

Samen op zoek naar de krenten in de pap

Een nieuwe cultivar brengt risico's met zich mee. Soms is het niet wat het lijkt. Het is dus prettig als er tijdens de introductiefase een handelaar achter het nieuwe product staat. Telers en handelaren aan het woord over deze vorm van samenwerken.

Cindy van der Zwet
cvanderzwet@hortipoint.nl

John Scholtes en Fleura-Metz:

'We denken dat we het weten, maar zitten er soms toch naast'

Chrysantenkweker John Scholtes uit Naaldwijk doet, als het op nieuwe soortjes aankomt, zaken met Fleura-Metz. Al jaren is deze teler fanatiek met het uitproberen van nieuwe cultivars, maar sinds een aantal jaar zoekt hij de samenwerking op met de handel. „Het is een win-winsituatie.”



Links John Scholtes, naast hem Koos van Wijk van Fleura-Metz.

John Scholtes zet exclusief cultivars op voor Fleura-Metz. Het handelsbedrijf heeft in de introductiefase het 'alleenrecht' over de noviteiten. En Scholtes is zeker over de afname. „Een win-winsituatie”, noemt hij het dan ook.

Vorig jaar stopte de teller bij zes noviteiten. Een daarvan was Saba en daar gaat Scholtes dit jaar mee verder. „We zoeken altijd naar het ultieme soort en Saba ging vorig jaar goed. We zaten altijd in de Zembra, maar we gaan nu switchen.”

Samen met Koos van Wijk, inkoper bij Fleura, bezoekt hij de bloeiproeven bij veredelaars en samen vissen zij er een aantal nieuwe soortjes uit. Scholtes zet er honderd stekjes van neer en Van Wijk koppelt de resultaten terug. Die korte lijnen vindt de teler prettig. „Je krijgt nu gelijk informatie vanuit de markt en op basis van deze geluiden kun je beslissen of je nog meer van het soort zet of niet.” Het valt de teler op dat hun mening niet altijd overeenkomt met die van de consument. „Iets wat wij heel mooi vinden, kan Koos soms toch niet kwijt. We denken wel dat we het weten, maar we zitten er heus wel eens naast”, zegt Scholtes.

Niet alles is een succes. Het kan zijn dat de consument het niet oppakt, maar zo kan ook de houdbaarheid een manco zijn. Daarnaast kan een soortje op de kwekerij wel eens tegenvallen. Bijvoorbeeld doordat het te traag is of juist veel remstof nodig heeft. „Samen kijken we ernaar en nemen we een beslissing. Het is een voordeel dat Scholtes een kleinere kwekerij heeft. Hij zit er bovenop”, vindt Van Wijk.

Misstap durven incalculeren

Als een soort niet lekker loopt, neemt de handelaar het wel af. „Je zit er dan een aantal weken aan vast,

maar een misstap moet je in durven calculeren. Ik raak ze wel kwijt. Dat wij nieuwe soorten onze klanten kunnen aanbieden, weegt voor ons zwaarder dan een misser. Onze klanten zijn altijd op zoek naar nieuwigheden en ze verwachten van ons dat wij dit aanbieden”, legt Van Wijk uit. Wat dat betreft vindt de inkoper het jammer dat er de laatste jaren minder noviteiten op de markt verschijnen. Het risico ervan durven veel telers niet te nemen. Fleura-Metz werkt op dit vlak dan ook steeds vaker samen met telers. Voor de klok vindt Scholtes het niet ideaal om een soort te introduceren. Zeker in het verleden niet. Toen werden eerst de grote partijen geveild en de nieuwe soortjes werden achteraan geveild. Niet alle inkopers werden dan bereikt. „Grote kopers die waren dan al van de tribune. Die veilmethode is gelukkig nu niet meer aan de orde. Nu is het veilsysteem eerlijker”, zegt Scholtes. Chrysanten worden bij FloraHolland nu op kleur geveild.

Eerlijk of niet: Scholtes blijft trouw aan Metz-Fleura. Hij krijgt naar eigen zeggen een goede prijs voor zijn chrysanten en samen kunnen ze een betere beslissing nemen of iets geschikt is voor de markt of niet. In het geval van Saba is de beslissing genomen. Dit jaar heeft de chrysantenteler daar fors meer aantallen van staan, die hij nu gaat veilen. Daarmee komt het soort beschikbaar voor het grotere publiek. <

Plantcompany en Waterdrinker:

'Samen maken we de slagingskans groter'

Ed Stofbergen van Plantcompany in Bergschenhoek werkt met het in de markt zetten van bromelia's nauw samen met Waterdrinker. Het initiatief kwam bij de groothandel vandaan. „Wij nemen in het begin alle aantallen af. Afspraak is afspraak.”

