

We moeten ons als telers niet tegen elkaar laten uitspelen

'Met elkaar meer voordeel uit de



Frank van Kleef verpakt zijn tomaten nu nog in de corridor. Hij is van mening dat telers meer moeten samenwerken om meer voordeel uit de markt te halen. Dat voorkomt ook dat de handel de telers tegen elkaar uitspeelt en er niets valt te verdelen.

Op het 30 ha grote tomatenbedrijf Van den Ende/Van Kleef in Wieringemeer gingen op 2 november de eerste planten de kas in. Op 11 januari werden de eerste, belichte trostomaten geoogst. De verpakkingshal is nog niet helemaal klaar, vandaar dat de verwerking van de tomaten nog een paar weken in de corridor plaats vindt. Voor Frank van Kleef is de start van de oogst een goed moment om zowel terug te kijken op de afzetmethoden in de afgelopen jaren als de afzet voor de komende jaren.

TEKST EN BEELD: FRANK VAN KLEEF.

“

Het is al weer een hele tijd geleden dat het elke dag rennen was om op tijd op de veiling te zijn, zeker als de prijzen dalende waren. Want dan was elke pallet, die je een dag eerder bracht, er één.

Je had aan de keurtafel nog de mogelijkheid om te discussiëren over de kleurschaal en de kwaliteit. Daarna verdween het product in de anonimiteit, tenzij bij controle door het KCB bleek dat er problemen waren.

Gebrekkige klantenbinding

Het was de tijd dat op veilingvergaderingen de discussie ging over wel of geen hoekkaart en een steekkaart in de kisten voor klasse-2, die na het aanleveren toch doordraaide en werd gestort.

Ook was het de tijd van zo licht mogelijk oogsten, want die tomaten werden net even iets minder slecht betaald dan de rode. We hadden het houten kistje met Holland op de zijkanten en dat moest

maar voldoende zijn om klanten aan ons te binden.

Maar nee, dat was het niet. In Spanje konden de klanten de tomaten precies zo krijgen als zij het wilden hebben. In elke gewenste doos en elke gewenste verpakking. Wij hebben in Nederland nog heel even gedacht dat de klanten snel terug zouden zijn, want ons product was toch het beste. Maar ook dat bleek niet waar en begin jaren negentig hebben we daar flink de pijn van ondervonden.

Het roer moest echt om

Telers begonnen te zoeken naar mogelijkheden om zich met hun product te onderscheiden van collega's. Behalve de losse en vleestomaten begonnen de eerste telers met trostomaten, een idee dat opgepikt was in Italië.

Er kwamen binnen de veiling groepen telers. Zij maakten met elkaar afspraken over hoe hun product eruit moest zien en

hoe ze moesten telen om een goede smaak te garanderen. Al deze groepjes begonnen enorm hard hun best te doen om hun product te promoten en grepen elke gelegenheid voor 'free publicity' aan. Al die extra inzet bleef niet onopgemerkt en langzaam begon de Nederlandse tomaat uit het slop te komen.

Maar de wereld bleef veranderen. Er waren teveel klokken en de handel was te veel verdeeld. De klanten werden groter en daarop moest worden ingespeeld. Het antwoord daarop was één grote veiling, die rechtstreeks zaken zou doen met de supermarkten. Op zich geen verkeerde gedachte. Helaas hadden de bestuurders niet in de gaten hoeveel kan worden bereikt als mensen samenwerken en hard lopen voor hun eigen bedrijf.

Het aan de kant zetten van de telers en het overgrote deel van de handelaren, werd dan ook niet helemaal gewaardeerd. Maar ook deze situatie zorgde weer voor

reacties. Handelaren en telers vonden elkaar rechtstreeks. Iedereen begon weer hard te rennen voor zijn eigen club. Het maakte niet uit wat de prijzen waren, als het maar één cent meer was, dan wat de buurman kreeg uitbetaald.

Hoe sterk is de zwakste schakel

Ondertussen werd in Brussel de GMO in het leven geroepen. Dit was een goede stimulans om telers beter in te laten spelen op de wensen van de klant, en te zorgen dat zij een sterkere marktpositie kregen. Er werd dan ook stevig geïnvesteerd in verbeterde teeltmethoden, verwerkingslijnen en hallen om producten centraal te verwerken.

De telersverenigingen werden snel sterker en groter. Maar daardoor ging het nog niet beter. De reden is simpel. Het gaat er niet om wie de sterkste is, maar om hoe sterk is de zwakste. Degene die de minste kwaliteit op de markt zet, die het minst goed kan verkopen of die toevallig de productie wat te krap heeft geschat, moet op dat moment het verst zakken met zijn prijs. Daarmee bepaalt hij de prijs voor de andere 99%.

