

Rol kweker verandert: hoe samen

De eerste themabijeenkomst tijdens de inmiddels traditionele Hobaho-relatieweek stond in het teken van de veranderde rol van de kweker in de keten. Hoe kan de kweker het beste omgaan met deze veranderingen en wat zou samenwerking met de handel hem kunnen opleveren? Mark-Jan Terwindt van FloraHolland Connect en Henk Salome van de Dutch Flower Group spraken hierover vanuit hun eigen praktijk.



Mark-Jan Terwindt: 'Je moet keuzes maken'

Tekst: Monique Ooms
Foto: René Faas

FloraHolland Connect is verantwoordelijk voor de bemiddelingsactiviteiten van de veiling. De bemiddelingspoot draagt 40% bij aan de omzet van het veilingbedrijf, waarvan 60% planten en 40% bloemen betreft. "De wereld is in beweging en niks is zeker", weet manager Mark-Jan Terwindt. "Ook klanten zijn veranderd, er is een nieuwe werkelijkheid ontstaan. Het is van belang om op het juiste moment de juiste afspraken te maken met de juiste partijen." Daarbij ziet hij 'samenwerking' als sleutelwoord. "Bij ons draait het om kwekers, kopers en hun klanten. Hoe effectief kunnen wij met elkaar samenwerken? Via informatie-uitwisseling kunnen wij elkaars kennis vergroten. Daarmee zijn we beter in staat om segmentgericht te adviseren en produceren. Met topkwaliteit klop je niet aan bij een discounter. Je moet keuzes maken, je kunt niet alles tegelijk."

FOCUS

Belangrijk is ook dat er meer afzetmogelijkheden worden gecreëerd. "Nederland maakt

enorm veel producten en dat is mooi, maar dat vraagt ook om een grote ruimte voor de afzet. Daarbij moeten we een betere positie zien te veroveren in het winkelschap. Samen inventariseren wat de consument wil en dit vertellen naar de retailer. Zo kunnen we elkaar helpen om de juiste keuzes te maken." Terwindt is ervan overtuigd dat er een steeds scherpere verdeling zal ontstaan tussen handelspartijen en leveranciers. "De markt is gesegmenteerd in onder andere bouwmarkten, supermarkten, tuincentra, bloemisterijketens en groothandels. Zaak is je aanbod zo te organiseren dat je het afzetkanaal waarop jij je focust, optimaal kunt bedienen." Daarbij ziet de veiling voor zichzelf vooral een faciliterende rol weggelegd. "Wij moeten de handel mogelijk maken. We staan er niet tussen, maar ernaast."

Voor een optimale afzet richt FloraHolland Connect zich op het 'in beeld krijgen en leren begrijpen van de eindklant', stelt Terwindt. "Verder richten wij ons op de ontwikkeling en het beschikbaar stellen van kennis van het schap. Wij helpen kwekers om in positie te komen en ondersteunen kwekers en handelaren in hun samenwerking. Uiteindelijk doel is: meer winst voor iedereen die waarde toevoegt." Ter illustratie van de werkwijze van het bemiddelingsbureau noemt de manager het voorbeeld rond hyacinten. "Verschillende schakels in de keten wisselenden onvoldoende informatie uit rond dit product en vraag en aanbod sloten dan ook niet goed aan. We vonden de oplossing in de lancering van Premium Dutch, samen met Hobaho. De werkwijze behelst onder meer registratie bij de bollenkweker - die bijhoudt wat er met een partij gebeurt - beoordeling van het uitgangsmateriaal en het eindproduct, kwaliteitsbegeleiding en houdbaarheidstesten. Het resultaat is een gesloten keten en dit ver-



En met handel effectief optreden?

taalt zich nu in meer omzet. In essentie gaat het hierbij om goede afspraken maken, helder communiceren en ook 'nee' durven zeggen om de kwaliteit te beschermen."

ONTZORGEN

Henk Salome is directeur van de retail divisie van de Dutch Flower Group. Deze organisatie kent een divisiestructuur met drie accenten: retail, groothandel en import. In 2010 boekte de Dutch Flower Group een omzet van € 820 miljoen euro en werden 50 miljoen stelen per week verkocht. Voor 2011 ligt de lat voor de omzet op € 900 miljoen euro. De retaildivisie kent een verzameling van merken - waaronder Intergreen, GreenPartners, Superflora en JZ Flowers - die elk hun eigen directievoering kennen met ieder hun eigen beleid. "Zij richten zich op het topsegment van de markt, het mid-densegment en de discounters. Afnemers zijn onder meer Asda, Albert Heijn, Coop, Waitrose en Auchan." Een belangrijke ontwikkeling van de laatste jaren is dat 'de producent dichterbij de eindklant wil zitten', stelt Salome. "Hij wil weten wat er met zijn product gebeurt, zodat hij zich daar nog beter op kan richten."



