



FloraHolland

#11, november 2010

Magazine



Ruud Knorr, nieuwe man bij Veiling Rhein-Maas | p12

FloraHolland Trade Fair, een terugblik | p20

Special: RFID en logistiek | p24 t/m 29

Coöperatie | p 5 t/m 11

Over ledenbelang en ledeninbreng



Highlights

Eerste werkbezoek minister Verhagen aan Westlandse tuinbouw



Onlangs maakte Maxime Verhagen, de kersverse minister van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, kennis met de tuinbouw. Tijdens een werkbezoek bij Ter Laak Orchids in Wateringen maakte Verhagen kennis met de uitdagingen waarvoor de sector staat. De minister maakte kennis met een aantal sectorgenoten. Namens FloraHolland was Gijs Kok, vestigingsmanager in Naaldwijk, aanwezig. "Dat de tuinbouw en de greenports in de portefeuille van de minister zitten en dat zijn eerste werkbezoek aan een tuinbouwbedrijf was, zegt al iets. In het nagesprek heb ik gezegd dat de tuinbouw een parel is, die ruimte nodig heeft om te schitteren. Ruimte voor glas en dus productiecapaciteit. Ruimte voor infrastructuur om met producten de greenport uit en in te kunnen. Ruimte voor innovatie, waarbij de overheid een rol houdt in het gebied tussen fundamentele innovatie in Wageningen en de praktische innovatie op de bedrijven. En ruimte door open grenzen, ook aan de randen van Europa, aangezien in Rusland en omgeving een groot deel van onze toekomstige groei ligt. Tijdens het gesprek merkte ik dat de minister goed op onze dossiers is ingespeeld. Ik zie dat als resultaat van de lobby die de sector tijdens de kabinetsformatie en eerder heeft gevoerd."

FloraHolland neemt minderheidsbelang in importverwerker BSZ

FloraHolland heeft een minderheidsbelang verworven in het importverwerkingsbedrijf BSZ. De samenwerking moet de positie van kwekers in de internationale aanvoerketen versterken door meer efficiency, synergie en eenduidigheid in dienstverlening bij de importverwerking op de vestigingen.

TFA Import Handling zet na de verhuizing naar FloraHolland Aalsmeer, zijn activiteiten voort op de nieuwe locatie naast BSZ. BSZ blijft een zelfstandige onderneming met de huidige directie. Het bedrijf wil met deze stap de continuïteit en ontwikkeling ook op lange termijn waarborgen.

FloraHolland Bleiswijk als eerste regionale veiling over op projectieveilen



De drie nieuwe projectieklokken in vol bedrijf.

Sinds 11 oktober heeft Bleiswijk nieuwe projectieklokken. De oude (in de wand gemonteerde) klokken zijn vervangen door drie geprojecteerde klokken. Daarmee kan meer productinformatie worden getoond, bijvoorbeeld kwaliteitsaanduidingen, bedrijfslogo's en milieucertificeringen. Met projectieveilen verandert er voor de klanten in Bleiswijk verder niets. De producten blijven fysiek voor de klok komen. Bovendien kunnen inkopers het volledige assortiment bloemen en planten in Bleiswijk nog steeds snel op één tribune inkopen. Dankzij deze moderne veiltechniek is FloraHolland Bleiswijk klaar voor de toekomst. In Eelde komen begin volgend jaar projectieklokken.

Marktplaats event Bleiswijk druk bezocht



Veel bezoek in Bleiswijk.

Het Marktplaats event 'Verrassend Bleiswijk', georganiseerd door FloraHolland, de Vereniging Bloemist-Winkeliers (VBW) en groothandelscentrum Terra Bleiswijk, trok vorige maand ruim 1800 bezoekers. Ditmaal werd gefocust op innovaties. Bezoekers kregen adviezen en tips om zich te onderscheiden. In een gevarieerd programma werden diverse kanten van het thema belicht. Ook vond de kick-off plaats van het ketenproject 'Omarm de bloemist'.

Index

Coöperatie	Bestuur bespreekt lopende zaken	4
	Regiobestuurdersbijeenkomst over actualiteit	5
	Impressie regiobijeenkomsten	7
Column	Bernard Oosterom over ledenbelang en ledeninbreng	11
Veilingachtergronden		
	Ruud Knorr, de nieuwe man bij Veiling Rhein-Maas	12
	Veilschema's en veilgroepen veranderen. Hoe?	14
	Rijnsburg meet klanttevredenheid	15
	Najaarstulpen beter herkenbaar	16
	Tulpenbeleid heeft vier speerpunten	17
	Arbo-catalogus voor veiling ontwikkeld	18
Bedrijvigheid		
	Telers Helleborus verenigen zich rondom kwaliteit	19
Hart van de veiling	Terugblik op de FloraHolland Trade Fair	20
Bedrijvigheid		
	Teler ontmoet eindklant bij FloraZON	22
	Samen op de trein naar Italië	23
Special: ICT en logistiek		
	Over elektronica en logistiek	24
	Nu wel werkbare oplossing in Chip-it	29
Bedrijvigheid		
	Samen inkopen in Eelde	30
	Schakelaar wint Interpolis Quality Cup	31
	Gerbera's uit Berkel en Rodenrijs	32
	Fons Verheijen zoekt betere zomerbloemen	34
Opinie	Over wat je bereikt als je het niet opgeeft	35
Over de grens	Nakash Farm blijft actief in waxflower	36
Nieuws	Indeling in kwaliteitsgroepen bij planten verandert	38

Colofon

FloraHolland Magazine is het maandelijks verschijnende relatiemagazine van FloraHolland.

Redactieadres

FloraHolland Magazine, Postbus 220, 2670 AE Naaldwijk
T 0174 - 63 35 65, E-mail pietkralt@floraholland.nl

FloraHolland Magazine

wordt gemaakt door Piet Kralt, Nancy Bierman, Krijn Schuitemaker, Willem Goedendorp, Van Deventer bv, Fotostudio G.J. Vlekke, Frank Bonnet, Ronald Segaar, Lé Giesen, Gerard van Rossum en anderen.

Voor informatie over of wijzigingen in de toezending van dit blad kunt u bellen met 0174-633666 of e-mailen naar ledenadministratie@floraholland.nl

Adverteren in FloraHolland Magazine?

Bel Martijn Haas van SierteeltNet/GroenteNet, T 06 - 3476 7068.



7



19



20



36

BVO-beleid moet marktplaats sterk houden

Zoals reeds is aangekondigd en tijdens de regiobijeenkomsten is uitgelegd, scherpt FloraHolland haar BVO-beleid (Buiten de Veiling Om) aan. “De marktplaats blijft sterk als alle leden van de coöperatie daar hun complete afzet neerleggen”, zegt voorzitter Bernard Oosterom. Buiten de veiling om handelen verzwakt onze collectieve kracht. Tegelijkertijd beseffen we dat er afnemers zijn die, om welke reden dan ook, niet via FloraHolland willen afrekenen. Daar scherpen we niet alleen het BVO-beleid aan, maar daar creëren we voor leden mogelijkheden om BVO-transacties via een vorm van ‘ingeleverde brief’ direct in te brengen in de veilingadministratie.”



Door deze mogelijkheid te bieden, hoeft geen lid zijn BVO-transacties nog onnodig lang te laten liggen. Wie toch wacht tot zijn BVO-gedrag uit een controle op zijn omzetverklaring blijkt, kan een extra sanctie tegemoetzien. Tot nu toe kregen zulke leden alleen een naheffing opgelegd ter hoogte van de basisprovisie van 1,4 procent. Nu kan het bestuur besluiten om de BVO-omzet te belasten met een extra heffing van 0,4 procent met een maximum van 2500 euro.

Chip-it, werkbare oplossing

Het bestuur heeft met instemming kennisgenomen van de nieuwe werkwijze rondom Chip-it, de actie waarmee Container Centralen de pool van Deense Containers wil verbeteren. Op pagina 29 van dit blad gaat directeur Logistiek, Informatisering & Automatisering Rens Buchwaldt inhoudelijk op dit onderwerp in. Bernard Oosterom constateert dat er nu een voor alle partijen werkbare oplossing ligt. “Voor gebruikers die te goeder trouw zijn, verandert er niets,

terwijl we als ketenpartijen nu wel de pool kunnen gaan verbeteren. Dat is nodig.”

Vastgoed

In zijn vergadering heeft het bestuur kennisgenomen van en gesproken over de ontwikkelingen rondom het vastgoed van FloraHolland. Daarbij zijn met name het noodzakelijke onderhoud en de toekomstige ruimtebehoefte aan de orde gekomen. “We concluderen dat de fysieke marktplaatsen blijven bestaan, maar voorzien geen groei van de ruimtebehoefte van de veiling zelf. Wel verwachten we weer vraag naar kopersaccommodatie. Die denken we te kunnen invullen binnen de bestaande uitbreidingsplannen en in samenwerking met handelaren. Zowel in Aalsmeer als in Naaldwijk en Rijnsburg hebben of krijgen we daarvoor grond beschikbaar.”

Ontwikkelingen in Aalsmeer

Soms gaat het in bestuursvergaderingen om toekomstige ontwikkelingen, soms om de

actualiteit van alledag. Onlangs werd het bestuur door vestigingsmanager Marcel Claessen bijgepraat over de ontwikkelingen in Aalsmeer. Daarbij ging het om de operatie (die steeds efficiënter verloopt) en om de innovatie (bijvoorbeeld in het project sierteeltrobot, een machine die fusten automatisch overzet).

Algemene ledenvergadering op donderdag 9 december

Het bestuur heeft de agenda voor de algemene ledenvergadering van donderdag 9 december (in Naaldwijk) vastgesteld. Belangrijke punten zijnde vaststelling van het jaarplan en de onderliggende tarieven. “In de regiobijeenkomsten hebben we daarover al constructief met leden van gedachten gewisseld”, zegt Oosterom. “Het is goed om er met zo veel mogelijk leden over te besluiten, omdat de coöperatie een maximaal draagvlak voor het beleid nodig heeft.”



Regiobesturen bijgepraat **over actualiteit veilbedrijf**

Soms zijn bijeenkomsten van bestuur, directie en regiobesturen vooral strategisch van karakter, soms gaan ze over de actualiteit van alledag. Tijdens de bijeenkomst van 26 oktober was dat laatste het geval. Het ging onder meer over de jaarplannen, het veilen en de nieuwe werkwijze van FloraHolland Connect.

Voor 2011 verwacht FloraHolland beperkte groei. Bij bloemen vindt die vooral internationaal plaats. In Nederland verschuift het accent verder naar de plantenteelt. In de keten ziet FloraHolland een integratietendens. In productie en handel zetten schaalvergroting en internationalisering door. De invloed van technologische vernieuwingen op de informatiestromen en de commerciële en logistieke processen in de keten groeit. Naast bestaande structuren ontstaan dus nieuwe structuren. Naast collectieve belangen zijn er individuele belangen. Soms schuurt dat. In die veranderende wereld blijft FloraHolland haar leden in de beste verkooppositie brengen, uitgaande van vier belangrijke kernwaardes, dienstverlenend, duidelijk, duurzaam en durf. Speerpunten in de jaarplannen voor 2011 zijn: het verder stroomlijnen van de veilingoperaties, het harmoniseren en virtualiseren van het veilproces, het vernieuwen van de werkwijze van FloraHolland Connect, het internationaliseren van de dienstverlening, het versterken van ketenfaciliteiten en het werken aan productmarketing, kwaliteit en assortiment.

Verdere harmonisatie

Bij een verwachte omzet van 4,1 miljard euro verwacht FloraHolland een resultaat voor belastingen van 15 miljoen euro. De investeringsbegroting bedraagt 75 miljoen euro met als grote posten de uniforme stapelwagen (29 miljoen) en onroerend goed (19 miljoen). Omdat een eerste koper zich op Aalsmeer-Oost wil vestigen, is daar een aanloopinvestering nodig van 10 miljoen euro. Inmiddels is de leegstand van kopersaccommodatie veel lager dan eind vorig jaar. Dit alles leidt tot een basisprovisie van 1,4 procent. Voor kloktransacties komt daar een provisie van 0,9 procent bij, aangevuld met de kar- en partijheffing. De kar- en partijheffing wordt voor alle vestigingen geharmoniseerd. Dat levert aanvoerders van Naaldwijk en Rijnsburg iets lagere, en aanvoerders van regionale veilingen iets hogere kosten op. Bij FloraHolland Connect daalt de partijheffing (koperkweker-week) van 8,40 naar 2,95 euro, maar vervalt de FlorEcom-korting. Ook komt er voor directe transacties een opslag van 0,3 procent over het eerste miljoen euro omzet en een aanvullend pakket van betaalde diensten. De heffing van 0,3

procent dekt de kosten voor algemene commerciële diensten die FloraHolland Connect maakt voor kwekers die bemiddelen.

Kwekerscoöperatie

FloraHolland wil haar leden in de best denkbare verkooppositie brengen. Dat bleek uit presentaties over FloraHolland Connect en de veilprocessen. FloraHolland Connect heeft vanuit dat uitgangspunt zijn organisatie aangepast en zijn dienstenpakketten ontwikkeld en aangescherpt. Er wordt gewerkt vanuit kennis van de verschillende afzetsegmenten, zodat kwekers van marktkansen profiteren en zij (eventueel samen met mensen van FloraHolland Connect) aantrekkelijke partners zijn voor exporteur en eindklant. Rondom het veilen is er de afgelopen jaren veel gebeurd en er gaat nog meer gebeuren. Een verdere ontwikkeling van beeldveilen, een uniforme versie van kopen op afstand en een compleet nieuw, uniform veilsysteem liggen de komende jaren in het verschiet. Gevolg van die ontwikkelingen is dat handelaren de betrouwbaarheid van partij-informatie steeds hoger gaan inschatten.

Advertentiepagina



De staat van de coöperatie

Wat in Nederland de troonrede is, is in de Verenigde Staten de State of the Union. De president vertelt dan aan het parlement hoe de staat van het land is, anders gezegd, hoe het land erbij ligt. FloraHolland kent ook een moment waarop coöperatie en bedrijf aan de leden vertellen hoe het erbij staat: de regiobijeenkomsten. Op deze pagina's geven we een impressie van wat er dit jaar op die bijeenkomsten te horen was.

Gematigd positief

De geluiden vanuit bestuur en directie zijn gematigd positief. De sector is weliswaar niet uit de gevarezone, maar staat er beter voor dan eind 2009. Dat het nieuwe kabinet zo nadrukkelijk aandacht geeft aan de tuinbouw, geeft hoop. De klok heeft

zich in de achterliggende periode toch weer bewezen als sterke prijszetter. Logisch dus dat er in wordt geïnvesteerd. De nieuwe werkwijze van FloraHolland Connect moet ervoor zorgen dat kwekers sterker in de keten komen te staan.