Waterdrinker is voortdurend op zoek naar de krenten in de pap. „Bloemisten willen zich onderscheiden van de super- en bouwmarkten en zijn op zoek naar exclusieve of nieuwe producten”, legt Ed Mol uit. Waterdrinker streeft naar productleiderschap en heeft contact met diverse veredelaars. Via hen kwam Mol uiteindelijk bij Stofbergen terecht. De bromeliateler zet met regelmaat nieuwe soortjes op en zet dit in het begin exclusief af bij Waterdrinker. Beide partijen hebben voordeel bij deze samenwerking. Zo heeft Waterdrinker exclusief de beschikking over nieuwe producten en Stofbergen loopt bij het introduceren van nieuwe soorten minder risico, omdat er deze exportgroothandel achter het nieuwe product staat. Hij krijgt terugkoppeling over de noviteit en kan op basis van die informatie besluiten om met een nieuwe soort door te gaan of niet. „Feedback uit de markt is prettig, want als teler heb je nooit de zekerheid of een nieuw product aansluit. Als je samen met de handelaar dit traject ingaat, is er een grotere kans van slagen. Zij weten beter wat er bij klanten leeft en dat hoor je als teler nu”, geeft Stofbergen aan.

Afspraak is afspraak

Stofbergen en Waterdrinker bezoeken samen veredelaars en bekijken welk soort geschikt is om op te zetten. Er vindt overleg plaats over aantallen, potmaten, periodes, et cetera. Soms verschillen de inzichten. Uit ervaring dacht Stofbergen dat bladvriesea's in een kleine potmaat minder goed zouden aanslaan, omdat de bladtekening dan minder tot zijn recht komt. Hetzelfde gold voor bladvriesea's in een grote potmaat, 26 cm. De teler dacht dat het te duur werd om te telen en dat daardoor de uiteindelijke verkoopprijs te hoog zou zijn. „Er is zeker markt voor vergeten producten of wat duurdere planten, mits je het maar klein in de markt zet. Er zijn maar weinig nieuwe producten waar direct een grote markt voor is”, vindt Mol. Met de introductie gaat het om kleine aantallen, zo'n 1.000 stuks. Stofbergen maakt met Waterdrinker de afspraak dat zij alle aantallen in het begin afneemt. Ook als het product niet wordt opgepakt in de cash-and-carry. „We spreken een indicatie-

prijs af en daar houden we ons aan. Afspraak is afspraak”, geeft Mol aan.

Aantallen opschroeven

Het kan gebeuren dat een noviteit op de kwekerij niet goed uitpakt, in dat geval wordt er weer mee gestopt. Soms slaat een product aan en dan schroeft Stofbergen de aantallen op. In zo'n geval zet hij de planten ook af via een andere exporteur. Met de bladvriesea's gaat dat nu gebeuren. Mol: „Natuurlijk houd je een product het liefst zo lang mogelijk voor jezelf, maar als het een succes is, houd je het niet tegen. Ook de veredelaar wil er dan mee door.”

Stofbergen vindt de intensieve samenwerking met de handel ideaal. Op deze manier kunnen noviteiten getest worden, blijven de nichemarkten beïndend en wordt het niet zo snel een eenheidsworst in Nederland. „Zonder Waterdrinker hadden we ook nieuwe soorten neergezet, maar door de samenwerking zijn alle partijen zekerder en durf je de stap sneller te nemen”, geeft hij aan. Rechtstreekse afzet is volgens Stofbergen een must. Met het voor de klok brengen van nieuwe soorten heeft de teler geen goede ervaringen. „Wat de boer niet kent, dat vreet hij niet”, zegt hij hierover.

Mol merkt op de laatste jaren steeds vaker met kwekers samen te werken. Telers zijn volgens hem zoekende. De samenwerking tussen veredelaar, handelaar en teler is wat hem betreft de toekomst. <

Ed Stofbergen (links) en Ed Mol van Waterdrinker.