We laten een enorme berg geld liggen

Er zijn veel verschillende partijen, die elk hun eigen afnemers hebben waarvoor zij zich het vuur uit de sloffen lopen. Afnemers die het niets uitmaakt wat het product moet kosten, als zij maar niet meer betalen dan de buurman; écht het zijn net tuinders.

Soms hoor je nog het verwijt dat de supermarkten teveel marge maken op onze producten. Onzin. De enige die we iets kunnen verwijten, zijn we zelf. Als wij als telers en afzetorganisaties niet zo enorm gefocust waren op het marktaandeel en op één cent hogere uitbetaalprijs dan de buurman, zouden we misschien zien wat een enorme berg geld we laten liggen.

Het wordt tijd dat we in gaan zien, dat geen enkele partij het alleen kan en dat we elkaar allemaal nodig hebben. Alleen al om de doodeenvoudige reden dat supermarktketens niet van één partij afhankelijk willen zijn.

Alle beschikbare informatie uitwisselen

Als we bereid zijn om samen te werken en gezamenlijk alle beschikbare informatie uitwisselen, kunnen we goede aanbiedingen doen naar onze klanten. Dan komt het niet voor dat we de ene week te hoog zitten en dus te weinig verkopen. Dan hoeven we niet op zondagavond inkopers te bellen om hen te laten weten dat ze de andere dag een paar wagens kunnen krijgen voor een 'héél mooi prijsje'. Terwijl we de handel de andere week met de vingers tussen de deur laten zitten, omdat de prijzen oplopen en de 'slimme telers' hun product vasthouden voor de volgende week.

Het is goed dat we als telers veel denken. Maar we moeten er wel aan wennen om dat twee, drie of zelfs vier keer te doen. Het hele systeem zit namelijk zo in elkaar dat elke actie een reactie tot gevolg heeft. Het is echter maar zelden zo dat een negatieve actie een positieve reactie tot gevolg heeft. En dat wordt dus bedoeld met een neerwaartse spiraal.

Aan de andere kant werkt het gelukkig ook en hebben positieve acties, positieve reacties tot gevolg. Ik denk dat iedereen er wel



Frank van Kleef: "Als wij als telers niet zo enorm gefocust waren op het marktaandeel en op één cent hogere uitbetaalprijs dan de buurman, zouden we misschien zien wat een enorme berg geld we laten liggen."

van overtuigd is, dat het heel eenvoudig is om gezamenlijk meer voordeel te behalen. Help de zwakste schakel zijn kwaliteit te verhogen en hij hoeft voor een minder lage prijs de markt in. Help degene die te weinig heeft verkocht van zijn product af en waardeer daarmee je eigen handel op. Zorg dat je samenwerkt met andere partijen zodat ook die voldoende mogelijkheden heeft om zijn klanten te belevaren, in plaats van alles zelf te willen doen.

Maak een goede oogstprognose, want de inkopers van de supermarkt weten vaak beter wat we gaan oogsten dan wij zelf. Maar het belangrijkste is nog wel, gun je buurman ook die éne cent meer, als dat de manier is om zelf een dubbeltje meer uit de markt te halen.

Voedselveiligheid, een voorwaarde om te mogen leveren

We zullen elkaar, groot of klein, moeten respecteren. Als ik zie hoe andere bedrijven een betere prijs uit de markt weten te halen dan wij, denk ik niet bij mezelf 'shit, waarom heb ik dat niet'. Dan denk ik 'super, dat ga ik ook proberen'. En dat geldt ook voor het in de markt zetten van een specialty. Het succes van de snoeptomaatjes geeft aan dat de mogelijkheden nog niet uitgeput zijn. Het is toch geweldig als je ziet wat een succes die jongens hebben. Daar moet je jezelf als ondernemer aan optrekken en zoeken naar de gaten in de markt.

We hebben met elkaar veel vooruitgang geboekt op het gebied van smaak, kwaliteit en voedselveiligheid. Dit jaar zien we dat dit een voorwaarde is van veel Duitse supermarkten, waar lang niet alle zuid-Europese telers aan kunnen voldoen. Daar liggen voor ons dus grote kansen, maar dan moeten we hier wel eerst leren om als telers samen te werken. We moeten zorgen dat we het voordeel uit de markt halen. Doen we dat niet, dan zullen we tegen elkaar worden uitgespeeld, en valt er niets te verdelen. Het enige dat we dan kunnen doen is zorgen dat we het langer volhouden dan de buurman.