Meer en meer wil FloraHolland een ledencoöperatie zijn. Vandaar de nieuwe tarieven voor niet-leden en het aangescherpte beleid rondom BVO (zie ook pagina 4). Meer over de concrete bedrijfsplannen leest u op pagina 5 van dit blad.

Een ruime rondvraag

Marc van der Zwet, voorzitter van de regio Aalsmeer/Flevoland, bereidt zich goed voor op 'zijn' regiobijeenkomst. "Vooraf neem ik mogelijke scenario's door. Welke vragen kunnen er komen? Welke antwoorden zijn dan mogelijk? Gelukkig zijn daarvoor tijdens de bijeenkomst goede mensen van bestuur en directie in mijn buurt. Als voorzitter

heb ik geen andere taak dan de vergadering in goede banen te leiden. Tijdens de bijeenkomst heb ik geen mening. Wel hecht ik aan fatsoensnormen, een goede omgang met elkaar. Verder vind ik dat mensen tijdens de bijeenkomst kwijt moeten kunnen wat ze op hun hart hebben. Dit jaar hebben we er bewust voor gekozen geen speciaal thema tijdens

de regiobijeenkomst te behandelen. Er moest ruimte zijn voor een ruime rondvraag. Zelf probeer ik altijd al in mijn inleiding vragen uit te lokken. Dit is voor veel mensen de gelegenheid bij uitstek om vragen te stellen en opmerkingen te maken. Hier ga je toch wat gemakkelijker staan dan tijdens de algemene ledenvergadering."



Doorkijk naar 2015

Het regiobestuur Oostland had de directie gevraagd vooruit te kijken naar FloraHolland anno 2015. Dat leverde in Bleiswijk een exposé op van directeur Logistiek, Informatisering & Automatisering Rens Buchwaldt. Hij vertelde dat FloraHolland werkt vanuit een meerjarenbeleidsplan, dat jaarlijks wordt geactualiseerd en dat de komende drie jaar omspant. Bij het maken van dat plan wordt van buiten naar binnen gekeken. Wat zijn de trends? Wat gebeurt er op de markt? Voor de komende tijd wordt een beperkte structurele groei voorzien, maar die is voor bloemen anders dan voor planten en voor

buitenlandse telers anders dan voor hun Nederlandse collega's. Op de markt is de rol van telersverenigingen van belang, maar ook het feit dat kopers ook zelf producten sourcen.

Uit die ontwikkelingen vloeien strategische keuzes voort. Het binden van aanbod bijvoorbeeld, via de klokken en in de directe stromen. Maar ook het stroomlijnen van de logistieke operaties en de ketenprocessen, het verder verbeteren van de dienstverlening en het verhogen van de interne efficiency en effectiviteit.

FloraHolland anno 2015 zal in sommige opzichten anders zijn dan FloraHolland anno 2010. In 2015 is er een uniform

veilsysteem (zeker voor de exportveilingen). FloraHolland Connect zal als neutrale partij meer dan nu met klanten en eindklanten aan tafel zitten om samen meer geld uit de keten te halen. Door de invoering van de uniforme stapelwagen hebben kwekers dan tien procent minder karren op de tuin nodig. Dat zijn evoluties. Revoluties zullen er ook zijn, maar die zijn moeilijker te voorspellen. Hoe groeit het gebruik van moderne elektronica in de afzet en de logistiek? Wie het weet, mag het zeggen.

FloraHolland legt daarom, vanuit een vaste missie en koers, een platform neer voor de sector en blijft dat ook doen.

Een waslijst van onderwerpen

Geen regiobijeenkomst zonder ruime gelegenheid om vragen te stellen. En vrijwel overal maken leden dankbaar gebruik van dat recht. Het leverde ook dit jaar weer een waslijst van vragen op. Van de mate waarin en de wijze waarop FloraHolland aan kopers krediet geeft tot het veilschema. Van de aanschaf van scanapparatuur voor Deense Containers

tot de wens te komen tot een beter contact met keurmeesters. Van het Logistiek Middelen Centrum in Aalsmeer tot de gang van zaken op de komende algemene ledenvergadering. Van de dienstenpakketten van FloraHolland Connect tot de KOA-storing van begin november. Van meer aandacht voor marktverruiming

tot het overveilen van producten op regionale veilingen. Al die vragen zijn beantwoord of worden binnenkort beantwoord. Zo zijn de regiobijeenkomsten nog steeds wat ze behoren te zijn: een platform waar leden met bestuur, directie en medewerkers van hun coöperatie praten over wat er in de veiling gaande is. In alle openheid.





Ondertussen in Eelde

Regionale veilingen benutten ‘hun’ regiobijeenkomst om de achterban bij te praten over hun veiling. In Eelde is de bijdrage van vestigingsmanager Cees Hoekstra een vast agendapunt. Het gaat daar goed. De veiling groeit gelijk op met FloraHolland en voert projectieveilen in. Hoekstra liet zien hoe dat eruit komt te zien. De nieuwe klokken zijn eigenlijk niets meer dan projectieplaatjes. Er zitten geen mechanische en elektronische onderdelen meer in (lampjes, wijzers of wat dan ook). Dus kan er minder kapot.

Enkele interne verbouwingen moeten ruimte opleveren voor een aantal grote klanten, waardoor de marktplaats verder wordt versterkt.

Hoekstra vertelde over de logistieke hub in Noord-Duitsland, Trade Park Bremen (TPB). Daar komt bij wijze van pilot een ruimte waar Duitse kwekers producten kunnen aanleveren om die via de klok of FloraHolland Connect in Nederland af te zetten. Tegelijkertijd kunnen Nederlandse handelaren daar producten bijladen van Duitse kwekers, waarbij

afrekenen via FloraHolland een voorwaarde is. Hoekstra noemde TPB ‘eerder een kans dan een bedreiging voor Eelde’. “Er kan Duits product op onze marktplaats komen, dat er nu vanwege de lastige logistiek nog niet komt. Klanten kunnen straks ook handel bij noordelijke kwekers bestellen, die in Eelde laten afleveren en die vervolgens naar Bremen laten vervoeren. We maken met deze pilot het logistieke netwerk van FloraHolland weer wat omvangrijker.”

De veiling probeert open te communiceren

Zomerbloementeler Herman Stricker slaat als ‘t even kan geen regiobijeenkomst over. “Ik probeer er altijd te zijn. De veiling is een coöperatie. Ik ben daar lid van. Dus wil ik meedenken, meebeslissen en gehoord worden. Zo simpel is dat. Je hoort er bovendien andere geluiden van andere kwekers. Daardoor roest je niet vast. Het is bijvoorbeeld verhelderend voor bloementelers om de problemen van plantentelers te leren kennen.

Ik geloof echt dat de veiling probeert zo open mogelijk te communiceren. Maar veilingmensen zitten nu eenmaal dieper in de materie dan ik erin kan zitten. Dat geeft je als toehoorder wel eens het gevoel dat je met een kluitje in het riet wordt gestuurd. Maar in mijn tijd als regiobestuurder heb ik zelf ervaren hoe serieus de veiling het gesprek met leden neemt. Het is echt niet zo dat alles is voorgekookt. Ik probeer altijd wel een vraag te stellen

om bestuur en directie een beetje te prikkelen. Dit keer ging die over de hoogte van de minimumprijzen. Ik denk dat de middenprijs wel degelijk stijgt als we de minimumprijzen optrekken. Natuurlijk roepen ze dan van achter de tafel dat dat niet mag van de NMa. Maar je zou ook eens het lef kunnen hebben om de NMa te trotseren. Ik vind dus dat onze regiobestuurders dit punt moeten blijven aankaarten.



Advertentiepagina



Ook coöperatie



Bernard Oosterom
voorzitter FloraHolland

Een jaar of wat geleden maakte de NCRV reclame voor zichzelf en haar programma's met de slogan 'Ook NCRV'. Ik moest aan die slogan denken toen ik terugdacht aan de FloraHolland Trade Fair. Wat een bezoek. Zo veel deelnemers met mooie stands. Volop stemming, interactie en kennisuitwisseling. En er werden zaken gedaan. Dat is ook coöperatie. FloraHolland creëerde de kansen. Kwekers en kopers deden de zaken. Zoals dat hoort. FloraHolland in een verbindende rol om het ondernemerschap van haar kwekers en afnemers te laten excelleren.

In de stukken van het Productschap Tuinbouw (PT), die ik onlangs als PT-bestuurder ontving, zag ik een simpel schema. Je kunt er als organisatie voor kiezen te dienen, te faciliteren, te leiden en te controleren. Volgens mij is FloraHolland er om te dienen en te faciliteren. Het gaat om het laten excelleren van ondernemers. De veiling is een verlengstuk van hun bedrijf. Maar FloraHolland heeft een vast fundament en een vaste koers nodig. Daar hoort ook leiderschap bij en soms controle. Niet om individuele ondernemers het leven zuur te maken. Maar om een sterke betrouwbare ketenpartner te kunnen zijn.

Dienen, faciliteren en waar nodig leiden en controleren. En dat alles niet met de organisatie, maar met de gebruiker daarvan als uitgangspunt. Omdat het om uw ondernemerschap gaat en omdat

uw ondernemerschap verschilt van dat van uw buurman, is het onze dure plicht als coöperatiebestuurders om met u de dialoog te voeren. Die dialoog vindt het hele jaar door informeel plaats. In bijeenkomsten en een op een gesprekken horen wij van u hoe u vindt dat uw coöperatie moet faciliteren en dienen, maar ook moet controleren en leiden. En twee keer per jaar gebeurt dat formeel, tijdens algemene ledenvergaderingen.

De coöperatie heeft een vast fundament en een vaste koers. Ze zou geen knip voor de neus waard zijn als ze die niet had. Maar niet alles is vooraf besloten. Leden hebben wel degelijk invloed. In de gesprekken die we met hen voeren en tijdens bijeenkomsten en algemene ledenvergaderingen. Als de leden dat echt willen, gaat de koers om. Of verandert het mars-tempo waarmee we onze koers volgen met de ontwikkelingen mee. Bestuur en directie willen luisteren naar de leden. Dat hebben we gedaan tijdens de regiobijeenkomsten. Dat willen we doen tijdens onze algemene ledenvergadering op donderdag 9 december in Naaldwijk. Ik hoop u daar allemaal te mogen begroeten. Dat is ook coöperatie.



Ruud Knorr:
werken aan
internationale,
open, transparante
marktplaats

Zijn arbeidsverleden lijkt hem te gaan helpen in zijn nieuwe functie. In het verleden was Ruud Knorr namelijk manager van de importafdeling en secretaris lidmaatschapszaken van de toenmalige Veiling ZON (Grubbenvorst). Later vervulde hij commerciële managementfuncties bij Landgard. Hij was betrokken bij het opzetten en het uitbouwen van het veilinggebouw in Herongen. Het afgelopen jaar was hij directeur van een Duitse dochteronderneming van de Dutch Flower Group (DFG). Per 1 januari wordt hij de nieuwe Geschäftsführer van Veiling Rhein-Maas. Met als hoofdtaken het versterken van de marktplaats en het verenigen van de culturen van de drie oude veilingen tot een nieuwe, klantgerichte cultuur.

“Dat de voorwaarden voor succes aanwezig zijn, staat buiten kijf”, zegt Knorr. “Er wordt veel omzet geconcentreerd op een locatie, dicht bij de markt, die over excellente veilsystemen beschikt. Maar mensen moeten het maken. Ik zie mijzelf als bruggenbouwer. Tussen veilingen, tussen culturen, maar ook tussen Greenport Nederland en Agribusiness Niederrhein. Toen die uitdaging op mijn pad kwam, kon ik die niet laten liggen. Mijn ambitie is van Veiling Rhein-Maas een open, transparante marktplaats te maken. Een vierde exportveiling, sterk georiënteerd op Midden- en Oost-Europa. Ik hoop dat onze cijfers straks gewoon meedraaien in de VBN-cijfers. Ook dat is transparantie.”

Beste van twee werelden

“Drie veilingen met twee systemen moeten één veiling worden met één cultuur en één systeem”, vervolgt Knorr. “De basis ligt in

die unieke logistieke ligging. En we kunnen van de beschikbare afzetsystemen en logistieke systemen het beste gebruiken. Bijvoorbeeld de FloraHolland-stapelwagen voor snijbloemen en de Deense Container voor kamer- en tuinplanten. Maar locatie en systemen waarborgen geen succes. De mensen moeten het doen. Met hun neuzen in één richting. Mensen die met of voor Veiling Rhein-Maas werken en die zich met het nieuwe bedrijf identificeren. Ik weet dat er bij sommige groepen scepsis bestaat. Maar laten we daar niet in blijven hangen en er echt voor gaan.

Gelukkig is de samenwerking tussen Veiling Rhein-Maas en de commissie van de handel goed. Maar ook onder handelaren is hier en daar scepsis. Voor mij is Veiling Rhein-Maas allereerst een sterke marktplaats. Met een sterke klok, aanvullende Klokservice en daaromheen diensten van de beide moeders, FloraHolland en Landgard,

ten dienste van kwekers en kopers. Veiling Rhein-Maas gaat niet op de stoel van de handel zitten. Ook al niet omdat de beide moeders daarover principieel anders denken.

Onze veiling zal eerst en vooral een groothandelsveiling zijn. Aan de klok zal blijken welke kopers daar kunnen slagen en welke zich uiteindelijk op cash & carry’s zullen richten. Persoonlijk hoop ik dat detaillisten door samen te werken de klok kunnen blijven benutten.

Een volgend punt is of er op den duur aanbod uit Nederland naar Herongen kan worden getrokken. Dat zal geen kwestie zijn van revolutie, maar van evolutie en het wordt zeker geen concurrentieslag tussen ons en de vestigingen van FloraHolland. Veeleer moeten we door goed assortimentsmanagement komen tot een evenwichtige groei met de optimale prijsvorming voor kwekers als uitgangspunt.”

Uniforme beeldbank stimuleert gebruik fotomateriaal bij aanvoer

Vanaf 15 december beschikt FloraHolland over een uniforme beeldbank voor het aanleveren van fotomateriaal van de aanvoer door telers. Die wordt in de loop van de middag van die dag opengesteld voor fotomateriaal ten behoeve van de veiling van 16 december. De nieuwe beeldbank vervangt de bestaande beeldbanken van Aalsmeer en FloraHolland-oud. Daardoor ontstaat er meer uniformiteit en dus meer gebruiksgemak.

Vrijwel alle klokken van FloraHolland zijn inmiddels projectieklokken. De exportveilingen schakelden al eerder over. Bleiswijk deed dat onlangs. Eelde volgt binnenkort. Telers hebben dus (bijna) overal de mogelijkheid om beeldmateriaal van hun product aan hun aanbods informatie toe te voegen. Steeds meer telers maken van die mogelijkheid gebruik. Dat is positief, want omdat ook verderop in de keten de afzet virtualiseert (onder meer via webshops) groeit bij afnemers de behoefte aan goed beeldmateriaal van producten. Na Valentijnsdag kunnen kopers dan ook foto's ophalen met behulp van hun EKT-berichten. Ze kunnen die dan doorsturen naar hun klanten. Kopers doen er goed aan om bij hun softwareleverancier na te gaan of zij met hun software deze foto's kunnen binnenhalen.

