

Alweer een platform?

Digitalisering kan helpen om de handel transparanter, efficiënter en sneller te laten verlopen. In dat licht is het niet heel verrassend dat diverse partijen het initiatief nemen om een digitaal platform voor de handel in sierteeltproducten op te zetten, zoals recent Floranti en BloemPlaza. Welke keuze maak je als ondernemer? Hoe kunnen platforms zich nog onderscheiden? En wat betekent dit voor de sector?

Tekst: Monique Ooms

Een van de nieuwste spelers is Floranti, een digitaal platform voor vraag en aanbod met een coöperatieve structuur die partijen laat meedenken en meebeslissen. Vireo potplantenkwekerijen is partner. Mede-eigenaar en sales director Martin Hogenboom: “Kwekers en handelaren zijn gebaat bij een onafhankelijk platform en dat was er nog niet.” Vireo kiest voor Floranti vanwege het live aanbod, de mogelijkheid om ook kleine bestellingen te kunnen plaatsen, de korte lijnen en snelheid, de onafhankelijkheid en de mogelijkheid om te participeren. “Zo heb je invloed en hou je de kosten in de hand.” Hogenboom erkent dat hij de interactie met bemiddelaars soms mist. “Zeker een goede bemiddelaar die het beste eruit haalt voor alle partijen, zoals Plantion. Ik geloof dat die vorm interessant blijft voor diverse partijen in de markt.” Ook Floranti is nog in ontwikkeling. “Hoe creëer je meerwaarde en onderscheidend vermogen? Dat is de volgende stap.”

Bloemengroothandel Enigma Flowers is aangesloten bij Floranti omdat ‘dit platform een behoefte vervult die tot nu toe niet vervuld werd’, aldus commercieel manager Vincent Molleman. “Royal FloraHolland roept al lang dat Floriday eraan komt (zie kader, red.), maar tegen de tijd dat dat er is, is de behoefte van de markt alweer veranderd. Ons is nooit gevraagd waar wij behoefte aan hebben. Doordat we participeren in Floranti, zijn we gesprekspartner, samen met andere kopers en kwekers. Vraag en aanbod ontmoeten elkaar, dat brengt ons verder.” Dat bestaande structuren zullen veranderen, lijkt Molleman onvermijdelijk. “Uiteindelijk bepaalt de klant hoe de verkoop gaat lopen. Een slimme verkoper weet deze nieuwe ontwikkeling maximaal te benutten.”

EXTRA VERKOOPTOOL

Arno Zondag is een van de initiatiefnemers van het nieuwe BloemPlaza.nl. “Wij hebben gesproken met marktpartijen en



zien dat er behoefte is aan een platform dat 24/7 beschikbaar is en maatwerk levert voor handelaar, kweker en exporteur. Wij onderscheiden ons doordat wij bij het aanbod rekening houden met de locatie en de lever-/distributietijden van koper en verkoper. Zo weet de koper al bij de aankoop waar hij aan toe is. Bovendien vind je op onze site en de BloemPlaza-app ook groothandelaren die als voordeel hebben dat ze ook kleine aantallen kunnen leveren.” BloemPlaza ziet zichzelf als ‘een extra verkooptool’. “Iedereen mag zich aansluiten, mits hij zijn logistiek op orde heeft. Inmiddels hebben zich al meer dan 75 partijen aangesloten die daarmee hun verkoopkanalen vergroten.” Wat Zondag betreft, is digitalisering van de handel onomkeerbaar. “Privé kopen we steeds meer online en



eisen we service op maat, die bovendien transparant, safe en 24/7 beschikbaar is. Die tendens zet ook in onze markt door.” Anthos is initiator van digitaal vraag- en aanbodsysteem de Bollenbeurs. “Het is niet onze ambitie hiervan een groot systeem te maken, het is vooral een hulpmiddel voor met name restpartijen”, zegt voorzitter Henk Westerhof. Het valt hem op dat er regelmatig online platforms verschijnen en weer verdwijnen. Daarmee doelt hij onder meer op BollenPlaza. Dit platform is tijdelijk offline omdat ‘de doelen niet behaald konden worden’ en ‘achter de scherm wordt hard gewerkt’ aan een nieuwe versie. “Het lijkt in de bollenhandel niet goed te werken, ook vanwege de vele eisen die aan partijen worden gesteld, van duurzaamheid en certificering tot aan plantgezond-

Hoe staat het met Floriday?

Floriday is het open platform van Royal FloraHolland, waarop kwekers hun volledige aanbod kunnen opvoeren en verhandelen via gekoppelde (digitale) verkoopkanalen. Perswoordvoerder Michel van Schie: “Door alle partijen in de sierteeltsector te verbinden kunnen zowel kwekers als kopers profiteren van een marktplaats met het breedste aanbod in sierteeltproducten. Zo willen we de positie van de Nederlandse sierteeltsector internationaal versterken en structurele oplossingen bieden voor de bedrijfsvoering van kwekers. We betrekken hen daarom sinds het begin bij de ontwikkeling van functionaliteiten. Inmiddels maken we flinke stappen. De eerste groepen kwekers zijn aangesloten en we zijn bezig met een verdere uitrol. Onze huidige applicaties hebben direct toegevoegde waarde voor onze kwekers (logistieke etiketten printen, fotofunctie, prijsgroepenbeheer). Intussen werken we er doorlopend aan en voegen nieuwe functionaliteiten toe en maken het mogelijk verkoopkanalen te koppelen.”

heid en assortiment. Plus de eisen per land. Het is voor kopers en verkopers steeds belangrijker om open communicatielijnen te houden, af te stemmen. Dat leidt tot meer directe contacten, maar een platform biedt hiervoor geen oplossing. Daar komt bij dat bemiddelingsbureaus een stevige marktpositie hebben en meerwaarde bieden doordat zij voor bedrijven de markt op gaan. Dat biedt een platform niet.”

DICHTER BIJ DE AFNEMER

“Vanuit het oogpunt van kwaliteit is het voor de handel steeds belangrijker om goed en rechtstreeks contact te hebben met telers”, vindt adjunct-directeur André Hoogendijk van de KAVB. “Voor telers is het van belang om dichterbij de afnemer te zitten, zodat ze beter kunnen inspelen op de vraag uit de markt. Steeds meer bedrijven hechten waarde aan transparantie en dat komt ook in deze platforms tot uitdrukking. Dat is een positieve ontwikkeling voor de sector. Tegelijkertijd kunnen bemiddelaars zich nog steeds onderscheiden met goed advies en kennis van de markt.” Niels Kreuk, gespecialiseerd in de kwekerij en broeierij van tulpen, vindt dat ‘digitale platforms niet werken’. “Zonder menselijk contact lukt het niet om tot een goede transactie te komen. Ik werk bijvoorbeeld veel met Flowers Connect; zij hebben een goed netwerk, inzicht in de markt en weten waar welke vraag leeft. Een goede bemiddelaar ziet meer dan de kale cijfers, die kijkt ook naar de ondernemer. Iets kopen van een kweker die je niet kent, blijft lastig. Via een bemiddelaar is het vertrouwd, die zal jou niet iets verkopen wat niet deugt, want dan doe je nooit meer zaken met elkaar.” Belangrijk is wel dat bemiddelaars goed bereikbaar zijn. “Een platform is 24/7 beschikbaar, dat is een voordeel. Van een bemiddelaar verwacht ik ook wel een grote mate van service. Dus niet om 16.00 uur de stekker eruit trekken. Ik zie nu nog geen reden om over te stappen naar een platform.” ♦