddelde vraagprijs, en een gemiddelde verkoopprijs waar jij jouw vraagprijs op kunt baseren."
Het handelsplatform is in principe bedoeld voor alle kwekers, broeiers en exporteurs. "Alle bollenpartijen zijn welkom. Ik ken kwekers die jaren achtereen met dezelfde kopers zakendoen. Waarom zou je juist die zaken niet via Bollenplaza laten lopen? Daarmee bespaar je geld, want de provisie is lager."

Groot denkt dat verkopers bij Bollenplaza een betere prijs kunnen krijgen voor hun product. "De verkopende partij kan zelf de vraagprijs neerzetten. De kracht van het internet is dat iedereen die een account heeft het aanbod kan zien. Stel dat je bijvoorbeeld een restpartij hebt van 50.000 bollen. Een vertegenwoordiger moet dan rondbellen om iemand te vinden die bollen wil kopen. Hij zal een handvol bedrijven benaderen. Via Bollenplaza zien zeventig mogelijke kopers die partij. Daar kun je niet tegenaan bellen. Daardoor weet ik vrij zeker dat de prijs gelijk of hoger is dan de prijs die de vertegenwoordiger weet te krijgen."

TWEEHONDERD

Op dit moment zijn zo'n zeventig ondernemers aangesloten bij het handelsplatform. Groot heeft zich ten doel gesteld om in januari tweehonderd klanten te hebben. Hij wil daarbij de diensten die het platform biedt verder uitbreiden. Zo wil hij naast 'aanbod' ook 'vraag' toevoegen en denkt hij aan het integreren van factureringsystemen en Edibulb. De integratie van deze opties vraagt een investering en daarom heeft Groot die nog even voor zich uitgeschoven.
De Noord-Hollander is ervan overtuigd dat de bloembollenhandel via internet succesvol kan zijn. "Ik weet zeker dat bloembollen via internet zijn te verkopen. Hoe precies, dat moet nog blijken, maar ik ga ervoor."



Jeroen van 't Kaar, algemeen directeur IGH

'Voor een deel van de markt'

"Ik denk dat Bollenplaza een tool is die tegemoet komt aan de behoefte van een deel van de markt. Wie bollen wil kopen of verkopen zonder tussenkomst van een bemiddelaar, kan hier terecht. Je betaalt 0,5 procent provisie, maar daar krijg je dan ook niks meer voor dan een transactie. Via de gevestigde bureaus betaal je meer, en krijg je dan ook meer. Denk aan de administratieve ontzorging, de incasso van gelden, inzicht in de markt, een sparringpartner die je kunt raadplegen over beslissingen rond je kraam… Onze vertegenwoordigers zijn er maar wat druk mee om de handel aan elkaar te knopen. Bemiddelen draait om kennis en kunde en dat is mensenwerk, dat laat zich niet even digitaliseren. Natuurlijk volgen we het wel. Digitalisering kan een goed hulpmiddel zijn. Een bedreiging voor de bemiddeling is het echter niet."

Paul Peters, manager bemiddeling CNB

'Volledige transparantie is een utopie'

"In een markt waarin geen bol hetzelfde is, is volledige transparantie een utopie. Dit wordt nog versterkt door de vele belangen die spelen bij verkopers en kopers die met transparantie niet worden gediend. Neemt niet weg dat een betrouwbaar marktadvies waarde heeft. Dat is en blijft mensenwerk. Onze vertegenwoordigers staan daar, nu al bijna honderd jaar, hun klanten in bij en dat heeft waarde. Overigens zie ik dat de wijze waarop vertegenwoordigers hun werkzaamheden verrichten, verandert en meegaat met de tijd. Daarin hoort ook omgaan met de digitale hulpmiddelen die de tegenwoordige tijd biedt. Bollenplaza is een ontwikkeling waarop onze vertegenwoordigers zullen reageren door een verdere verbetering van hun dienstverlening."

Sam van Egmond, directeur bemiddelen Hobaho

'Uiteindelijk maakt iedereen zijn rekensom'

"Als je een marktkans ziet, moet je die pakken. In dat licht is Bollenplaza een prima initiatief. Bovendien houdt concurrentie partijen scherp in dienstverlening, inhoud en tarifering. Dat eerdere initiatieven geen groot succes werden, zet wel tot nadenken. Als bemiddeling simpel zou zijn en geen meerwaarde zou hebben, zouden er geen bemiddelaars bestaan. Dan is zelfs 0,5 procent provisie nog te veel. De praktijk is weerbarstiger, kijk naar dit oogstjaar. Kwekers willen hun hele assortiment verkopen voor een goede prijs en kopers willen aan al hun bestellingen kunnen voldoen, eveneens voor de best haalbare prijs. Daarvoor heb je inzicht en overzicht nodig in de markt en dat lukt je niet via alleen een digitale marktplaats. Dan mis je informatie, maar ook een stuk visie, kennis en expertise. Daarbij: welke risico's loop je, bijvoorbeeld als er problemen zijn met een levering of betaling? Uiteindelijk is het een rekensom. Als je nauwelijks provisie betaalt, maar niet de opbrengst realiseert die nodig is voor een gezonde bedrijfsvoering, word je er uiteindelijk niet wijzer van."