FotoID

De werkwijze van de nieuwe uniforme beeldbank lijkt sterk op die van de bestaande

beeldbank van FloraHolland-oud. Het voornaamste gevolg daarvan is, voor telers die foto's willen aanleveren, dat zij met hun materiaal een identificatie, een zogenaamde fotoID, moeten meesturen. "Het kan zijn", aldus projectmanager Peter Middelkoop, "dat een aanvoerder zijn werkwijze daarvoor een beetje moet aanpassen. Daarom is het raadzaam om te bekijken of een fotomodule, voor het beheren en koppelen van aanvoerdersfoto's, werk uit handen kan nemen. Die informatie is verkrijgbaar bij de leveranciers van EAB software. Verder levert de verandering geen extra werk op. En dankzij de fotoID weet je als aanvoerder straks voor honderd procent zeker dat kopers de foto doorgestuurd krijgen, die jij bij die partij hebt aangeleverd en die bij het veilen is getoond."

Op www.floraholland.com staat uitgebreide informatie over de nieuwe beeldbank en over het gebruik van de fotoID. Ga naar www.floraholland.com, klik op



Peter Middelkoop.

'beeld(ondersteund)veilen' en vervolgens op 'centrale beeldbank site'. Daar leest u hoe u met de uniforme beeldbank kunt werken.

MPS Packers certificaat voor FloraHolland Import Handling



V.l.n.r.: Ronald van den Breevaart (MPS), Leo van Geest (Import Handling Naaldwijk), Thierry van Eijk (Import Handling Rijsburg) en Inge van Meurs (projectleider) tijdens de overhandiging van het MPS Packers certificaat.

FloraHolland Import Handling Naaldwijk en Rijsburg zijn MPS Packers gecertificeerd. Tijdens de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer overhandigde Ronald van den Breevaart van MPS het bijbehorende certificaat.

MPS certificeert verwerkingsbedrijven van sierteeltproducten die voldoen aan voorwaarden op het gebied van duurzaamheid, veiligheid, milieu en arbeidsomstandigheden. De certificering voor MPS Packers is onder andere gebaseerd op de hoge standaard van de Engelse retail.

FloraHolland Import Handling voldoet aan de strenge voorwaarden van het kwaliteitsmanagementsysteem. Het certificaat geeft bestaande en toekomstige klanten het vertrouwen dat Import Handling de activiteiten op een gestroomlijnde en efficiënte wijze uitvoert.



Zorgvuldigheid troef bij veranderingen rond veilen

FloraHolland werkt hard aan een aantal hele fundamentele zaken bij het veilen. Die veranderingen kan en wil FloraHolland alleen maar in kleine stappen uitvoeren. Dirk Hogervorst, vestigingsmanager FloraHolland Rijnsburg en concernbreed verantwoordelijk voor het veilen, praat u bij.

Veilschema's

“De exportvestigingen werken nauw met elkaar samen om veilschema's op elkaar af te stemmen en waar dat kan 'hoofdproducten' binnen venstertijden te veilen. Bij Anthurium, chrysanthe en Gerbera (en pauzetijden) is dat bijvoorbeeld al het geval. Vanwege historie, aanvoerpatroon en koperspubliek kan dit niet voor alle producten worden gerealiseerd. De exportveilingen blijven zoeken naar verdere synchronisatie en werken (lokale) speerpunten uit. De wens om veilschema's bij planten te synchroniseren (Aalsmeer/Naaldwijk) is minder groot. Het aantal kopers dat planten op meer vestigingen inkoopt, ligt lager dan bij snijbloemen. Bij een aantal onderzochte veilinggroepen kwamen geen prijsverschillen aan het licht, hoewel betreffende producten op verschillende tijdstippen geveild werden.”

Veilinggroepen

“De indeling in veilinggroepen maakt het totale aanbod inzichtelijk. Aanvoerders op de drie exportvestigingen hebben echter nog steeds te maken met verschillende veilinggroepnummers voor dezelfde partijen en producten. Dit vergroot de kans op fouten. De verschillen tussen de vestigingen

komen voort uit verschillen in aanvoerpatroon, inkoopbehoefte en de omgang met bijvoorbeeld kleuren, verpakking en partijgrootte. Door deze commerciële en logistieke factoren is het uniformeren van de veilinggroepnummers niet eenvoudig. Alleen al in Aalsmeer zijn er bij bloemen 232 veilinggroepen, in Naaldwijk 110 en in Rijnsburg 67. Waar mogelijk wordt dit uiteraard wel doorgevoerd. Een veelgehoorde opmerking van kwekers is: 'Haal het veilinggroepnummer uit de betrouwbaarheidsindex (BI), want een fout kost een BI-punt en geld'. FloraHolland heeft besloten om dit niet te doen. Het veilinggroepnummer is heel belangrijk in het inkoopproces van kopers. Bij een fout wordt de aangeboden partij niet met soortgelijke partijen mee geveild. Hierdoor vermindert het inzicht in het aanbod voor kopers. Betrouwbaarheid van informatie is de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden. Want inmiddels loopt in Aalsmeer 46%, in Naaldwijk 45% en in Rijnsburg 19% van de omzet bij bloemen en planten via KOA.”

Veilsysteem

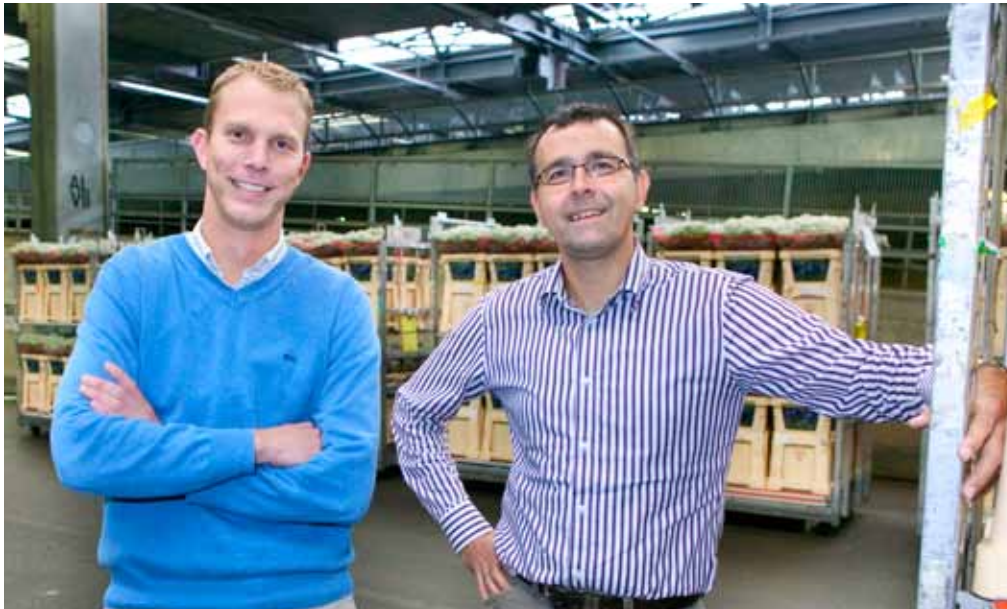
“Momenteel werken we aan een uniform veilsysteem voor de exportvestigingen. Een omvangrijk project dat nog enkele jaren zal

lopen. Het gaat immers om het aanpassen van de aansturing van het veilen. Het voordeel van een uniform veilsysteem is dat veel aan het veilen verbonden processen worden geüniformeerd. Het veilinggroepnummer bijvoorbeeld, kan in de toekomst worden afgeleid uit de overige aanvoerinformatie. Het eerste 'zichtbare' product van dit project is, over circa anderhalf jaar, het uniforme KOA-systeem voor de exportvestigingen.”

Loten

“Door loting wordt binnen een veilinggroep het startpunt van het veilen bepaald. Toen alle producten nog voor de klok langskwamen, waren er altijd fysieke beperkingen en moest er worden gekozen voor rijloten. Beeldveilen maakt andere manieren van loten, zoals kar- of kwekersloting, mogelijk. Momenteel worden de uitgangspunten voor een uniforme lootsystematiek voor beeldveilingproducten bepaald. De verwachting is dat we hiervoor binnen enkele maanden een goedgekeurd voorstel hebben. Ook hier is zorgvuldigheid het sleutelwoord. Alle veranderingen op dit gebied hebben invloed op onze klanten, aanvoerders en de interne veilinglogistiek.”

Een mooi rapportcijfer, met een duidelijk signaal!



FloraHolland Rijnsburg is sinds 2008 in het bezit van het certificaat MPS Florimark Auction. Deze certificering sluit aan bij die van aanvoerders en kopers waardoor er een ketenbreed kwaliteitssysteem is ontstaan. FloraHolland Rijnsburg streeft naar continue verbetering van de dienstverlening. Een van de bronnen daarvoor is het klanttevredenheidsonderzoek. In 2011 volgt een bredere tevredenheidsmeting bij aanvoerders.

Kwekers beoordelen de dienstverlening van FloraHolland Rijnsburg als goed. Gesprekken hebben daarnaast ook aanknopingspunten opgeleverd voor verdere verbeteringen

Hoe ervaren kwekers de dienstverlening van FloraHolland Rijnsburg? Welke punten zijn daarbij belangrijk? Dat wilden Rob van Ruiten, manager Commercie van FloraHolland Rijnsburg en Rob Koppes, projectleider van het klanttevredenheidsonderzoek, graag weten. Koppes: “De goede beoordeling geeft aan dat aanvoerders zeer tevreden zijn over de dienstverlening van vestiging Rijnsburg: Snelle logistiek, prima veilproces en goede klantenservice en klachtafhandeling.” Het imago van FloraHolland Rijnsburg als veiling voor de lijnrijder en middelgrote exporteur kwam ook duidelijk naar voren. Van Ruiten: “Aanvoerders hebben vooral veel waardering voor het koperspubliek. Zij zijn kritisch, willen kwaliteitsproducten kopen,

maar zijn tegelijkertijd ook bereid daarvoor te betalen. Veel inkopers werken dagelijks zelf met de producten die zij kopen en krijgen van klanten reacties op het product. Dat is voor aanvoerders een belangrijke meerwaarde van deze kopersgroep en dus van FloraHolland Rijnsburg.”

Verbeteren

In gesprekken met kwekers zijn ook aanknopingspunten voor verbeteringen naar voren gekomen. Van Ruiten: “De belangrijkste is dat uit de resultaten van het onderzoek heel duidelijk blijkt dat er behoefte is aan meer contact. Dat punt leeft sterk. Dat te verbeteren is echt een uitdaging. Het belang van een belletje, e-mail of bezoek vanuit de Kwaliteitsdienst en veilgroep wordt benadrukt. Het is in ieder geval een duidelijk signaal waarmee we iets gaan doen.” Net zoals de eerdere ervaringen bij kopers, is ook nu de werkwijze met gesprekken op de tuin goed bevallen. “Je kunt natuurlijk een mailing versturen of een callcenter inzetten om een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren, maar wij hebben ervoor gekozen om in gesprek te gaan met kwekers”, vertelt Koppes. “Zo’n gesprek op het bedrijf van de kweker levert veel meer op dan het afwerken van een standaard vragenlijstje.” Voor het onderzoek heeft men uitgebreid gesproken met ongeveer zeventig kwekers. Dit gebeurde door het managementteam en de afdelingshoofden van FloraHolland Rijnsburg, meestal vergezeld door een accountmanager. Van Ruiten: “Een goede zaak. Dat helpt om als FloraHolland vanuit de klant te denken.”

Een van de eerste kwekers die werd bezocht is Johan van Steijn uit Rijnsburg. “Het is goed dat zo’n onderzoek plaatsvindt. Maar pas als er iets met de resultaten wordt gedaan, heeft het nut.” Hoewel Van Steijn de dienstverlening van de veiling een dikke voldoende geeft, is er een belangrijk verbeterpunt. “Dat draait om communicatie. Vroeger kwam de relatiebeheerder of keurmeester wel eens spontaan langs. Dat gebeurt nu niet meer. Dat is jammer want: hoe minder contact, hoe minder binding. FloraHolland moet zien te voorkomen dat de veiling alleen een plaats wordt waar producten worden neergezet.”

Broeiers maken najaarstulpen beter herkenbaar

De aanvoer van tulpen neemt dit jaar sneller toe dan de voorgaande jaren. Een van de oorzaken daarvan is het feit dat er meer tulpen komen die zijn gebroeid van



bollen die op het zuidelijk halfrond zijn geteeld. Dat zijn, om het zo maar eens te zeggen, vers geteelde tulpen. Vanuit de handel bestond al langer de wens om die tulpen beter herkenbaar voor de klokken in Aalsmeer, Rijnsburg en Naaldwijk te brengen. Aan die wens is voldaan. “Onlangs was er een bijeenkomst van broeiers van najaarstulpen”, vertelt Robin Overbeek Bloem, assortimentsmanager tulp in Rijnsburg. “Na die bijeenkomst besloten negentien vooraanstaande broeiers om materiaal te maken om hun tulpen van het zuidelijk halfrond herkenbaar te maken. Dit doen zij onder de naam ‘Fresh Tulips’. Zij hebben een poster laten maken plus een

speciaal kaartje, dat met elk fust kan worden meegegeven. Bovendien waren er eerder deze maand op de exportveilingen presentaties van najaarstulpen met als doelstelling dit aanbod beter herkenbaar te maken.

Tegelijk met het groeiende aanbod van najaarstulpen, zien we dat supermarktketens nu al met tulpen aan de slag gaan. In het verleden waagde vrijwel geen supermarkt zich voor half januari aan dit product. Nu zien we dat verschillende ketens al tulpen voeren. Een betere herkenbaarheid van de verschillende categorieën tulpen zal die trend hopelijk nog verder versterken.”

Elektronisch zakendoen steeds gemakkelijker

Onlangs nam PlantConnect.nl, het digitale handelsplatform voor het internationale plantenassortiment dat wordt verhandeld via FloraHolland Connect, nieuwe invoerschermen in gebruik. Die vervangen de oude catalogus van de LAB (Landelijke AanbodsBank). Dankzij deze gebruiksvriendelijke schermen kunnen aanvoerders hun productinformatie sneller en gemakkelijker invoeren. Hiermee ondersteunt FloraHolland Connect het gebruik van online handelssystemen.

