Eerst zien, dan kopen

Wat voor werkzaamheden verricht een groothandel? KAVB-Jong! mocht een kijkje nemen bij De Gooijer International. Deze groothandel bekijkt eerst zelf de producten voordat ze gekocht worden voor de klant.

Tekst: Lilian Braakman | Fotografie: René Faas



Ontwikkelingen

Ontwikkelingen die in de sector spelen zijn, naast de nieuwe veilingtarieven, de komst van blockchain, de verkorting van de keten (Bloomon, Post.nl met brievenbusbloemen) en de logistieke sector die de handel oppakt. “Bedrijven die eerst alleen het transport organiseerden, verzorgen nu ook de handel voor klanten. Blockchain is een ontwikkeling die binnen enkele jaren voor transparantie gaat zorgen, door de mogelijkheid om informatie snel te delen”, aldus Jongkind.

Onder de naam KAVB-Jong! bundelt de KAVB diverse activiteiten die gericht zijn op jonge ondernemers en werknemers. Het programma bestaat uit verschillende workshops en bedrijfsbezoeken.

'Het vermelden van de oogstdatum klinkt riskant, maar het werkt wel'

In de vroege morgen begint het werk bij De Gooijer International (DGI). De groothandel levert snijbloemen, kamerplanten en tuinplanten aan groothandels, cash-and-carry's en bouwmarkten in West- en Oost-Europa. Om voor hun klanten producten te kopen, starten ze 's ochtends rond 4 à 5 uur op de veiling om het aanbod zelf te zien. Op hun kantoor vlak bij de veiling Royal FloraHolland in Aalsmeer, zitten de inkopers klaar achter 'hun klok'. Alle deelnemers van KAVB-Jong! zien tijdens de excursie bij DGI de kamer waar het allemaal gebeurt. Echter is het in de middag en zijn alle inkopers al vertrokken. Wouter Jongkind, verkoper bij DGI: "Iedere inkoper heeft zijn eigen productgroep. Voor 6 uur moeten de orders ingediend zijn. Voorheen zaten de inkopers op de veilingtribune, nu zitten ze hier. Als er een goede prijs is op de klok, kunnen ze dat tegen elkaar zeggen. Daarachter zit de afdeling verkoop. Zo zijn de lijnen kort."



In de hal bij DGI staan door het winterse weer iets meer producten dan normaal. Bijna alles wat verkocht is, is onderweg of al bij de klant. Jongkind: "Wat we op de klok kopen, moet binnen een uur bij ons zijn. Dit komt rechtstreeks bij ons binnen. Kopen we het ergens anders, komt het per vrachtwagen. Bij binnenkomst wordt alles verdeeld en op de juiste plek gezet. Alle klanten hebben een nummer, onder dat nummer staan de goederen. Door een keurmeester worden alle producten gecontroleerd op lengte, aantal en kwaliteit. We hebben twee stromen op het bedrijf. De producten gaan door op transport, of ze gaan naar de inpakafdeling. De klant kan aangeven hoe ze de producten geleverd wil hebben. Wij kunnen alles verzorgen, van het opnieuw inpakken tot het prijzen."

INPAKKEN EN WEGWEZEN

Omdat de hal waar DGI zit op een gegeven moment te klein werd, heeft het bedrijf er een verdieping ingezet. Met een speciale lift gaan de karren omhoog en komen ze op de inpakafdeling. Zo probeert DGI hun logistieke processen zo kort mogelijk te houden. Op de inpakafdeling doet DGI ook vliegtuigzendingen. "Dat is een bijzondere tak van sport. De producten kunnen niet in water worden vervoerd dus hebben we diverse soorten gel en cream. Dat is niet risicovrij, maar tot nu toe ontvangen we goede berichten." Wanneer alles klaar is, gaan de producten naar beneden en worden ze op de juiste karren klaargezet bij de klantnummers. Als de order compleet is, kan deze worden opgehaald.
De naam van de kweker is niet doorslaggevend voor een koop. DGI loopt op de veiling alles langs voordat het op de klok komt. Daar wordt vooral naar de kwaliteit gekeken, omdat DGI zich richt op het hogere segment. "Het controleren op de veiling is echt vakmanschap. Het vroeg neerzetten van het product kan helpen, zodat het gezien wordt. Momenteel kopen wij zo'n 60 procent in op de klok. De overige 40 procent is directe handel. Bij seizoensproducten is het precies andersom. Daar hebben we een aantal kwekers waar we veel directe handel mee doen, met name vanwege het bijzondere segment." Een recente ontwikkeling is het nieuwe veilingtarief van FloraHolland. Wat voor effect dat zal gaan hebben op het bedrijf, weet Jongkind nog niet. "Gaan we verder met de klok? Wat gaan kwekers doen? Als er allemaal losse samenwerkingen of kwekerscollectieven komen, zal dat niet goed zijn voor de sector."

DGI vermeldt de oogstdatum op de sticker. "Dat klinkt misschien riskant, maar het werkt wel. We merkten dat het wantrouwen van de inkopers groter werd. Op deze manier kweken we juist meer vertrouwen. Transparantie wordt steeds belangrijker."

SNELLER DUS VERSER

Een andere ontwikkeling uit 2012 die Jongkind uitlicht, is G-Fresh. "Het veilsysteem zoals we dat al jaren kennen was een reden om een eigen platform te beginnen: G-Fresh. Door bloemen aan te bieden die direct bij de kweker vandaan komen, kunnen kopers versere bloemen van een bepaalde kwaliteit kopen. Een voorbeeld: de klant bestelt 's avonds zijn bloemen via het platform G-fresh. De volgende ochtend om 6.00 gaat een automatisch bericht uit naar de kwekers met de bestelling van alle klanten. De kwekers snijden 's ochtends de bloemen en leveren deze rond 12.00 uur af bij DGI. Deze bloemen kunnen dezelfde dag nog op transport naar de klant. Dit systeem levert een voordeel op van ee à twee dagen versheid van de bloemen."