



TIMO HUGES

‘Taak van FloraHolland brengen, ook internat

De tijd dat de import van bloemen leden van de veiling in de gordijnen deed vliegen is allang voorbij. Wel wordt FloraHolland kritisch gevolgd in haar rol als internationale marktplaats. Nederlandse kwekers verwachten geen bevoordeling van buitenlandse collega's, de handel ziet er op toe dat de veiling bij haar taak blijft. FloraHolland directeur Timo Huges heeft daar geen problemen mee. 'Onze taak is vraag en aanbod bij elkaar brengen. Zolang wij dat open en transparant doen kan niemand daar tegen zijn'

Tekst:
Gerrit Wildenbeest
Foto's:
René Faas

Als dit artikel verschijnt is de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer in volle gang, maar we spreken Timo Huges een kleine maand eerder op de International Horti Fair. Daar bemant FloraHolland een fors kleinere stand dan voorgaande jaren. Het is duidelijk: FloraHolland verlegt het zwaartepunt naar de eigen Trade Fair, die in tegenstelling tot de Horti Fair groeit en bloeit. Huges waakt echter voor triomfalisme. "Volgend jaar vinden beide beurzen weer in een week begin november plaats. Dan weet je, of je nu geïnteresseerd bent in een lopende band of in een nieuwe tulpencultivar, de eerste week van november moet je in Nederland zijn. Voor de handel op de Trade Fair, voor de techniek op de Horti Fair.' Preludeert Huges hiermee op een duidelijke specialisatie, waarbij de sierteelt zich concentreert in Aalsmeer? Huges, diplomatiek: "Soms moet je dingen durven te veranderen. Je ziet dat mensen bewuster kiezen. Als het maar in een week geconcentreerd is waar in Nederland zich als Greenportland aan de wereld presenteert".

De vooraanstaande positie van FloraHolland in de toekomstige internationale HortiWeek past wel bij de internationale marktplaats die FloraHolland is en verder wil uitbouwen. Die internationale rol is een van de strategische speerpunten in het beleid van de veiling, waaraan begin september een bijeenkomst met de regiobeheerders was gewijd. Van de totale bloemen- en plantenomzet bij FloraHolland wordt 25 procent geproduceerd op kwekerijen buiten Nederland. Van de internationale aanvoer van bloemen en planten bij FloraHolland is circa 60 procent afkomstig van leden en dat aandeel is groeiende. Om het coöperatielidmaatschap ook voor buitenlandse aanvoerders aantrekkelijk te maken, werkt de veiling met grotere verschillen in tarieven voor leden en niet-leden. De veiling verhandelt bloemen uit 60 landen, waarbij Kenia, Ethiopië, Israël en Ecuador de belangrijkste buitenlandse productielanden zijn. Circa 85 procent van de totale omzet bij FloraHolland wordt geëxporteerd naar 140 verschillende landen. Via FloraHol-

TIMO HUGES, DIRECTEUR FLORAHOLLAND



nd is vraag en aanbod bij elkaar tionaal'

land verhandelde producten zijn daarmee goed voor een aandeel van 50- 60 procent in de wereld-snijbloemen-export. Huges: "Het is onze rol vraag en aanbod bij elkaar te brengen, een muur bouwen om Nederland heeft geen zin, dat station zijn we allang gepasseerd. We discussiëren met de leden wel over de voorwaarden".

Hoe belangrijk is het dat FloraHolland (FH) die internationale rol uitbouwt?

"Het gaat uiteindelijk om de continuïteit van Nederland als duurzame, internationale draaischijf van de mondiale sierteeltproductie. De productie internationaliseert. Als we daar niet actief op inspelen, bestaat de kans dat de handel dat zelf opzoekt. De draaischijffunctie die wij vervullen kun je zien in twee betekenissen: fysiek en transactiegericht. Een deel van het internationale vraag en aanbod zal fysiek via Nederland verlopen, bij een ander en groeiend deel gaat het om het maken van een match tussen het aanbod en de vraag. Dat faciliteren we. We zijn daarin transparant en open, we blijven bij onze rol als matchmaker, we gaan niet op een andere stoel zitten. We zullen buitenlandse kwekers niet bevoordelen of in de rol van de handel treden".

Met het minderheidsaandeel dat FH onlangs heeft genomen in importverwerker Bouwman Snijder Zandvoort Holding (BSZ) gaat dat niet verder?

"BSZ speelt een rol in het verkoopklaar maken van importproducten. Dat doen we al in Rijnsburg en Naaldwijk, in Aalsmeer kunnen we in samenwerking met BSZ een verdere efficiëncyslag maken in de verwerking van importproducten. In dit kader verhuist de afdeling TFA Import Handling (Teleflower

Auction TFA was ooit de eerste internetveiling voor voornamelijk Afrikaanse bloemen; begin dit jaar heeft FloraHolland TFA overgenomen-red) naar een nieuwe locatie naast BSZ in Aalsmeer. BSZ is niet meer of minder dan een verlengstuk van de logistieke dienstverlening. Dat is een voordeel voor de hele keten, want de internationale logistiek is een ingewikkeld proces, waarvan ook de handel zal zien dat we daar de juiste stap in zetten".