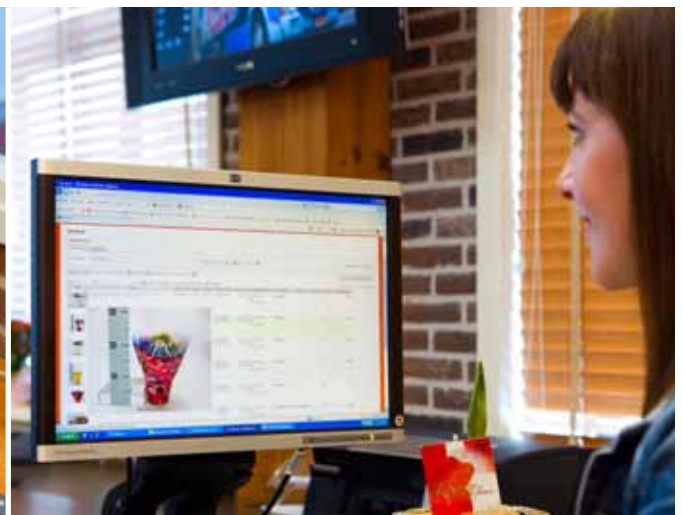
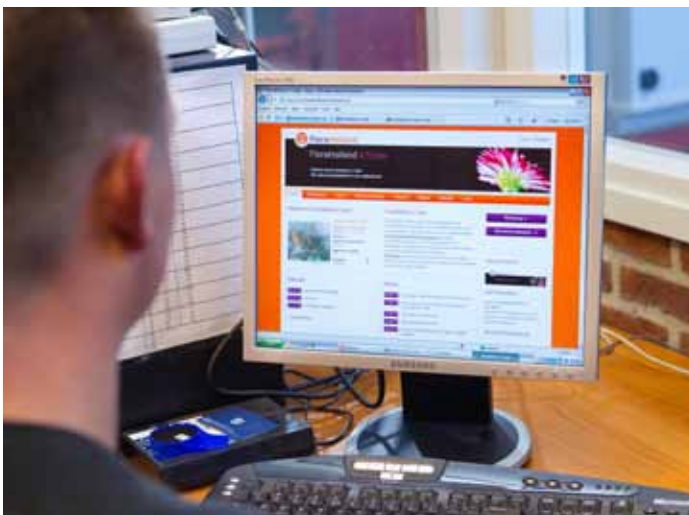
Aanvoerders worden momenteel begeleid om thuis te raken op de nieuwe invoerschermen van PlantConnect.nl. De aanbods informatie van aanvoerders wordt pas omgezet als de ondernemer daar zelf klaar voor is.

Meer weten over de mogelijkheden van de online catalogus en webshop van het internationale plantenassortiment? Kijk op www.plantconnect.nl of bel met FloraHolland Connect Info via T 0297 39 38 88 of T 0174 63 55 55.

FloraHolland e-Trade, het online handelsplatform voor bloemenverkopende en bloemeninkopende partijen, is nu ook in het Duits en Engels beschikbaar. Alle informatie op www.florahollandtrade.com is vertaald, ook de handleidingen en het bestelsysteem van de webshop. Op de website kan de taalkeuze gemaakt worden door te klikken op de vlaggen van de verschillende landen.

FloraHolland ontwikkelt handelsplatforms zoals FloraHolland e-Trade om digitaal zakendoen in de sector te vereenvoudigen. Naast FloraHolland e-Trade (voor bloemen) heeft de veiling ook PlantConnect.nl (voor planten). Beide handelsplatforms zijn nu in het Nederlands, Duits en Engels beschikbaar.

Voor meer informatie over de mogelijkheden van de online bloemencatalogus en webshop kunnen kopers en kwekers terecht op www.florahollandtrade.com, of bij de coördinator van FloraHolland e-Trade, T + 31(0)174 63 54 44, E vincentdenbreejen@floraholland.nl.





Tulpenbeleid met vier speerpunten

Marktmanager Fred Wever weet precies wat de tulpenactiviteiten van FloraHolland dit seizoen moeten opleveren. “Inzet is een middenprijs die gelijk is aan die van het afgelopen seizoen. Dat lijkt een verdedigende tactiek. Maar weet dat de aanvoer vorig seizoen met vijftien procent groeide tot 1,8 miljard stuks, dat experts nogmaals vijf procent groei verwachten en dat een aantal omstandigheden dit voorjaar bepaald niet tegenzat. Dan lijkt mij een stabiele middenprijs een redelijk doel.”

“Bovendien”, vervolgt Wever, “willen we de hoofdpunten van ons Marktplan uitvoeren, kwekers en kopers daarover informeren en hen ervan overtuigen dat dit beleid voor dit product de goede weg is.”

Clusters versterken

De afgelopen jaren hebben groepen broeiers zich in clusters aaneengesloten. Meestal om hun positie op de afzetmarkt te verbeteren. FloraHolland is voorstander van clustervorming en ondersteunt sommige clusters nu met het ontwikkelen van een accountplan en een schappenplan. Wever: “Die plannen gaan uit van het DNA van een cluster. Sommige plannen zijn al in uitvoering, aan andere wordt gewerkt. In de clusterplannen speelt zowel directe afzet als klokafzet een rol. Altijd zijn rendementsvergroting en afzetverruiming de uiteindelijke doelen.”

Meer promotiebudget nodig

Dankzij de promotiepot van de KAVB lopen er momenteel gerichte generieke promotiecampagnes voor tulpen. Daarbij

werken de KAVB, FloraHolland en Bloemenbureau Holland samen met individuele exporteurs. Exporteurs kunnen ideeën aandragen. Zijn die aantrekkelijk dan kunnen zij financiële ondersteuning ontvangen plus coaching bij de uitvoering van het plan. Fred Wever ziet hier een dubbele uitdaging. “We willen exporteurs helpen bij het ontwikkelen van plannen. Maar nu er omstreeks vijftien plannen op de rol staan, merken we dat de bodem van de promotiepot van de KAVB in zicht komt. Dus zoeken we naar uitbreiding van de beschikbare promotiebudgetten.”

Meer nieuwe cultivars laten slagen

“Een derde speerpunt is het breed houden van het assortiment”, zegt Wever. “Aan de ene kant is het aantal aangevoerde nieuwigheden dat het daadwerkelijk redt te klein. Aan de andere kant merken we dat goede bestaande cultivars onvoldoende aandacht krijgen. De kans op succes van nieuwe tulpenrassen willen we onder meer vergroten door vooraf

beter op houdbaarheid te testen. Voor het bestaande assortiment overwegen we het invoeren van een ‘gouwe ouwe-blok’. Zodat een goede partij Rosario niet tussen de wal en het schip valt. Verder werken we aan extra kenmerken rondom kwaliteit en sortering. Lichte tulpen worden op de grote tulpenveilingen al in een apart blok geveild. Zoiets kun je ook bedenken voor pluk- en buitentulpen, voor tulpen van extra kwaliteit en voor MPS-tulpen.”

Inspelen op kansen webshops

Ten slotte spelen de tulpenplannen in op de digitalisering van de handelsstromen. Wever: “Zo willen we een fotokit ontwikkelen voor het meesturen van productfoto’s. Daarmee kan de broeier die foto’s gemakkelijker meesturen. Zo speelt hij in op het feit dat steeds meer tulpen via webshops (en dus bij voorkeur vergezeld van een goede foto) worden afgezet. Zo en op andere manieren willen wij voor onze tulpenaanvoerders kansen creëren zodat zij nog beter kunnen scoren.”

Arbo-catalogus veilingen op internet

Sinds begin november is de site www.arbocatalogus-bloemveilingen.nl in de lucht. Naast een systeem voor risico-inventarisatie, hebben de bloemveilingen Plantion en FloraHolland samen met de vakbonden FNV en CNV, een arbodeskundige en de klankbordgroep, deze arbo-catalogus voor de veilingbranche ontwikkeld. In de catalogus zijn tot nu toe twee onderwerpen opgenomen: fysieke belasting en dieselmotorenemissie.



Minder fysieke belasting door goede tilinstructies.

De veilingen zorgen ervoor dat de informatie van de arbo-catalogus met alle veilingmedewerkers en andere betrokkenen wordt gedeeld. Voor het implementeren van deze catalogus is bij het Agentschap SZW (ministerie van Sociale Zaken) een subsidie van 20.000 euro verkregen.

Informatiebron

De arbo-catalogus is een handige informatiebron voor werkgevers en werknemers waarin ze snel oplossingen en maatregelen kunnen vinden voor belangrijke arbo-risico's in het bedrijf. Hiermee wordt beschikbare kennis door de branche of het bedrijf gebundeld en worden oplossingen voor gezond en veilig werken toegankelijk gemaakt. Met deze catalogus wordt voldaan aan de wettelijke doelvoorschriften in de arbeidsomstandighedenwet, het daarbij behorende arbeidsomstandighedenbesluit en de arbeidsomstandighedenregeling. De

looptijd van de catalogus is drie jaar, tenzij tussentijds aanpassing nodig zou zijn in verband met wetswijzigingen, nieuwe inzichten en praktijkervaringen.

Voordelen voor werknemer en werkgever

De arbo-catalogus biedt voordelen voor zowel de werknemers als de werkgever (de veilingen). De catalogus verschaft duidelijkheid over de invulling van de doelvoorschriften in de Arboret of het Arbobesluit. Vastlegging daarvan biedt ook rechtszekerheid omdat de arboretgeving door de bedrijven op een juiste manier wordt nageleefd. Voor FloraHolland en Plantion draagt de arbo-catalogus ertoe bij dat de veilingen een gelijkwaardig niveau van risico-beheersing en -reductie realiseren. De catalogus is (alleen) digitaal beschikbaar via www.arbocatalogus-bloemveilingen.nl.

Nog twee workshops digitaal zakendoen voor tulpenkwekers

Bij de start van het tulpenseizoen organiseert FloraHolland dezer dagen een aantal workshops waar 'digitaal zakendoen' centraal staat. Het accent ligt tijdens deze bijeenkomsten op de dagelijkse praktijk. De meeste bijeenkomsten hebben al plaatsgevonden, maar er staan er nog twee op het programma.

Bij het digitaal zakendoen is het meesturen van beelden bij producten een belangrijk onderdeel. Tijdens de workshop gaan

kwekers zelf aan de slag. Zij maken zelf foto's van tulpen met behulp van een fotokit. Kwekers krijgen antwoord op vragen als: wat zijn goede productfoto's, hoe maak je die en hoe koppel je die aan een EAB? Hoe voer je gegevens en foto's in? Welke middelen en apparatuur heb je daarvoor nodig? Medewerkers van FloraHolland begeleiden en helpen kwekers tijdens deze workshops. Ook worden er verschillende EAB-pakketten met de

koppeling naar een fotoshop getoond. De workshops vinden plaats op 1 december van 09.00 tot 11.00 uur bij J.v.d. Baan, Oudelandsedijk 5, 3247 LJ Dirksland en op 8 december van 19.30 tot 22.00 uur bij J.J.H.A. Wesselman, Floraweg 105, 2371 AR Roelofarendsveen. U kunt zich via simonevantol@floraholland.nl aanmelden voor de workshop digitaal zakendoen.



Helleborus Gold Collection, klaar voor het grote werk

“Ons product is vooral onderscheidend door onze marktkeus. We gaan voor het hoogste segment, dus ligt onze voorkeur toch bij de tuincentra, bloemistenketens en groothandel. We spreken als groep vooraf af wie onze klanten zijn en daarop stemmen we onze groei af. Helleborus wordt steeds populairder, maar consumenten worden nog te vaak met wisselende kwaliteiten en dus met teleurstellingen geconfronteerd. De Helleborus Gold Collection is daar een antwoord op.”

Aldus Piet Kuivenhoven van Kuivenhoven Poeldijk. Samen met Kwekerij René Boers BV (Meijel), Potplantenkwekerij Van der Does vof (Woubrugge), Cerdys (Frankrijk) en Gartenbaubetrieb Heuger (Duitsland), vormt hij de Helleborus Gold Collection. Heuger is de grondlegger van een hoogstaand veredelingsprogramma van Helleborus. Hij nam destijds het initiatief om zijn nieuw veredelde Helleborus een merk te geven, het label van de Helleborus Gold Collection. Op dit moment voert de groep van vijf telers dit exclusieve label. Kuivenhoven: “Dit is een heel ander product dan de traditionele kerstroos. Visueel zeer aantrekkelijk en door het gebruik van weefselkweekmateriaal zeer homogeen.”

Eenheid in product basis samenwerking

Samenwerken kan lastig zijn. Internationaal samenwerken is zo mogelijk nog moeilijker. “We zijn er aan begonnen omdat we perspectief zagen in de rassen van Heuger”, zegt Kuivenhoven. “De teelt is niet gemakkelijk. Hoewel de afkweek steeds meer binnen plaatsvindt, is dit een buitenteelt en dus lastig controleerbaar. De kern van onze samenwerking is te streven naar eenheid in onze producten. We wisselen teeltervaringen uit en waar mogelijk coördineren we onze afzet. We bieden ons aanbod zo breed mogelijk aan. Als iemand vraag krijgt, waarvan hij weet dat een andere deelnemer die kan invullen, dan verwijst hij door. We hebben al

drie jaar een gezamenlijke order met een grote organisatie van tuincentra. Wie op het moment van leveren de beste planten heeft staan, die levert. We kopen samen zendtijd in bij Robs Grote Tuinverbouw, maken samen foldermateriaal en staan samen op de FloraHolland Trade Fair. Voorheen stonden we daar individueel, maar we merken dat deze gezamenlijkheid duidelijkheid schept en kracht uitstraalt. We doen hier als groep meer zaken dan we anders individueel zouden doen.”

Het grotere werk

De Helleborus Gold Collection zit voor de komende jaren vol ambitie. Kuivenhoven: “We zoeken samenwerking met grotere partners. Alles is daar klaar voor. Het assortiment is beschikbaar en onze bedrijven zijn er op ingericht. We zitten nu met afnemers aan tafel en dan praten we niet alleen over het product, maar ook over alles eromheen, tot en met het point-of-sale materiaal. Overigens zouden we op het punt marktontwikkeling graag een grotere rol van de veiling zien. Natuurlijk, FloraHolland draagt goede kennis aan, maar er zou ook hulp moeten zijn bij het ontwikkelen van nieuwe markten en het zoeken naar klanten. Wij willen met de eindklant aan tafel. Niet om de positie van de exporteur aan te tasten, maar om een beter ketenresultaat te behalen. Op dat punt verwachten we van de veiling meer dan zij nu doet.”



Standhouders, bezoekers en veiling tevreden over Trade Fair

Standhouders en bezoekers zijn tevreden over de begin november gehouden, drukbezochte FloraHolland Trade Fair Aalsmeer. Het vakpubliek was kwalitatief goed en afkomstig uit alle werelddelen. Er waren zestig binnen- en buitenlandse journalisten in Aalsmeer. De stemming was positief. Het leggen van contacten en het voorbereiden van langetermijnorders stonden centraal. Het FloraHolland Trends- en Conceptenplein werd druk bezocht door kopers en hun klanten. In de nabijgelegen segmentpresentaties werden de concepten vertaald naar praktische toepassingen. Ook de zogenaamde social media kregen tijdens deze beurseditie aandacht. Op het WINovation-plein was het Twitter scherm een van de blikvangers, te midden van innovaties en inspirerende presentatievormen. Bezoekers en standhouders twitterden als nooit tevoren.

