

IN GESPREK



‘Uit de hand gelopen hobby’ moet professionaliseren

Summerflowers, de club die met name kleine kwekerijen met speciale bloemen op de kaart zet bij de handel en bloemist, staat op een kruispunt. Henk van den Berg, een bekend gezicht in de zomerbloemen- en vasteplantensector en oprichter van Summerflowers, blijft de kar niet trekken. Groei in kwekers is noodzakelijk voor de stichting om te kunnen blijven doen wat nu wordt gedaan. Van den Berg over een ‘uit de hand gelopen hobby’, promotie, Floriday, afbouwen en aan de schandpaal nagelen.

Tekst: Ellis IJzerman | Fotografie: René Faas

Henk van den Berg

INITIATIEFNEMER SUMMERFLOWERS

Henk van den Berg is ruim 35 jaar actief in zomerbloemen en vaste planten. 3,5 jaar werkte hij als bemiddelaar bij BSF in Rijnsburg. Daarna was hij tot en met 2004 adviseur zomerbloemen en vaste planten bij WLTO Advies. Vanaf 2005 heeft hij zijn eigen teelt- en adviesbedrijf. In 2011 richtte hij Summerflowers op. Henk zit in verschillende commissies en werkgroepen, waaronder in cultuurgroep zomerbloemen van LTO, de klankbordgroep CEMP en in 1988 stond hij aan de wieg van de werkgroep Astilbe. Hij schrijft ook artikelen.

Vanuit welke behoefte is Summerflowers ontstaan?

“Rond 2010 waren er veel mooie, speciale en vaak seizoensgebonden bloemen die niet werden opgepakt door de handel. Als je als kweker handel wilt doen, moet je het probleem van de handel oplossen. De handel vond deze bloemen maar lastig. Ze had er geen relevante informatie over bijvoorbeeld wat en hoeveel wordt aangevoerd en hoelang. Pas als de handel ergens makkelijk aan kan komen, loopt ze voor iets warm. De basis van Summerflowers is dan ook aanbodinventarisatie. Elke donderdag belt een medewerker de kwekers. Hieruit rolt het aanbod van de komende week uit. In een document staat onder andere welke kweker wat heeft, hoeveel, de certificering, waar de bloemen voor de klok komen en of de kweker meedoet met klokvoorverkoop. Dat nabellen is veel werk en lijkt oubollig maar anders krijgen we die informatie niet. De weekprognoses gaan naar alle grote groothandelaren, zo’n 190 inkoopbedrijven. ‘s Zomers staan er ongeveer 5,5 miljoen takken in zo’n weekprognose en behelst het 135 soorten bloemen. Deze aanbodinformatie is zo op de handel toegesneden dat deze lijst bij hen bovenop ligt. Een handelaar gebruikt die ook wanneer er een speciale vraag komt vanuit een bloemist.”

Summerflowers doet ook aan promotie. Wat doen jullie?

“Alleen aanbodregistratie voor de handel is niet voldoende. Ik vergelijk het met een snelweg. De snelweg, de handel en de veiling, doen het goed. Ze zijn alleen de op- en afritten vergeten. De informatie van de kweker komt niet tot aan de bloemist. Via onze site en social media krijgt de bloemist informatie van de kweker. Zo staat op de site een schema met de prognose die kwekers ‘s winters maken. De bloemist kan doorklikken naar de kweker. Zo kan een bloemist bij de handel om bloemen gaan vragen. Met social media zijn we erg actief. We hebben over de 102.000 volgers op Facebook. Verder werken we samen met het SBS6 tv-programma ‘De Grote Tuinverbouwing’. We hebben daar al honderd keer onze bloemen laten zien in het onderdeel ‘Kleur je leven’. Wij gaven bloemen en Rob vertelde wat informatie. In mei 2018 stopte dit. Hierna kochten we grotere items van 3 tot 4 minuten. Zo’n item wordt gekocht door een aantal kwekers van Summerflowers. Op een van die bedrijven zijn de opnames. Vaak betalen andere kwekers met hetzelfde gewas en bijvoorbeeld een veredelaar ook mee. Deze promotie betalen we dus niet uit de contributie, maar we organiseren het. Vorig jaar deden we twee items, dit jaar vijf. We zijn met Robs opvol-

ger Ivo in gesprek om hiermee door te gaan, want je kunt niet blijven bouwen op iemand van 68. Net zoals Summerflowers niet kan bouwen op mij, iemand van 64.”

U snijdt het zelf aan....