Naast de rol als draaischijf ook voor de buitenlandse productie, krijgen Nederlandse kwekers in hun afzet steeds meer te maken met grote inkopende, vaak internationale partijen. Welke rol speelt FloraHolland hier in? Volgens VGB-voorzitter De Boon dwingt de internationale afzetstrategie die FloraHolland doende is te ontwikkelen de groothandel tot herbezinning..

"Grootschalige kopende partijen, denk aan bouwmarkten en internationale retailketens, willen meer en meer direct naar de bron, met voorbij gaan aan allerlei traditionele schakels. Het initiatief loopt steeds meer van buiten naar binnen, maar het product moet nog steeds verkocht en vervoerd worden. Telersverenigingen die met dit type kopers te maken krijgen, willen graag van FloraHolland weten wat wij voor hen kunnen bieden. Wij zien telersverenigingen zeker niet als een bedreiging, we omarmen ze en helpen hen waar we kunnen. We zien met voldoening dat ook in de sierteelt telersverenigingen als Unicum Freesia op verstandige wijze met de afzet bezig zijn. Het is onze plicht om te helpen in dit proces. Met welke activiteiten en met welke andere ketenpartners? Soms

zullen de transacties meer via de handel verlopen, in een ander geval zullen wij dat samen invullen met de handel of zelf meer op de voorgrond treden. Kortom, er zullen verschillende gedifferentieerde verticale verbindingen ontstaan, waar wij al dan niet een rol in kunnen vervullen. Zolang wij die helder en transparant invullen, kan ik me niet voorstellen dat iemand daar bezwaar tegen maakt. Dat geldt ook voor onze dienstverlening op het gebied van conceptontwikkeling. Alleen al in Europa zitten 380 miljoen consumenten. Als er bij marktpartijen ideeën leven hoe we die nog meer bloemen en planten kunnen laten kopen, hebben we de dure plicht hen te helpen".

Volgens Rabotopman Dick Oosthoek dienen Nederlandse kwekers meer te investeren in de afzet. Doen ze dat niet, dan verliest de Nederlandse sierteeltproductie terrein.

"Ik ben optimistischer. Qua planten heeft Nederland in Europa min of meer gewonnen. Bij de snijbloemen ligt dat wel iets anders, maar altijd nog komt 75 procent van de geëxporteerde bloemen van Nederlandse bodem. Oké, het buitenland snoept daar misschien een procentje per jaar vanaf, maar dat kan ook zo omdraaien, als de euro-dollar verhouding gaat wijzigen. Vijftig procent van de kosten van snijbloemen zijn logistieke kosten, in het buitenland krijgt men zijn geld in euro's, de kosten worden betaald in dollars. Verandert die verhouding ten nadele van de euro dan wordt de buitenlandse productie een stuk duurder. FloraHolland als marktplaats is in elk geval gediend bij een breed en diep sortiment en dat vinden we in Nederland. Die specifieke niches zullen in Nederland blijven, zoals

Nederland als kennisland bij uitstek ook de bakermat van nieuwe, innovatieve producten zal blijven".

Juist de producenten van niche-producten hebben nogal eens moeite met de nadruk die FH op beeldveilen legt

"Dat beeldveilen kan, daar is iedereen wel van overtuigd. Het gaat erom dat stap voor stap, per product en in goed overleg met de aanvoerders en de handel in te voeren. Daar hebben we vroeger wel eens te weinig aandacht aan geschonken. We hebben met de VGB een prima akkoord bereikt over de voorwaarden per productgroep waaraan beeldveilen moet voldoen. Een belangrijk punt is of de getoonde beelden voldoende representatief zijn, daar zal de aanvrager goed op moeten letten, want het beeld gaat als bron verder de keten in. Bij het ene product is het moment van het nemen van de foto belangrijker dan bij het andere, soms moet er een foto op de tuin worden gemaakt, soms voldoet een foto uit het landelijk beeldarchief van de VKC. Een aantal producten zal te allen tijde voor de klok blijven komen. Maar nogmaals, het beeldveilen op zich is een geaccepteerd gegeven. 11 van de 25 bloemenklokken van de exportvestigingen zijn momenteel in gebruik voor beeldveilen, 6 van de tien klokken in Aalsmeer zijn vanaf november alleen virtueel beschikbaar (niet meer geprojecteerd). 60 procent van de bloemenverkoop vindt plaats zonder fysieke aanwezigheid van het product, dus via beeldveilen of Kopen op Afstand".