In de in totaal zevenhonderd kwekersstands kreeg de uitstraling extra aandacht. Het aandeel planten bleef gelijk, maar het aantal snijbloemenstands steeg opnieuw. “Het aanbod snijbloemen op de FloraHolland Trade Fair is enorm gegroeid. Dit is ook een professionele beurs voor bloemenkwekers geworden”, aldus Else van den Beukel van JB Matricaria. “Kopers komen naar hier met hun eigen klanten. Dat zijn de mensen die je graag wilt ontmoeten. En dat kan hier!”

De volgende internationale handelsbeurs is de FloraHolland Trade Fair Naaldwijk, die van 9 tot en met 11 maart 2011 georganiseerd wordt. Volgend jaar zal de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer weer plaatsvinden in de eerste week van november, samen met de Horti Fair, onder de noemer International HortiWeek.



Pannekoek Orchideeën introduceert 'Dancingflora' op Trade Fair

Tijdens de FloraHolland Trade Fair introduceerde Pannekoek Orchideeën een nieuwe potorchidee, 'Dancingflora'. Pannekoek Orchideeën, een modern glastuinbouwbedrijf met een kasoppervlakte van 40.000 m², is gespecialiseerd in de teelt en verkoop van Phalaenopsis

Multiflora en Compactum Dancingflora. Na zorgvuldige soortselectie is Dancingflora nu klaar voor de toekomst. Deze sierlijke, tedere plant dankt zijn naam aan de vele kleine bloemen met een 'danserig' karakter. De plant heeft een natuurlijke, Oosterse uitstraling en is

gemakkelijk te verzorgen. De bloeiperiode is tien à twaalf weken, maar bij de consument kan de plant opnieuw bloeien. Pannekoek Orchideeën blijft werken aan assortimentsvernieuwing. De komende jaren gaat dat ook tweekleurige rassen opleveren (Dancing Queens).

Decorum wint FloraHolland originaliteitsprijs

Decorum Plants BV heeft de originaliteitsprijs van de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer 2010 gewonnen. Vestigingsmanager Marcel Claessen van FloraHolland Aalsmeer maakte dit aan het eind van de tweede beursdag bekend. Net zoals tijdens de FloraHolland Trade Fair in maart, keurde de VKC alle beursstands. De jury was verrast door het hoge kwaliteitsniveau van veel stands. Achter Decorum Plants werden Flower Update en Wooning Orchids respectievelijk tweede en derde.

"Wat de jury over ons zegt, klopt met de eenheid die we met 48 kwekers willen uitstralen", zegt Stefan Slijkerman van Decorum Plants. De stand van Decorum Plants BV behaalde een score van 9.50. Bij de originaliteitsprijs hoorde een gratis deelname aan een trendseminar. De trendseminars worden op 26 januari en 28 september 2011 gegeven door het FloraHolland College in samenwerking met trendanalist Sandra Könings.



Originaliteitsprijs voor Stefan Slijkerman (Decorum Plants, links) uit handen van Marcel Claessen (FloraHolland).

Inspiratie en praktische toepasbaarheid

Kenmerkend voor de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer was vooral het kwalitatief goede bezoek. De mensen (met name vertegenwoordigers van grootschalig inkopende retailers) die er moesten zijn, waren er ook. Velen van hen bezochten het Trends- en Conceptenplein, de Segmentpresentaties, het Noviteitenplein en het WINovation-plein. Daar was de nodige innovatie te zien, maar dan wel praktisch toepasbare innovatie.

Zeker op het Trends- en Conceptenplein ging het om praktisch toepasbare inspiratie. In vier deelpresentaties was te zien hoe telers, supermarkten, tuincentra, groothandelsmarkten en cash & carry's zich kunnen onderscheiden. Dat ging uiteraard verder dan prijsconcurrentie. Water en het verantwoord omgaan met water, kan onderscheidend vermogen opleveren, zo werd duidelijk. FloraHolland ziet aandacht voor water als een speerpunt voor de sierteelt van morgen. Op het Trends- en Conceptenplein stond een concept dat het vakmanschap van telers benadrukt. Daarnaast was

er een compleet op vrouwelijke consumenten afgestemde schapinrichting. Een derde presentatie bracht bezoekers in vakantiesfeer om het element funshoppin in tuincentra te benadrukken. Er was ook een op bloemisten gerichte presentatie, die onderstreepte hoe het scheppen van een bepaalde sfeer in een bloemenwinkel verkoopbevorderend werkt.

Blue Box en Red Box

Op het Trends- en Conceptenplein waren ook twee afgesloten ruimten: de Blue Box en de Red Box. Hier konden klanten met hun eindklant ingaan op twee uiteenlopende

thema's. In de Blue Box ging het om de ratio, een door FloraHolland ontwikkeld bedrijfs-economisch rekenmodel ten behoeve van de praktijk in de winkel. In de Red Box ging het om de emotie. In korte trendlezingen werden de belangrijkste trends voor 2011 toegelicht. Daarbij werd stilgestaan bij de toepasbaarheid van trends in onze sector. In beide boxen werden veel eindklanten ontvangen, onder wie vertegenwoordigers van grote retailorganisaties. Zij allen namen de gelegenheid te baat om in alle rust diepgaand te praten over actuele ontwikkelingen op de markt van bloemen en planten.



Hier spreek je mensen die jouw product aan de consument verkopen

Ruim 2500 bloemisten en andere vakgenoten kwamen eind september af op de Kerstshow van cash & carry FloraZON in Venlo. Dat waren ruim 2500 potentiële klanten voor orchideeënteler (Vanda) Steef van Adrichem van Anco Orchidee uit Wateringen. Hij was in Venlo en vertelt waarom.

“Als je je niet in je klant verdiept, weet je niet waar je met je onderneming naartoe moet”, stelt Van Adrichem. “Exporteurs zijn klanten, natuurlijk, maar in een cash & carry komen meer directe klanten. Hier spreek je mensen die jouw product aan de consument verkopen. Bij mijn product hoort een verhaal. De eerste reactie van klanten is altijd: wat zijn ze duur. Met je verhaal kweek je begrip voor jouw prijs en hopelijk leidt dat tot handel. Op een zondag win je de wereld niet, maar je komt wel weer dicht bij je klanten te staan. Natuurlijk staan wij ook op de FloraHolland Trade Fair, maar hier tref ik in korte tijd heel veel eindverkopers. En dat op de plaats waar de echte handel plaatsvindt. De Trade Fair geeft inspiratie, maar in de cash & carry trekken de mensen letterlijk de portemonnee. Ook daardoor word je geprikkeld.”

Passend bij de sfeer

FloraZON organiseert al enkele jaren dergelijke evenementen. “We behandelen daarbij thema’s, zoals de komende kerstdrukke of de ontwikkelingen rondom nieuwe verpakkingen. Maar altijd speelt het contact tussen bloemist en kweker een rol”, zegt relatiemanager Harm van Raaij van FloraZON. “Zo versterken we onze



functie als verbindende schakel in de keten. Bloemisten hebben direct contact met de consument. Telers weten alles van het product en de teeltwijze. Als zij elkaar ontmoeten, wordt er informatie uitgewisseld en dat is goed. Onze evenementen trekken vaak zo’n 2500 bezoekers. Van hen komt zeventig procent uit Duitsland (tot uit Berlijn en München

toe). Die mensen komen voor inspiratie en voor echte gesprekken. Bij die sfeer passen de nieuwe, bijzondere producten van Anco Orchidee. En omdat er zoveel bezoekers zijn, biedt dat ook spin-off voor de teler. We zien daarom steeds meer telers en veredelaars aanhaken.”

Het gebeurt buiten

Steef van Adrichem vindt dat hij vaker aan dit soort evenementen zou moeten meedoen. “Dat kost je wel een zondag, maar zo’n zondag is zinvoller besteed dan een normale werkdag. Als ondernemer ben je geneigd jouw bedrijf als je domein te zien, maar het gebeurt buiten. Daar moet je feeling mee houden. Als ik mijn verhaal vertel, begrijpt mijn klant waarom ik mijn prijs vraag. Maar ik kan niet overal gaan staan. Eigenlijk ben ik op zoek naar een concept, waarin ik vragen van mijn klanten direct en persoonlijk kan beantwoorden. Bijvoorbeeld via social media. Door vaker op dit soort evenementen te staan, hoop ik een oplossingsrichting voor een dergelijk concept te kunnen bedenken.”

Ook interesse om uw klant te ontmoeten tijdens een evenement van FloraZON? Bel met Harm van Raaij, T 077-3235869.

Greenrail, de pilotfase voorbij

Vorig jaar ging de eerste container met planten per trein naar een buitenlandse bestemming. Inmiddels heeft het project GreenRail bewezen dat plantentransport per trein haalbaar, vaak aantrekkelijker, goedkoper en milieuvriendelijker is. Sinds kort laten zes exporteurs hun railtransport op Italië door Jan de Rijk Logistics verzorgen.



Sebastiaan Scholte (rechts) en Marco de Kreij: CO2 uitstoot verminderen



Alles in eigen hand

Algemeen directeur Sebastiaan Scholte van Jan de Rijk Logistics wilde deze opdracht graag hebben. "Congestie, strenge regels rondom rijtijden en toenemende tolheffingen belemmeren het wegtransport. Het spoor biedt ruimte voor oplossingen. Wij hebben ruime ervaring met het rail- en wegtransport van industriële goederen, kennen de groene sector en hebben goed opgeleide eigen mensen voor het traject voor en na het railtransport. Dus konden we onze klanten de beste oplossing bieden."

Manager Fresh Logistics Marco de Kreij vertelt hoe het werkt. "We brengen het aanbod dat exporteurs in Aalsmeer en Naaldwijk op Deense Containers in treincontainers hebben gezet naar Herne (Duitsland). Daarvandaan gaat het per trein naar Milaan. Vlak bij het station verdelen we de producten per klant in onze eigen loods waarna we met eigen vrachtwagens en eigen chauffeurs afleveren. Omdat onze mensen het product kennen, is dit proces niet lastiger dan wegtransport." Scholte ziet toekomst voor het railtransport van siergewassen. "De consument vraagt om een groenere keten. De CO₂ footprint wordt steeds belangrijker. Dit project past daarom perfect binnen onze doelstelling om onze CO₂-uitstoot in 2012 met twintig procent te hebben verminderd in vergelijking met 2007."

Volume creëren

Zes plantenexporteurs, Quattroplant, Vida Verde, Hamiplant, OZ Planten, FPP/Ciccolella en Waterdrinker, laten samen planten per trein naar Italië vervoeren. "Apart hebben we daar niet voldoende volume voor, samen wel", verklaart Richard Meijs van Quattroplant namens de groep. "Na de pilot van GreenRail zijn we doorgeslagen. Zo'n goed initiatief mag niet stoppen. Nu proberen we het railtransport commercieel rendabel te maken. Dat is lastig omdat het voor een dergelijke nieuwe dienst lastig calculeren is. We volgen het komende jaar of de huidige tarieven redelijk zijn. Een onafhankelijke adviseur begeleidt de samenwerking, zit onze bijeenkomsten voor, coördineert de contacten met de vervoerder en controleert of de gerealiseerde volumes per deelnemer kloppen met de prognose. Dankzij die aanpak hoeven we geen commercieel gevoelige informatie uit te wisselen."

De rol van FloraHolland

In het GreenRail project werkten veel partijen samen. FloraHolland had een stimulerende rol. "We hebben laten zien dat railtransport van versproducten een alternatief is naast wegtransport", stelt adviseur ketenlogistiek Michiel van Veen. "Railtransport heeft eigen kenmerken. Het is goedkoper en duurzamer, maar ook langzamer. Exporteurs en klanten moeten daarom anders leren omgaan met het begrip tijd. FloraHolland trekt zich nu terug en de exporteurs nemen het over. Maar de cultuur van samenwerken blijft. Ook in nieuwe logistieke verbeterprojecten. Zonder kennis van het spoor en van sierteeltproducten was dit project niet geslaagd. FloraHolland heeft die kennis en kon door haar omvang deuren openen die anders gesloten waren gebleven. De keten heeft ons die rol gegund. We hebben er samen een mooi project mee kunnen neerzetten."

ICT is een middel, geen doel op zich

In de sierteeltsector is er een groeiende behoefte aan digitaal zakendoen. Daarvoor worden verschillende ICT-technieken ingezet, die de betrouwbaarheid en efficiëntie in de logistieke keten vergroten. RFID en de elektronische transportopdracht bijvoorbeeld. Maar wat houdt dat allemaal precies in, wat zijn de voordelen en hoe kun je het inzetten? Daar gaat deze special over.

“Mensen vragen mij of ik kort kan uitleggen wat RFID precies is. Vaak geef ik dan aan dat RFID een soort digitale barcode is die werkt met radiogolven. Denk aan je autosleutels of toegangspasje. Daarmee scan je automatisch zonder dat je een barcode hoeft te zien”, aldus Johan Star, adviseur ketenlogistiek bij FloraHolland. Wat levert het op? Tijdsbesparing bijvoorbeeld, door minder te scannen of geen papieren bonnen meer over te schrijven. “Belangrijker is te bekijken hoe deze vorm van ICT je bedrijf kan ondersteunen”, zegt Star. “Je moet er bedrijfskundig naar kijken. Met het gebruik van ICT wil je een bepaald

doel bereiken, bijvoorbeeld efficiënter werken of bepaalde zaken beter registreren. Het is een middel. Dit wordt nog wel eens vergeten. De techniek krijgt dan meer aandacht dan de mensen die ermee moeten werken. En dat is de omgekeerde wereld.” Johan Star is initiatiefnemer van deze special. “Ik wil de lezers de mogelijkheid geven om op een gemakkelijke manier meer kennis op te doen over RFID-techniek. Ik heb daarvoor verschillende experts gevraagd hun kennis met ons te delen. Mochten mensen toch nog met vragen blijven zitten, dan nodig ik ze hierbij uit contact op te nemen.”



“We zijn er al jaren mee bezig”

Wilrie Multem is analist infrastructuur bij FloraHolland. Als zodanig is hij dé expert als het gaat om projecten waarbij de veiling een rol speelt in het transparant maken van de logistiek in de sierteeltketen. Zowel onder het veilingdak als daarbuiten.



Wilrie Multem met een splinternieuwe scanner voor het scannen van RFID-tags.

