

Op deze pagina's vindt u de laatste aflevering in de serie interviews met exportbedrijven. Wat in deze serie steeds naar voren komt, is het belang van een goede communicatie tussen kwekerij en export. Ook voor Frans van der Weiden, commercieel directeur van Van den Bos, is dat een hot item. 'Je moet niet weglopen voor eventuele problemen, maar ze met elkaar bespreken en oplossen.'

Tekst: Monique Ooms  
Fotografie: René Faas

**V**an den Bos Flowerbulbs bv, gevestigd in het Zuid-Hollandse Honselersdijk, houdt zich bezig met de bewaring, preparatie, export en handel van lelies, fresia's en callas. Frans van der Weiden is commercieel directeur van Van den Bos Flowerbulbs, dat ook vestigingen heeft in USA, Canada, Chili en Australië. "In de loop der jaren is Van den Bos zoals dat in 1946 begon steeds verder uitgegroeid tot een internationaal bedrijf, mede door de aankoop van diverse bedrijven." Binnen Van den Bos Flowerbulbs is lelie het voornaamste gewas, gevolgd door fresia en calla. De afzet vindt zijn weg naar zestig landen over de hele wereld.

### BEGELEIDING

De bollen die Van den Bos verkoopt, komen voor een deel uit de contractteelt, voor een deel rechtstreeks van kwekers en voor het grootste deel via de in- en verkoopbureaus. "De lelies, fresia's en calla's die wij wereldwijd exporteren, worden nagelopen door onze areamanagers of onze mensen mensen van de lokale vestigingen. Tijdens hun bezoeken praten zij klanten bij over ontwikkelingen in het vak, vertellen ze over nieuwe soorten die eraan komen, geven ze adviezen over het assortiment en bieden ze teeltechnische ondersteuning. Onze inkopers en kwaliteitsmanager bezoeken onze toeleveranciers in Nederland, Frankrijk en Chili om veldkeuringen te doen: zo hebben we al in een vroeg stadium zicht op de kwaliteit van ons product."

Om steeds een vinger aan de pols te houden qua kwaliteit, plant Van den Bos van elke partij die kwekers afleveren, 24 bollen op in de eigen kas. "Op die manier kunnen wij zelf de kwaliteit van het product dat wij aan onze klanten verkopen beoordelen en sturen." Naar aanleiding van de uitslag van de bladmonsters worden de PIAMV-besmette partijen apart ingepakt. "Helaas kost het veel tijd en energie om alle bladmonsters binnen te krijgen, ondanks

de brief met de aandachtspunten die wij voor het seizoen versturen naar onze leveranciers." Door veel tijd te steken in het voortraject, hoopt Van den Bos de kwaliteit verderop in de keten te kunnen waarborgen.

.....  
**'Als wij niet leveren wat er in het contract staat, hebben we een probleem: het tast onze geloofwaardigheid aan'**  
.....

"Zo kun je een hoop klachten voorkomen en klanten tevreden houden." Van den Bos wil er vanuit kunnen gaan dat de bollen die worden geleverd van goede en gezonde kwaliteit zijn, volgens de condities zoals die op het koopbriefje zijn vastgelegd. "We moeten allemaal aan de verwachtingen van onze klanten voldoen, daarbij zijn we afhankelijk van elkaar. Belangrijk is dat - als er kwaliteitklachten zijn - we de oorzaak kunnen vaststellen en de klacht bespreken en oplossen."

### GELOOFWAARDIGHEID

Bij lelies gaat het niet alleen om de gezondheid van de bol, maar uiteindelijk om het bloeieresultaat bij de klanten. Denk aan knopaantal, knopgrootte, rechtopstaand of zijwaarts, lengte en trekduur. Ook de geleverde aantallen zijn belangrijk. "Een gedeelte van onze klantenkring levert aan de retail, dat groeit meer en meer. In de USA is dit al ruim 65 procent van de afzet. Deze bloemenkwekers gaan een contract aan met retailers waarbij zij - buiten de kwaliteitsspecificaties - ook leveringsplicht hebben. Het is dus belangrijk dat wij tijdig en volledig leveren. Helaas werden we ook dit seizoen vaak op het laatste moment geconfronteerd met grote afzwaaiers. Dat komt niet goed over. Het is niet professioneel, het tast onze geloofwaardigheid aan en als zoiets aan het einde van het seizoen gebeurt, kun je het probleem vaak niet oplossen omdat er dan onvoldoende

# 'Kwaliteit



Frans van der Weiden: 'Er zou geen afstand moeten

de alternatieven voorhanden zijn. Wij brengen niet alleen onze klanten in de problemen, maar het is ook niet goed voor onze productgroep lelies. Waarom worden de tekorten niet veel eerder gecommuniceerd naar ons? Die vrijblijvendheid - er zijn immers geen sancties - is op de langere termijn schadelijk. De keten moet beter op elkaar afgestemd zijn."

Frans merkt op dat de afstand tussen de kwekerij en de export soms te groot is. "De wereld verandert snel, veel nieuwe rassen hebben een korte levenscyclus, oudere rassen zoals 'Sor-

# zit in vertrouwen'



zijn tussen kwekerij en export'

bonne' en 'Siberia' lopen hard terug in populariteit, behalve dan in China. Het is belangrijk dat we een goede afstemming hebben over het te voeren assortiment." Belangrijk is ook dat kwekers hun eigen verantwoordelijkheid nemen in hun assortimentskeuze, vindt Frans. "Laat je niet alleen leiden door je bemiddelaar, zorg dat je zelf op de hoogte bent van marktontwikkelingen en kijk hoe jij daarop kunt inspelen. Hoe meer je weet, hoe beter je kunt sturen." Frans noemt de Dutch Lily Days als voorbeeld. "Een mooie gelegenheid om even bij te praten over de marktonwikkelingen en je

eigen geleverde soorten te beoordelen met de exporteur."

## STABILITEIT

Voor lelie ziet Frans op dit moment geen nieuwe groeigebieden. "De rek is er wel even uit. De markt is nu stabiel en we moeten er met elkaar voor waken dat we niet weer in een aanbodsmarkt belanden. Ik hou mijn hart vast als we toch weer te hard gaan uitbreiden in LA's en dat met de invasie van nieuwe OT-rassen de markt van Oriëntals en OT zwaar onder druk komt te staan, vooral als het gaat om oogst 2016."

Van den Bos hoop het aandeel calla's binnen de onderneming te kunnen uitbreiden, zowel voor de snijbloemen- als voor de pottenmarkt. "Wij willen calla laten uitgroeien van bijproduct naar hoofdproduct, naast lelie en fresia. Calla is echter geen eenvoudig gewas in de teelt en de broeierij, er gaat nog wel eens wat mis. Daarbij is het een kostbaar product. Als je dit goed wilt doen, moet je er veel tijd een aandacht aan besteden. De kost gaat voor de baat uit. Wij geloven echter in een mooie toekomst voor dit product, dus daar zullen we ons meer op gaan focussen. Daar zijn we nu volop mee bezig."