Henk Salome: 'Als de prijs te hoog wordt, zie je het product van het schap afglijden'

retailer houdt zelf geen voorraad meer, dat moet de leverancier doen. Dat kan betekenen: vandaag bestellen en nog dezelfde dag leveren. Het schap mag immers niet leeg raken."

COWBOYS

De prijsvorming baart de Dutch Flower Group zorgen. "Wij hebben voorkeur voor een stabiele prijsvorming en zien niks in cowboys die met scherpe aanbiedingen over de brug komen. Dat zorgt alleen maar voor onrust. Wij werken liever jaarrond met een vaste prijs." Overigens mag de prijs nooit te hoog zijn. "Dan zie je het product zo van het schap afglijden." Bij de prijsvorming speelt de concurrentie tussen retailers ook een rol. "Aldi kijkt naar Lidl en andersom en soms is het verschil miniem, maar het gaat om het principe: wie is de goedkoopste?" Belangrijk is ook dat producten binnen dezelfde category niet met elkaar gaan concurreren. "Voor de prijsvorming maken wij ook gebruik van een consumentenpanel waarbij we aan mensen vragen: wat zou u over hebben voor dit product?" Ook de aankoop van marktdata van supermarkten geeft een goed inzicht. "Aan de hand van gescande barcodes kun je zien welke artikelen goed lopen en welke niet. Wij delen

die informatie met onze producenten zodat ook zij daarop kunnen anticiperen."

De ondernemingen binnen de Dutch Flower Group werken op een groot aantal punten samen met kwekers. "Dat varieert van een heldere afstemming rond het product, contracteelt en de terugkoppeling van marktinformatie tot het meenemen van onze klanten naar afnemers en andersom." Samenwerken binnen de Dutch Flower Group betekent onder meer: informatie delen door de hele keten, langetermijnfocus en -doelstellingen, wederzijds vertrouwen, behoud van eigen specialismen, gezamenlijk de eindklant ontzorgen en een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de groei en marge van de klant. "Je kunt veel dingen samen doen, je moet alleen oppassen dat je niet op elkaars stoel gaat zitten." Rond 'ontzorgen' geeft Salome een voorbeeld van wat er mis kan gaan rond het in ontvangst nemen van het product bij de klant en hoe dit zich kan vertalen naar langsepende affaires rond facturering. "Probeer er dan maar eens uit te komen met die mensen van het callcenter in India. De klant heeft graag dat wij hem dat soort zaken uit handen nemen."

.....

**'Je kunt veel dingen samen
doen, je moet alleen
oppassen dat je niet op
elkaars stoel gaat zitten'**

.....

Het valt echter niet mee om bij de retailer aan tafel te komen. "Vroeger werd je met open armen en een kop koffie ontvangen. Tegenwoordig hebben ze nauwelijks tijd voor je. Bij Tesco zitten vier mensen die alle inkoop voor hun rekening moeten nemen, die telefoons gaan de hele dag. Belangrijkste is dat je de retailer kunt ontzorgen. Dat betekent: zorgen voor een goede inrichting van het schap, een aantrekkelijke marge en het liefst groei, een heldere facturering en een sterke logistiek. Daarbij is het goed je te realiseren dat je wordt afgerekend op het succes van de hele category, dus alle bloemen en planten in het schap." Bloemen en planten bepalen maar zo'n 0,3 tot 0,9% van de omzet van de retail. "Het gaat uiteindelijk om de omzet per vierkante meter. Wij moeten concurreren met andere producten, zoals een blikje cola, die minder aandacht vragen. Belangrijk is dan ook dat het schap er goed uitziet en dat de consument wordt verleid om te kopen." Ook het moment van leveren is veranderd. "De

Resumé

De wereld verandert, en de markt voor de afzet van sierteeltproducten dus ook. Steeds meer wordt samenwerking gezien als de sleutel tot succes. Op welke terreinen kunnen kwekerij en handel samenwerken? En wat kan die samenwerking opleveren? Tijdens de Hobaho-relatieweek werd dit thema belicht door twee sprekers: namens FloraHolland Connect en de Dutch Flower Group.