“Voor mij begon het met de elektronische aanvoerbrief (EAB) en technieken om een stapelwagen te identificeren. Al snel kwam RFID om de hoek kijken. We zijn er al sinds 1995 mee bezig binnen de veiling.” De RFID-tags op de stapelwagens leveren onder het veilingdak veel informatie op als ze op verschillende punten in het logistieke proces worden uitgelezen. Multem: “We gebruiken deze informatie om bijvoorbeeld inzicht te krijgen in doorlooptijden. Intern leveren deze cijfers gegevens op om het logistieke proces te verbeteren. Het grote voordeel is dat er gebruik wordt gemaakt van lussen in de vloer zodat het scannen geen tijd kost, zoals dat met barcodescanners wel het

geval is. Iedere stapelwagen die een dergelijk meetpunt passeert, wordt gescand. Je kunt dan snel handelen als er bijvoorbeeld een kar is zoekgeraakt.”

Toekomst

Multem verwacht veel van de toepassing van RFID in het logistieke proces van de veiling. “De komst van de nieuwe UHF-tag op de gemodificeerde stapelwagen maakt heel veel mogelijk binnen de veilinglogistiek: foutenreductie bijvoorbeeld. Daar hebben onze klanten direct profijt van. De mogelijkheden van RFID zijn heel divers. Omdat de toepassing tot een meer transparante en efficiëntere logistiek leidt, biedt die absoluut meerwaarde.”

Toepassing RFID in de sierteeltsector is een groeiproces

Wat is RFID, wat is een RFID-chip of -tag nu precies, hoe werkt het en hoe kun je daar als sector en bedrijf maximaal je voordeel mee doen? RFID-expert Daan Te Nuijl heeft de antwoorden op deze vragen.

“De RFID-technologie is via Japan naar Europa overgewaaid. Begin jaren 90 kwamen de eerste vragen vanuit de retail om RFID in te zetten in hun logistieke processen”, blikt Te Nuijl terug. Met zijn bedrijf Alltrace is hij fulltime met deze techniek en de toepassingen ervan bezig, ook in de sierteeltsector. “Met RFID, oftewel Radio Frequency Identification, en in goed Nederlands identificatie met radiogolven, kan een RFID-chip een uniek nummer uitzenden. Dat nummer wordt vervolgens door een reader opgevangen en vertaald naar een warehouse managementsysteem of een systeem voor tracking & tracing.” Het begon allemaal met een techniek waarbij de RFID-chip op korte afstand uitgelezen kon worden. Inmiddels is er een nieuwe generatie: de UHF-tag. Te Nuijl: “Dat is de standaard geworden, ook de nieuwe tag die momenteel op de FloraHolland-stapelwagens wordt gemonteerd, werkt

met die techniek. Het voordeel is dat je hiermee met gemak op vier meter afstand kunt scannen. In de praktijk kun je dus een dockdeur en alles wat daar in- of uitgaat zien.”

Groeiproces

RFID heeft de sierteeltsector veel voordelen te bieden geeft Te Nuijl aan. “Het is een groeiproces. Voor een organisatie is het interessant om eens te bekijken of en hoe RFID in het eigen bedrijfsproces kan worden toegepast. Bijvoorbeeld om het overtypen van bonnen te voorkomen of voor een 100% waterdichte eindcontrole voor verzending, die dan weer gekoppeld kan worden aan de facturering. Een haalbaarheidsstudie op de werkvloer is al in een dag of drie te doen. De performance van de techniek is daarbij niet eens het belangrijkste. Het proces op de werkvloer en de mensen die er mee werken zijn minstens zo belangrijk.”



Te Nuijl heeft in opdracht van het platform Agrologistiek, Frugicom en FloraHolland onderzoek gedaan naar de toepassing van RFID in de agrologistiek. Op www.alltrace.nl is het onderzoeksrapport te vinden.



Tracking & tracing (t&t) heeft betrekking op het volgen van goederen. Dus de mogelijkheid om op een willekeurig moment na te gaan waar een zending zich bevindt en met welke status. Met alle voordelen van dien.

RFID-tags worden voornamelijk toegepast in de logistieke sector. Het belangrijkste voordeel van RFID is dat het handmatige en daarmee tijdrovende scanprocessen kan vervangen. Hierdoor is het mogelijk 'real time' inzicht te krijgen in bijvoorbeeld voorraden en goederenstromen.

De ontwikkeling, het beheer en het toepassen van **standaardberichten en codes** helpt bedrijven informatie gemakkelijker digitaal uit te wisselen. In de sierteeltsector is FlorEcom daar mee bezig.

'Van Plant tot Klant': de keten wordt transparant!

Bedrijven zoeken steeds vaker naar een transparante keten en meer inzicht in de activiteiten op de werkvloer. Daardoor kunnen ze kosten verlagen en beter samenwerken met leveranciers en klanten. Bedrijven vormen zo samen een keten waar het product zich doorheen beweegt. Hoe beter deze bedrijven met elkaar samenwerken, hoe lager de kosten. Het project 'Van Plant tot Klant' maakt dit mogelijk.



Toon de Jong (links) en Boy Stuijzand (Hamiplant) bij een Deense Container met onder meer van RFID-tag voorziene TiSento Calandiva's van Zuydgeest De Lier.

“Kwekers die informatie vanuit de eindklant krijgen waarmee de productie kan worden aangestuurd.” Zo vat Toon de Jong van het in Delft gevestigde IT-bedrijf Interaxi het einddoel van het project 'Van Plant tot Klant' samen. De Jong: “We hebben gekozen voor een productstroom naar Frankrijk. De keten die we inzichtelijk maken, loopt van de kwekers tot het distributiecentrum van Breewel Transport in Mitry nabij Parijs.”

RFID-poortjes

Bij het inzichtelijk maken van de keten draait het om vier vragen. “Dat zijn wat, waar, wanneer en waarom? ‘Wat’ draait om het volgen van objecten: fust, documenten en ladingdragers. Daarvoor plakken

Zuydgeest De Lier en de Oriental Group op ieder fust, iedere veilingbrief en iedere Deense Container een RFID-sticker die op afstand kan worden uitgelezen. Als kwekers hun vrachtwagen laden, worden deze labels gelezen door een RFID-poortje aan het dock en meteen gekoppeld aan de order van Hamiplant die in de database staat. Bij het lossen van de vrachtwagens bij de aanvoerlocatie Sierteelt Direct op Trade Parc Venus wordt automatisch gecontroleerd of datgene op de kar staat als in de order is aangegeven. De andere partners in de keten kunnen dan meteen zien dat de producten worden getransporteerd. Van iedere stap in de keten, inclusief het overzetten bij Hamiplant en bij de distributiecentra van Breewel Transport in Hazeldonk en Mitry,

zijn de vragen wat er met het product gebeurt en waar en wanneer, te beantwoorden. Overal staan poortjes om RFID-labels uitte lezen en te checken of alles nog klopt.”

Voordelen

Volgens De Jong is de volgende stap het ‘aanhaken’ van de retail. “We praten met een aantal supermarktketens. Als je weet wat er bij de retailer gebeurt, bijvoorbeeld hoeveel karren zij naar een bepaalde winkel sturen, en die informatie terugstuurt in de keten, dan kunnen handel en kwekers daarop inspelen. Je weet precies in welk land of regio bepaalde producten het goed doen.” Er zijn legio voordelen: minder handmatig scannen en registreren en minder fouten. De Jong: “We willen graag opschalen, maar hoe krijg je ‘de rest van de wereld’ mee? Misschien dat het brancherapport dat binnenkort wordt gepubliceerd, waarin alle kosten en besparingen in kaart worden gebracht, daaraan bijdraagt.”

Hamiplant, is een van de initiatiefnemers van het FloriLog-project dat wordt gefinancierd door het Productschap Tuinbouw. Iedere schakel in de keten is vertegenwoordigd. In het project werken de kwekers Zuydgeest De Lier en de Oriental Group uit Bleiswijk, Sierteelt Direct, Breewel Transport, initiatiefnemer Hamiplant en het Delftse IT-bedrijf Interaxi samen.

“Sierteeltsector loopt voor op veel andere sectoren”

Tussen nu en 2012 worden alle stapelwagens van FloraHolland voorzien van een zogenaamde UHF-tag. Een van afstand uitleesbare chip waarmee de stapelwagen te identificeren is. Mieloo & Alexander uit Hoofddorp levert ze. Met Sander Merkx bekijken we projecten buiten onze sector waarbij RFID wordt ingezet.

“De Nederlandse sierteelt is via FlorEcom lid van GS1, de organisatie voor de wereldwijde standaarden in de supply chain en internationale logistiek”, aldus Merkx. “Ook voor RFID is er een ketenstandaard. Daardoor is de sierteelt niet afhankelijk van één leverancier van RFID-tags en apparatuur.” Dat verklaart de rol van Mieloo & Alexander. “Onze rol is vaak die van ‘hoofdaannemer’. We leveren een werkend systeem op voor onze klanten waarbij we de technologie van verschillende leveranciers benutten. Zo is ook het contact met FloraHolland ontstaan. In 2006 werd de huidige generatie UHF-tags (de nieuwste chip waarmee informatie op afstand uitgelezen kan worden) geïntroduceerd. Al in 2007 spraken we met FloraHolland over toepassingsmogelijkheden. Na een uitgebreide testfase zijn we leverancier geworden van deze UHF-tag voor de uniforme stapelwagen. De sierteelt is goed bezig als ik puur vanuit de techniek kijk en loopt voor op veel andere sectoren.”

Investering

Een project dat FloraHolland inspiratie



Merkx: Als ik puur vanuit de techniek kijk, is de sierteelt goed bezig.

bood, is de RFID-registratie van de kratten van Euro Pool System. Merkx: “Zij beheren 150 miljoen groente- en fruitkratten. Voor retailer Delhaize in België zijn er twee miljoen voorzien van een RFID-tag. Zij wilden een registratiesysteem waarmee kratten die naar kwekers gaan en via de winkels terugkomen nauwkeurig worden geregistreerd. Vroeger werd het terugboeken van statiegeld gebaseerd op het gewicht van de pallet. Maar wat nu als iemand een paar stenen tussen de kratten had gedaan? Dat werkt nu niet meer. Laatst hebben we nog een meting gedaan: van de 255.000 kratten miste het systeem er maar tien. Daaruit blijkt dat RFID heel betrouwbaar is.” Een ander inspirerend voorbeeld is het Europese distributiecentrum van een grote fabrikant van elektronica in Tilburg. “Dat verstuurt jaarlijks twee miljoen items naar Duitsland. Soms kwamen er claims dat er iets niet op de pallet stond. Die claims werden dan gehonoreerd. Nu wordt iedere stap vastgelegd door middel van RFID-tags. Bovendien

wordt de met veiligheidsfolie ingesealde pallet als bewijsmateriaal gefilmd als die de vrachtwagen in gaat. Ze weten zeker dat alles er op staat. Het resultaat is dat het aantal claims met 90% is gedaald. In no time werd de investering terugverdiend.”

Tagging

Volgens Merkx speelt ‘tagging’ op product-niveau (ieder afzonderlijk product een RFID-tag) vooral in de kledingbranche. “Daar is de marge vaak zo hoog dat ‘nee verkopen’ veel omzetsderving oplevert. Nike, waar we voor werken, wil straks precies weten wat er nog in het schap ligt om daar op in te spelen.” Voor FloraHolland werkt Mieloo & Alexander aan een aantal projecten: het automatisch uitsorteren van hoog beladen stapelwagens en het automatisch registreren van uitgifte en inname van slotplaten bijvoorbeeld. Daar horen we de komende tijd nog wel meer over want de toepassing van RFID is niet meer te stoppen.

'Nederland Sierteeltland' vrijwel volledig voorzien van unieke locatiecodes

Alle laad- en loslocaties binnen de Nederlandse sierteeltwereld krijgen (of hebben inmiddels) een unieke locatiecodering. Dat is beter dan een afleveringsadres, want de locatiecode vertelt exact aan welk dock er geladen of gelost moet worden. Dat biedt mogelijkheden. Sinds begin november ontvangt transporteur Te Baerts elektronische transportopdrachten (ETO's).



De projectleider

“De elektronische transportopdracht is onderdeel van het FloriLog-project ‘Locatiecoderingen in de Sierteelt’ en heeft als doel de keten transparanter en efficiënter te maken”, vertelt projectleider Bert Buis. “FlorEcom stelt de standaard locatiecodes - die aansluiten bij de wereldwijde GS1 standaard - beschikbaar aan de hele sector, die daardoor dezelfde logistieke taal spreekt. Daardoor verloopt het logistieke proces veel efficiënter, worden er minder fouten gemaakt en is tracking & tracing mogelijk. Het duurt niet lang meer voordat iedere sierteeltlocatie in Nederland is voorzien van een locatiecode die bij iedereen in de sector bekend is, en die bovendien gescand kan worden, bijvoorbeeld bij het afleveren.”

De kweker

“’s Morgens kijken we naar de prijzen en bepalen we naar welke FloraHolland-

vestiging we onze producten sturen”, vertelt Manolito Hendriks van Mts. Hendriks uit Hegelsom. “Momenteel zijn dat hyacinten. Via de elektronische aanvoerbrief kan ik met één klik de vestiging aangeven waar we de stapelwagens willen veilen, bijvoorbeeld twee naar Rijnsburg, drie naar Aalsmeer en twee naar Naaldwijk. Transporteur Te Baerts krijgt deze informatie automatisch

binnen. Zodra zij de opdracht hebben ingeboekt zie ik dat op mijn computer.” Volgens Hendriks voorkomt de elektronische transportopdracht, gekoppeld aan de EAB, misverstanden. “Zeker hier in de regio, waar nogal eens in dialect wordt gesproken. Bij het telefonisch doorgeven wordt er snel iets verkeerd verstaan. Een fout is dan snel gemaakt.”

De transporteur

“Kwekers geven momenteel meestal transportopdrachten via de telefoon, de fax of per e-mail. Nu de elektronische transportopdracht gekoppeld is aan de elektro-

nische aanvoerbrief hoeft dat niet meer”, aldus Marc Duffhues, logistiek directeur van Te Baerts Internationale Expeditie en Transporten b.v. “Als alle sierteeltlocaties een locatiecode hebben en de kwekers de elektronische transportopdracht kunnen we veel efficiënter werken binnen de keten. Wij zijn er klaar voor. We hebben ons planningssysteem er helemaal op ingericht. De kans dat er iets fout gaat wordt flink verkleind want er hoeft geen informatie meer te worden overgenomen of ingevoerd. Met tachtig vrachtwagens op de weg moeten we dat zeker gaan merken. Daarnaast wordt nu nog maar al te vaak als afleveringsadres een factuuradres opgegeven. Sta je plotseling met je vrachtwagen in een woonwijk....De unieke locatiecode correspondeert met de GPS-coördinaten van de afleveringslocatie. Dankzij deze locatiecode en de van navigatieapparatuur voorziene boordcomputer van onze vrachtwagens, rijden we dus altijd naar de juiste locatie.”



Alle FloraHolland-vestigingen hebben inmiddels alle (afleverings) locaties voorzien van de unieke locatiecode. Op FloraHolland Aalsmeer en Bleiswijk zijn ook al bordjes opgehangen met daarop de code en barcode. De overige vestigingen volgen de komende maanden. Meer informatie, ook over het coderen van uw eigen locatie en het aanpassen van de EAB-software, vindt u op www.florilog.nl en www.florecom.nl.