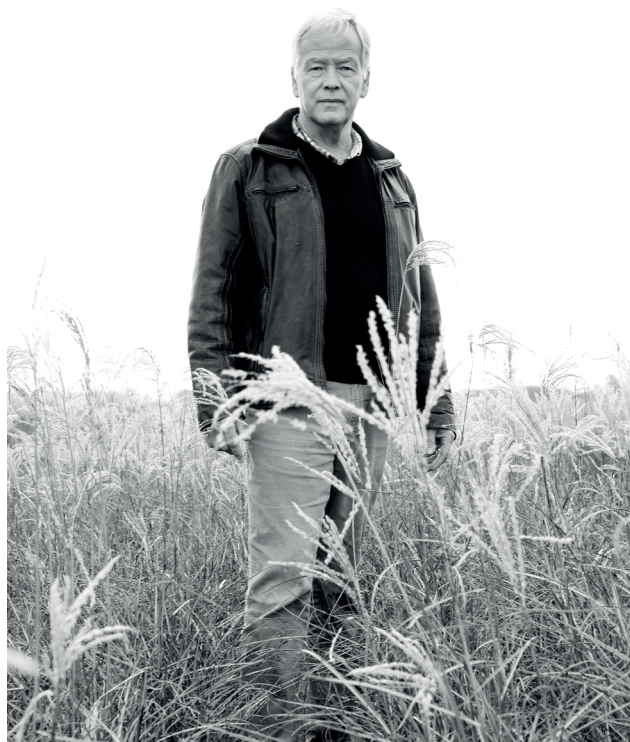
“Ik wil van mijn spin-in-het-webfunctie af. Dat is goed voor de continuïteit van Summerflowers en voor mijn gezin. Aan mijn teeltadviesbureau heb ik een fulltimebaan. Met Summerflowers erbij telt mijn werkweek 60 uur. Het is een uit de hand gelopen hobby. Komende januari wil ik twee derde van mijn taken overgedragen aan Erika Lelieveld, een van de twee parttime medewerkers van onze stichting. Kijk, ik ben flexibel; als het geld er niet was, deed ik het toch. Maar dat kan ik in de toekomst niet van een ander verwachten. Er moet daarom meer geld binnenkomen, wil stichting Summerflowers blijven doen wat nu gebeurt. Daarom moeten we groeien van 75 naar honderd kwekers. De rest van dit jaar spendeer ik aan kwekers werven. Ik wil dit jaar op negentig komen en hoop daarna op een sneeuwbaaleffect.”

Waarom moet Summerflowers blijven bestaan? Met ‘365 dagen bloemen’ wordt toch ook promotie gemaakt en daar betalen via FloraHolland alle kwekers verplicht aan mee...

“Het liefst heb ik én én; we maken immers reclame voor dezelfde producten. Bij een nieuwe stemronde voor 365 dagen bloemen, adviseer ik ‘ja’ te zeggen. Puur zakelijk gezien zou het niet verkeerd zijn als 365 dagen bloemen er niet is, dan wordt Summerflowers de enige promotieclub. Echter, hiermee wordt zoveel promotiegeld binnengehaald voor het bloemenvak (red.: voorheen 300.000 euro per jaar) dat we dit niet mogen verliezen. Bovendien betaalt hier iedereen verplicht aan mee; geen freeriders. Zelf denk ik dat we met een veel kleiner budget zeker zoveel doen. Met 75 kwekers heeft Summerflowers een budget van zo’n 80.000 euro per jaar. Daarbovenop krijgen we wat geld van sponsors en de laatste drie jaar ook van Stimufiori. Hierdoor kwam het jaarlijks budget ruim boven de ton uit. Stimufiori loopt in 2020 af. Ook hierdoor komt er dus meer druk op aanwas. Het is belangrijk dat Summerflowers zelfstandig blijft bestaan en financieel onafhankelijk kan opereren. Je wilt niet afhankelijk zijn van een stemronde. Het grote verschil met 365 dagen bloemen is dat Summerflowers de vrijheid heeft voor specifieke producten of kwekers promotie te maken. 365 dagen bloemen moet continu opletten dat de een niet meer aandacht krijgt dan de ander. Met een compact bestuur kan Summerflowers snel zaken oppakken, iets in twee dagen regelen. Groot voordeel is ook dat leden ons gratis bloemen moeten leveren voor promotie. Daartoe vragen we per promotie nooit meer dan één fust per product. De ene keer vragen we die kweker, de andere keer die. Ik schat in dat we totaal per jaar zo’n 60.000 takken in een heel groot assortiment inzetten voor promotie.”

Hoe ziet u de ontwikkeling van Floriday? Wordt hiermee de aanbodregistratie van Summerflowers overbodig?

“Onze aanbodregistratie is inderdaad een belangrijk punt van ons onderscheidend vermogen. Ik hoop dat Floriday samen met Blueroots hét grote platform wordt waarin alle in- en verkoopsystemen zitten. Ik schat de kans klein in dat we met onze



‘We zijn ons zeer bewust dat we op de ontwikkeling van Floriday moeten reageren’

aanbodregistratie over vijf jaar nog hetzelfde doen als nu. Als Floriday hier beter in is, prima. We zijn ons zeer bewust dat we op de ontwikkeling van Floriday moeten reageren. We zijn met iedereen in gesprek over de vraag waarmee we straks aanvullend kunnen zijn. We vinden wel weer iets nieuws waarmee we ons kunnen onderscheiden. Bijvoorbeeld door onze kwekers zo veel mogelijk te begeleiden naar Floriday toe en zaken op te pakken waar Floriday niet in voorziet. We zijn ook al rustig begonnen om kwekers te begeleiden bij certificering. Maar ook al gebruikt de handel Floriday, dan nog moeten we promotie blijven maken voor speciale bloemen.”

Ieder seizoen zijn er problemen met rijpheid en daarmee met kwaliteit. De kweker snijdt te rauw al dan niet onder druk van de handel. Waar ligt de oplossing?

“Het ideaalbeeld is dat kweker en de handelaar niet de kans krijgen om te onrijp te leveren. Dat ze worden afgestraft door bloemisten. Koopt de bloemist het niet, dan blijft die handelaar ermee zitten en koopt ze vervolgens niet meer zo in bij de kweker. Maar soms zijn bloemisten nog erger dan kwekers. Je moet daarom ook aan de consument vertellen niet rauw te kopen. Dat zouden we als Summerflowers graag meer gaan doen. Kwekers die te rauw oogsten, mogen aan de schandpaal genageld worden. Als het argument van een grote kweker is: ‘niet rauw oogsten kun je niet van mij niet verwachten, want anders krijg ik mijn bloemen er niet van af’, dan moet hij maar minder groot worden. Je verknoeit de markt voor iedereen.” ♦