Niets doen is veel duurder

Container Centralen (CC) voorziet vanaf begin volgend jaar al zijn Deense Containers (DC's) van RFID-technologie, Operation Chip-it. Daarmee kan een scan duidelijk maken of DC's legaal of illegaal zijn. Tegen dit voornemen ontstond verzet binnen de sector. Kwekers en kopers bleken de techniek onvoldoende te vertrouwen en maakten bezwaar tegen het extra scanwerk. Eind oktober kwamen CC en FloraHolland met een beter werkbare oplossing.



Aanvankelijk zouden CC-containers die bij een scan een foutmelding opleveren niet door FloraHolland worden geaccepteerd. Inmiddels is dit beleid gewijzigd. FloraHolland neemt deze containers wel in, registreert de foutmeldingen en onderzoekt waar nodig het CC-gebruik van aanbieders. Foutmeldingen worden dus niet direct bestraft, maar wel onderzocht, en misbruik wordt opgespoord. Gebruikers die te goeder trouw zijn, hoeven niet bang te zijn dat ze karren moeten overzetten of met illegale containers blijven zitten als er een keer een foutmelding is.

Alleen een gesloten pool kan een goede pool zijn

Voor Rens Buchwaldt, directeur Logistiek, Informatisering & Automatisering, is dit de beste oplossing voor de sector. "CC wil een gesloten Denenpool. FloraHolland en haar relaties willen een kwalitatief goede, dus gesloten pool. FloraHolland denkt dat de nu gekozen RFID-technologie daaraan kan bijdragen. RFID biedt bovendien andere mogelijkheden voor individuele bedrijven, zoals tracking & tracing. Met RFID-labels op CC-containers kunnen kopers, kwekers en FloraHolland daar op in gaan spelen. We houden vast aan het uitgangspunt dat een goede pool van Deense Containers in ieders belang is, dat we daarin moeten investeren en de pool nu moeten sluiten. Niets doen is op den duur veel duurder. Als de pool door verdere kwaliteitsverslechtering of misbruik omvalt, kost dat een veelvoud van wat het nu kost. Een kwalitatief goede, gesloten Denenpool is in ieders belang. Van CC, van FloraHolland, maar vooral van individuele kwekers en kopers. Daarom dringen we erop aan dat elke

gebruiker van Denen met enige regelmaat scant en er zijn relaties op aanspreekt als zaken niet kloppen. Zo weet je zeker dat je zaken doet met 'zuivere' containers. Deze stap biedt de sector een mechanisme om rotte appels uit de mand te halen en de pool afdoende te sluiten om de toekomst veilig te stellen. Iedereen heeft daarin een eigen verantwoordelijkheid."

Feiten over Denen

Over de invoering van RFID bij Deense Containers bestaan verschillende misverstanden. Tijd voor de feiten.

- Dat door het aanbrengen van een chip en het scannen van karren de logistieke informatie van gebruikers van containers niet veilig zou zijn, klopt niet. Uw informatie blijft uw informatie, tenzij u die wilt delen. Wat wel klopt is dat je met RFID stappen kunt maken op het gebied van tracking & tracing.
- FloraHolland volgt de zaken rondom Chip-it nauwlettend, ziet een kwalitatief goede, dus gesloten Denenpool als een ketenbelang, heeft als belangrijke speler in de sector invloed, maar neemt niet de besluiten. De Denenpool is eigendom van Container Centralen en Container Centralen is eigendom van GASA en van de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten (VGB).





Samenwerking bij klokinkoop levert voordelen op

Vier dagen per week kopen ze naast elkaar en voor elkaar in op de tribune in Eelde. De samenwerking tussen de twee bloemisten Jan Chris Melishoek en Hendrik Snijder ontstond eigenlijk als vanzelf.

De een weet wat de ander wel en niet kan gebruiken.

Jan Chris Melishoek heeft drie bloemenwinkels, in Groningen, Zuidhorn en Roden. Hendrik Snijders heeft er een in Assen. Melishoek en Snijder kopen bovendien in voor Snijders voormalige bloemenwinkel in Paterswolde. “Het voordeel zit vooral in het gemak”, weet Melishoek, “en van daaruit is het ook ontstaan. Bij vakantie of ziekte heb je altijd een vervanger.”

Heldere werkwijze

Voor veel bloemisten zou samenwerking bij de klokinkoop zinvol zijn. Dat versterkt hun positie als inkoopende partij, biedt gemak en levert meer tijd op om de winkel te managen. Daartegenover staat, dat je met samenwerking altijd zelfstandigheid inlevert. Dus moeten er goede afspraken zijn. Snijder: “Wat wij kopen, wordt via het bankrekeningnummer van mijn collega door de veiling afgerekend. Ik stort vooraf voldoende geld voor mijn deel. Voordat de veiling begint, overleggen we samen. Eenmaal op de tribune

zitten we wel naast elkaar, maar kopen we gewoon wat we denken te kunnen gebruiken. Als de veiling voorbij is, verdelen we de inkoop eerst op papier en vervolgens fysiek. Dan nemen we zelf onze eigen handel mee naar de winkels. Dat werkt allemaal soepel. Natuurlijk denk ik wel eens: hoe heeft hij dat nu kunnen kopen? Dat gebeurt andersom ook wel eens. Maar dat zeggen we dan tegen elkaar. Bovendien blijkt vaak dat je meer kunt verkopen dan je denkt. Onze samenwerking biedt zeker voordelen. Je kunt je beter op de inkoop van specifieke producten concentreren. Je hebt een breder assortiment binnen handbereik. Je hoeft niet altijd de eerste doos te kopen. En omdat je restpartijen kunt kopen, heb je ook wel eens een doorslag.”

Geld verdienen in de veiling

De bloemenwinkels van Melishoek en Snijder hebben globaal dezelfde positionering. Melishoek: “We gaan voor omzetsnel-

heid, maar met een goede productkwaliteit. Mensen willen hier waar voor hun geld. Geen drie bloemen in een hippe verpakking voor heel veel geld. Daar zijn noordelingen te nuchter voor. We kiezen in onze winkels wel voor een mooie, trendy inrichting. We zijn echte bloemisten, die echt bloemwerk maken. Daarvoor hebben we de mensen in dienst. Wij willen omzet creëren en dat lukt alleen met goede mensen om je heen. Onze gezamenlijke inkoop helpt ons aan extra winst. Als je elke dag op de tribune zit en je hebt er de omzet voor, kun je in de veiling geld verdienen. Natuurlijk is de handel door de crisis moeilijker geworden. Wij handhaven ons omdat de prijs in ons segment niet het grootste beletsel is en omdat wij scherp kunnen inkopen. Ik geloof heilig in deze samenwerking. Wij houden er geld aan over. Je moet alleen niet bang zijn om jezelf bloot te geven en dingen over je bedrijf te vertellen. Maar waarom zou je daar bang voor zijn?”



Als de jury zegt dat je kwaliteit goed is, weet je net weer wat meer

Tijdens de vorige maand gehouden International Horti Fair won de Westlandse hortensiakweker Geert van Santen de Interpolis Quality Cup. Verzekeraar Interpolis stelt die prijs jaarlijks beschikbaar voor de beste teeltprestatie in de VKC-keuring op de Horti Fair. Dat was dit jaar *Hydrangea macrophylla* 'Pimpernel Classic'.

In 2009 schakelde Geert van Santen met zijn 11.500 m² grote bedrijf over van tomaten naar *Hydrangea*. “Voor de tomatenteelt was mijn bedrijf niet groot genoeg meer. Groeien lag niet voor de hand omdat er op dat moment geen opvolgers in beeld waren en stoppen wilde ik ook nog niet. Een meer gespecialiseerde en bovendien energiearme teelt was het antwoord: *Hydrangea*.”

Kijken hoe ze mijn product beoordelen

Als tomatenteler deed Van Santen nooit mee aan VKC-keuringen. In zijn eerste jaar als bloementeler ook nog niet. “Ik voelde me nog niet goed genoeg. Dit jaar vroegen ze me weer. Bij de Nationale Zomerbloemententoonstelling in Naaldwijk en het FloraHolland Bloemenfestival in Noordwijk viel ik in de prijzen. Dus heb ik ook maar meegedaan in Amsterdam en dat is best leuk uitgekapt. Ik doe mee omdat ik wil weten waar mijn

product staat vergeleken met dat van anderen. Leuk als ze binnen mijn studieclub zeggen dat mijn kwaliteit goed is. Maar als een VKC-jury dat zegt, weet je net even meer. We draaien dit seizoen aan de klok in Naaldwijk en Rijnsburg goed mee, maar deze prijs is dan net dat stukje extra waardering.

Nagedacht over wat ik met de Interpolis Quality Cup ga doen, heb ik nog niet. De beker krijgt een mooi plekje in de kantine, maar veel meer kan ik op dit moment niet bedenken. Het is twee weken in het klokfront vermeld aan het eind van het nu bijna afgesloten seizoen. Veel meer zichtbare publiciteit valt er niet te bedenken. Wij voeren ons product nu eenmaal niet in hoezen aan.”

Kwaliteitsteler

Van Santen richt zich op de bovenkant van de markt. “Onze planten staan in emmers, voorzien van druppelaars. Gieten luistert

erg nauw. Je giet ze gauwer van de wortel dan aan de wortel. In het groeiseizoen snoeien we constant de mindere takken weg zodat de plant al zijn groeikracht op de beste takken richt.

We proberen biologisch te telen. Best lastig als je spint, luis en het wit de baas wilt blijven. Doordat we goed spotten en scouten hoeven we slechts een enkele keer per jaar chemisch te corrigeren. Oogsten is op zich niet zo lastig. Zolang je maar zorgt dat goede bloemen ruimte houden en je niet meer dan één of twee takken tegelijk van een plant haalt. Want wat je oogst heeft zijn invloed op het wortelgestel en dan kan het gebeuren dat je bij het gieten de ene plant verzuipt, terwijl de andere staat te verdrogen. Ten slotte het sorteren. We sorteren op lengte en op diameter. Dat is veel werk, maar je verdient je goede naam door goed te sorteren.”

Lennart van den Berg: “Wat wij doen, doen wij in volume”

Gerberakwekerij Leo v.d. Berg uit Berkel en Rodenrijs zit al veertig jaar in de gerbera's. Zij leveren een smal assortiment in groot volume. Hun klanten zijn in hoofdzaak exporteurs, supermarkten en bloemisten.



Lennart van den Berg.



Het bedrijf verhuisde veertig jaar geleden vanuit Poeldijk in het Westland naar de Kleihoogt in Berkel en Rodenrijs. Lennart van den Berg: “Mijn vader, Leo van den Berg, wilde vooruit en dus wilde hij uitbreiden. De ruimte in het Westland was beperkt. Daarom bouwde hij een bedrijf van een hectare op de Kleihoogt, toen een enorm oppervlak. Inmiddels beslaat het bedrijf vijf hectare. Vier jaar geleden namen we ook het bedrijf van de buurman over. Toen kwam ook Richard Vijverberg er als ondernemer bij.” De V.O.F. bestaat nu uit vader Leo van den Berg, zoon Lennart van den Berg en Richard Vijverberg. Naast zeven vaste medewerkers, werken er ook de nodige uitzendkrachten. Van den Berg: “Hoeveel dat er zijn, hangt van het werkaanbod af. In de zomer lopen hier soms wel vijftien uitzendkrachten rond.”

Voorloper

In het kassencomplex aan de Kleihoogt werden jaarrond gerbera's geproduceerd. Van den Berg: “Mijn opa was zelfs een van de voorlopers in de gerberateelt.” Het streven van de ondernemer is om binnen tien jaar te groeien naar een oppervlakte van tien hectare. “Het kan dus zijn dat we in de komende jaren ergens anders gaan beginnen. Maar dan wel met de nieuwste technieken. Dat hoort bij het ondernemen. Ondernemen is voor mij trouwens het

mooiste wat er is. Het moet je wel in het bloed zitten. Je moet er ook staan als er 's nachts een machine in storing gaat.”

Smal assortiment, grote volumes

De gerberatelers uit Berkel en Rodenrijs richten zich met hun producten voornamelijk op exportbedrijven en supermarkten. Van den Berg: “Wij telen twaalf soorten. Dat is niet heel veel. Wat we doen, doen wij in volume. Maar we letten wel degelijk ook op kwaliteit. We selecteren streng voordat het product bij ons de deur uitgaat. Ook zetten we proefvakken neer met nieuwe soorten. Die vakken hebben we om te zien hoe bepaalde rassen groeien. Of ze niet of juist wel snel beschadigen en of de houdbaarheid goed is. We moeten in Nederland kwaliteit blijven kweken. Alleen daarmee kunnen we ons onderscheiden en de concurrentie aangaan met producten uit importlanden.”

Veiling

Van den Berg zet zijn producten voornamelijk af via de veilingen in Rijnsburg, Aalsmeer en Bleiswijk. Van den Berg: “FloraHolland Rijnsburg is onze hoofdveiling. We staan met ons product vijf dagen per week voor de klok. Maar ook FloraHolland Connect verkoopt onze bloemen. Van den Berg ziet de klok als een prijzenmaker. De virtualisering maakt het

voor hem lastiger om zijn klanten op de veiling te spreken. Veel van mijn klanten kopen op afstand (KOA). Die klanten tref ik dus niet meer op de tribune. Dat mis ik wel een beetje. Het echte contact maken wordt door het virtueel inkopen een stuk lastiger.”

Gerberakwekerij Leo van den Berg stond begin november met een eigen stand op de FloraHolland Trade Fair in Aalsmeer. Van den Berg: “Daar staan wij vooral voor de klantenbinding. Een goede communicatie met je klanten is belangrijk en op de FloraHolland Trade Fair kom ik mijn klanten tegen.”





Fons Verheijen.

Werken aan een beter assortiment zomerbloemen

Soms verdwijnen er bijna ongemerkt cultivars uit het aanbod, vooral bij zomerbloemen. Omdat er veel soorten zomerbloemen zijn, zijn de aangevoerde aantallen per cultivar zo klein dat veredelen niet altijd rendabel is. Dus komt de broodnodige productvernieuwing onvoldoende tot stand.

Gelukkig zijn er wel veredelaars van zomerbloemen actief.

Verheijen Breeding bijvoorbeeld. Het in Wieringerwerf gevestigde bedrijf introduceerde vorig jaar een nieuwe

Lysimachia, die nu al zeer succesvol lijkt. FloraHolland Magazine sprak met Fons Verheijen.

“Wij veredelen in snijheesters en in vaste planten voor de snijcultuur”, vertelt Verheijen. “We zijn dus betrokken bij een groot deel van het veilingaanbod van zomerbloemen. Vroeger veredelden we in tulpen, lelies, gladiolen en pootaardappelen, nu in zomerbloeiërs. Veredelen is een kwestie van weggooien, totdat je het ras vindt dat aan alle denkbare eisen voldoet. Pas als je dat hebt, kun je royalty’s innen en de vruchten van je werk plukken. Het is innovatie en innovatie begint altijd met investeren. Daarom ben ik blij met de afspraken tussen de veredelaars en FloraHolland over het aanpakken van illegaal vermeerderde producten. Die zekerheid kun je als veredelaar niet missen.”

Terug in de race

Dat je als veredelaar over een lange adem moet beschikken, bewijst het voorbeeld van de nieuwe Lysimachia ‘Elisabeth’. Verheijen: “De eerste kruising waaruit dit ras uiteindelijk voortkwam, stamt al uit

1994. Sindsdien hebben we het ras alleen maar verbeterd. De kruising viel ons op door haar rechtopstaande, lange veren en haar sterke, hardgroene blad. We hadden ‘Elisabeth’ graag eerder geïntroduceerd. De markt vroeg daar om. Jaarlijks daalde de aanvoer van Lysimachia. Het uitgangsmateriaal leek terug te lopen in kwaliteit. Met Lysimachia ‘Elisabeth’ lijkt het product terug in de race, ook al omdat het ras nauwelijks gevoelig is voor plagen zoals spint en meeldauw. Omdat er vraag uit de markt ontstond, hebben we Lysimachia ‘Elisabeth’ eind vorig jaar versneld geïntroduceerd. Voor volgend jaar zijn nog grotere aantallen planten verkocht. We werken aan nieuwe, betere lysimachiasoorten in andere kleuren voor de snij- en potcultuur.

We hebben ‘Elisabeth’ bij een aantal kopers gepresenteerd en bij een regionale supermarktorganisatie getest. Iedereen vond het mooi. Zo deden we ook gelijk aan promotie. Verder veilt elke teler ‘Elisabeth’ met een speciale productposter.”

Andere producten

Handelskwekerij Verheijen is ook met andere bloemsoorten actief, onder meer met Hypericum en Physalis (voor de snij en op pot). “Ik probeer te veredelen vanuit een praktische, product- en marktgerichte insteek”, zegt Verheijen. “Je zoekt niet alleen verbeteringen op het bestaande, de markt moet die nieuwigheden ook nog eens willen hebben. Dus doen we op onze manier ook aan marktonderzoek. Ik zie de toekomst van de zomerbloementeel positief in, ook in Nederland. Wij kunnen daar als veredelaar aan bijdragen. De markt voor deze productgroep is enorm groot en verbeteringen in het assortiment kunnen juist de Nederlandse zomerbloementeler helpen zijn positie te behouden. Neem Lysimachia maar weer als voorbeeld. Dat is een koudebehoefte plant. Zulke gewassen zijn hier goed te telen en dat houdt onze zomerbloementeel sterk.”



Altijd gaan voor wat je in je kop hebt

Arno Driessen (links) en Henry Lobles

Wat doe je als jouw werknemer door een te strakke toepassing van de wet zijn werk niet meer kan doen? Voor directeur Arno Driessen van sierteeltvervoerder Selman Transporten uit Huissen werd die vraag actueel toen zijn chauffeur Henry Lobles als gevolg van diabetes een oogaandoening kreeg. Hoewel die aandoening goed behandelbaar was, kon Lobles zijn rijbewijs niet meer verlengen. Driessen en Lobles gingen in beroep tegen de beslissing van het Centraal Bureau Rijvaardigheidsbewijzen (CBR).

“Lobles is al ruim twintig jaar chauffeur bij ons”, vertelt Driessen. “Hij moest daarmee stoppen omdat mensen met een door diabetes veroorzaakte oogaandoening volgens de Nederlandse wet hun rijbewijs niet meer kunnen verlengen. Terwijl daarvoor geen medische noodzaak was en ook de verkeersveiligheid totaal niet in het geding was. Dus moest ik hem vervangend werk aanbieden op grond van de Wet Poortwachter. Maar ik vond deze gang van zaken zo onrechtvaardig dat we een rechtszaak aanspanden.”

Europese regels en Nederlandse interpretaties

Veel Nederlandse wetgeving is gebaseerd op Europese regelgeving. Driessen: “Op dit punt schrijven Europese regels voor dat een vrachtwagenrijbewijs niet wordt verlengd als er sprake is van een ernstige oogaandoening als gevolg van diabetes. Maar de Nederlandse wet laat de toevoeging ‘ernstig’ weg. Dus kon Lobles zijn vrachtwagenrijbewijs niet laten verlengen. Terwijl andere lidstaten van de Europese Unie deze regel ruimer hanteren. Mede omdat we de zaak goed hadden voorbereid, stelde de rechtbank in Zutphen ons in het gelijk. Vervolgens ging het CBR in beroep bij de Raad van State. Die heeft de zaak serieus aangepakt. De uitspraak was dat op grond van de geldende Nederlandse wet het vrachtwagenrijbewijs van Lobles niet zou mogen worden verlengd. Maar omdat inmiddels bekend was geworden dat de ruimere opvattingen uit de Europese in de Nederlandse wet zouden worden opgenomen, kreeg hij die verlenging uiteindelijk toch. Nu zit hij weer op de

vrachtwagen en daar zijn we heel blij mee.

Zelf heeft deze zaak me geleerd, dat je moet gaan voor wat je in je kop hebt. Het heeft ons 20.000 euro gekost, maar zeker in een geval als dit zijn mensen belangrijker dan geld. Henry Lobles wil werken voor zijn gezin en kon dat niet meer omdat de wet te strak werd toegepast. Ik beschouwde het als goed werkgeverschap om daar wat aan te doen. Daarom is dit eigenlijk ons mooiste bedrijfsresultaat van 2010.”

De aanhouder wint

.....
 Chauffeur zijn is voor Henry Lobles zijn lust en zijn leven. Totdat hij door gezondheidsproblemen plotseling zijn vrachtwagenrijbewijs niet kon verlengen. “De klap kwam hard aan”, zegt Lobles. “Gelukkig wilde Arno Driessen mij niet kwijt. In de periode dat ik niet kon rijden, kon ik blijven werken met het laden en lossen van auto’s. Maar toen ik in augustus weer achter het stuur mocht stappen, was dat een geweldig gevoel. Ik geniet er enorm van. De ervaring heeft me sterker gemaakt. Ik heb geleerd dat de aanhouder wint. Een ziekte hoeft niet altijd te betekenen dat je dingen niet meer kunt. Dankzij mijn werkgever heb ik kunnen doorvechten en dat geeft een goed gevoel.”

Chamelaucium oftewel waxflower valt in de categorie van de zogenaamde 'exoten'. Dit product wordt dan ook niet in Nederland geteeld. De eerste kweker van waxflower in Israël is nog steeds volop in bedrijf met dit product. Op de Nakash Farm worden zo'n twintig verschillende variëteiten waxflower geteeld.

“Alleen met de beste kwaliteit, een goed vaasleven en de juiste volumes de markt op”



Dror Nakash.



De waxflower, van oorsprong een Australische woestijnbloem, werd in 1973 voor het eerst in Israël op Nakash Farm geteeld door de ouders van Dror Nakash. “Zij zijn in 1966 van start gegaan met het bedrijf met de teelt van groenten en fruit. Toen de waxflower daar in 1973 bij kwam, is dat langzaam maar zeker onze specialiteit geworden”, blikt Dror Nakash terug. “Tot op de dag van vandaag helpt mijn vader nog mee op het bedrijf.” Het bedrijf van Nakash is gevestigd in het zuiden van Israël waar het klimaat uitstekend is voor deze teelt. Nakash: “De ondergrond en temperatuur zijn hier prima. Hete zomers, maar ook milde winters. Er valt gemiddeld 350 millimeter regen per jaar, maar de laatste twee jaar hebben we dat echt niet gehaald. Dat is een groot probleem. Ik hoop dat dit de komende tijd verbetert.”

Seizoenstart

Een paar weken geleden heeft Nakash de eerste waxflower van dit seizoen naar Nederland geëxporteerd. “Ik ben tevreden over de start van het seizoen. Er was nog niet zo heel veel aanvoer en ik kreeg een goede prijs. Ook is het even afwachten wat de euro gaat doen. Een sterkere euro betekent: meer Shekels.” De waxflower wordt gesneden van een vaste plant en bloeit in de Israëlische winter. Nakash: “In oktober beginnen we met de vroegste

bloemen. Rond mei zit het seizoen er weer op. We telen zo’n twintig verschillende variëteiten waarvan verreweg het meeste naar Nederland wordt geëxporteerd. Ook gaat een deel van de productie rechtstreeks naar de Engelse markt.” Nakash Farm is gevestigd op een mooi glooiend stuk landschap. Als er volop wordt geoogst, dan zijn er ongeveer dertig mensen aan het werk op het bedrijf.

Elkaar helpen

Nakash schat in dat er in Israël tussen de dertig en veertig kwekers met waxflower zijn. “De meesten van hen ken ik. We komen regelmatig bij elkaar, in ieder geval aan het eind van het seizoen. We proberen elkaar ook te helpen waar dat kan. Ik ben van mening dat je, als je samen een kwaliteitsproduct kunt leveren, sterker staat dan wanneer er een paar uitblinkers zijn en de rest producten levert van mindere kwaliteit.” Nakash is ook lid van de waxflower-commissie. “Er is de afgelopen tien jaar nogal wat gebeurd in de Nederlandse veilingwereld. Waar ik me zorgen om maak, is dat er geen concurrentie meer is tussen veilingen. Met FloraHolland is er regelmatig contact over de productspecificaties, bijvoorbeeld in welke fase de opening van de bloemen is (rijpheidsstadium). Dat wordt nog te vaak veranderd op de veiling en dat kost ons dus geld.”

Optimistisch

Niet alleen in ‘veilingland’ is veel veranderd. Nakash: “Ook als ik zelf terugkijk dan is het heel anders dan pakweg twintig jaar geleden. Toen was het een kwestie van water geven, oogsten en exporteren. Nu kun je echt alleen met bloemen van de beste kwaliteit, een goed vaasleven en de juiste volumes de markt op.” Nakash is altijd op zoek naar nieuwe waxflower-variëteiten. “In Israël zijn drie veredelaars actief met dit product. Zo nu en dan probeer ik op het bedrijf ook wel eens iets nieuws uit, maar het blijft lastig om echt een nieuw topproduct te vinden. Ik ben al heel tevreden met drie of vier redelijk nieuwe cultivars in mijn assortiment.” Nakash ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet. “Maar dat komt omdat ik een optimistisch mens ben”, lacht de kweker. “Je kunt echt niet voorspellen hoe het gaat uitpakken in factoren waar ik zelf geen invloed op heb, zoals beslissingen van onze overheid, de hoeveelheid regen, de economie in Europa en de prijs van de euro. Maar optimistisch blijf ik wel.”

Cumulatief omzetoverzicht t/m week 46

Klok	Omzet (x 1.000 euro)	Omzet mutatie	Verkocht (x 1.000 stuks)	Verkocht mutatie	Gem. prijs 2010	Gem. prijs 2009
Snijbloemen	1.737.051	10,9%	7.860.436	-1,4%	0,22	0,20
Kamerplanten	416.325	-1,5%	363.234	-0,6%	1,15	1,16
Tuinplanten	128.819	-0,4%	189.213	-0,8%	0,68	0,68
Klok	2.282.195	7,7%	8.412.883	-1,4%	0,27	0,25

FloraHolland Connect	Omzet (x 1.000 euro)	Omzet mutatie	Verkocht (x 1.000 stuks)	Verkocht mutatie	Gem. prijs 2010	Gem. prijs 2009
Snijbloemen	376.425	24,2%	2.150.235	20,5%	0,18	0,17
Kamerplanten	878.077	11,9%	479.671	9,4%	1,83	1,79
Tuinplanten	214.294	13,1%	193.113	5,6%	1,11	1,04
Connect	1.468.795	15,0%	2.823.018	17,4%	0,52	0,53

Totaal	Omzet (x 1.000 euro)	Omzet mutatie	Verkocht (x 1.000 stuks)	Verkocht mutatie	Gem. prijs 2010	Gem. prijs 2009
Snijbloemen	2.113.475	13,1%	10.010.671	2,6%	0,21	0,19
Kamerplanten	1.294.402	7,2%	842.904	4,9%	1,54	1,50
Tuinplanten	343.113	7,6%	382.326	2,3%	0,90	0,85
Totaal	3.750.990	10,5%	11.235.900	2,7%	0,33	0,31

Wijziging kwaliteitsgroepen planten

Om de indeling beter te laten aansluiten bij de praktijk en de uitvoering binnen FloraHolland te uniformeren, verandert de kwaliteitsgroepenindeling bij planten op 1 december 2010. In de Algemene Specificaties Kamerplanten en Tuinplanten staat hoe de indeling voor A1, A2 en B1 is geregeld.

Door verregaande bedrijfsautomatisering kunnen aanvoerders steeds beter sorteren op afwijkingen per plant en licht afwijkende planten uitsorteren. Omdat alle planten goed zijn, verhoogt dit de kwaliteit van de overblijvende A1. Wel blijven er uitgesorteerde planten over. Als de keurcode daarvan begint met 1, 2, 3, 4, 5 of 9 mogen ze volgens de huidige specificaties niet worden verhandeld. Daarom worden partijen waarvan alle planten rijp zijn, bladschade, knopval of kromme takken hebben, nu geveild met de opmerking:

enkele rijp, knopval, bladschade of kromme tak. Die keurcode 'enkele bladschade' wekt de indruk dat slechts enkele planten in de partij bladschade hebben, terwijl dit voor alle planten geldt. Daarom worden de eisen voor de kwaliteitsgroep B1 nu aangepast. De eisen voor A1 en A2 veranderen niet. Ook de indeling van keurcodes in kwaliteitsgroepen blijft voor kamer- en tuinplanten gelijk.

Voortaan kunnen partijen met twee even keurcodes of met een oneven keurcode als B1 worden aangevoerd. Uitzondering hierop blijven de keurcodes beginnend met een 3 (wortelgebreken) of een 6 (ziekten).

Ook zijn de IT-systemen die de kwaliteitsgroepenindeling aansturen geüniformeerd. Voortaan worden partijen planten op alle veilingen uniform ingedeeld op kwaliteitsgroep. Dankzij deze verandering sluit de bij afwijkende partijen gevoegde kwaliteitsinformatie beter aan bij de werkelijkheid. Als alle planten afwijken, is het beter dit te vermelden. Dat leidt niet tot een grotere voer van 'rommel', maar wel tot betere informatie richting kopers. De nieuwe regeling staat in de Algemene Specificaties Kamer- en Tuinplanten op www.vbn.nl. Neem voor meer informatie contact op met een van de kwaliteitsadviseurs planten of met de Kwaliteitsdienst op de veiling waar u aanvoert.



Advertentiepagina

Advertentiepagina