

GROW

nr. 1
januari 2021
Het relatieblad
van **Royal FloraHolland**

Connect to grow:
door samenwerking
kom je verder

Hoofdról voor
Landelijk Veilen

**“Volledig digitaal
werken geeft
een kweker rust”**

Leo Olsthoorn,
eigenaar Olsthoorn Automatisering



Royal
Flora
Holland

Laat maar komen die lente!

Samenwerken

Wat betekent Connect to grow voor de sierteeltsector?

p 10-13

Ambitie

Landelijk Veilen heeft de hoofdrol in 2021

p 14-17

Duurzame sierteelt

“Heb je een milieucertificaat, dan heb je een streepje voor”

p 18-19

Perspectieven

100% Digitaal nadert de finish

p 22-25

De toekomst

Floriway: mogelijkheden voor maatwerk

p 26-29

We tellen af naar het voorjaar. Dat de tulp en narcis typische lentebloemen zijn, weet iedereen. Een andere favoriet van het seizoen is de iris. In haar kleurenpalet heeft ze kleuren die andere bloemen niet vertonen.

Een mysterieus trio van bloembladeren in bijzondere kleuren, zo kunnen we de iris wel omschrijven. De bloem heeft een roemrijk verleden: in Egyptische piramiden zijn schilderijen van de bloem te vinden, die volgens wetenschappers stammen uit 1500 voor Christus en ze stond regelmatig model voor schilder Vincent van Gogh.

De iris is vernoemd naar de godin Iris, in de Griekse mythologie de godin van de regenboog. De bloem komt namelijk in bijna alle kleuren van de regenboog voor. Maar de iris is vooral bekend om haar vele mooie blauwtinten, een kleur die we bij snijbloemen niet zo vaak zien. De bloem heeft drie bloembladen. Die klappen volledig open zodat we in haar hart kunnen kijken. De godin iris was in de Griekse mythologie een boodschapper tussen goden en mensen. Geef je iemand een boeket irissen, dan betekent dat ‘Ik heb een boodschap voor jou’.

Een vers jaar met nieuwe kansen

We kijken terug op een uitdagend jaar door corona, en vooral vooruit naar een vers jaar waarin weer nieuwe kansen liggen voor groei. Samen met u blijven we de sierteeltketen optimaliseren, waarbij wij stap voor stap bestellen, betalen én bezorgen mogelijk maken en u zich kunt richten op uw business. U leest er alles over in deze GROW. Veel leesplezier en een succesvol jaar gewenst!

De visie van Steven Mag ik u van dienst zijn

Duurzame sierteelt

Perspectieven

Trends

Agenda en colofon

4

6

20

22

30

31

Optimale prijsvorming blijft ons doel

Corona is in 2020 van grote invloed geweest op de sierteelt. De sector heeft niet stil gezeten en maakt een bijzonder fundamentele transitie door. GROW kijkt met Steven van Schilfgaarde een klein beetje terug, maar vooral vooruit.

2020 is voor velen het jaar van corona. Maar het is toch ook het jaar dat de strategie van Royal FloraHolland verder werd uitgerold?

“Onze sector heeft zich vorig jaar van zijn allerbeste kant laten zien. Ik ben dan ook enorm trots op de enorme veerkracht die de sector heeft getoond. Iedere kweker of handelaar heeft de crisis anders beleefd aangezien het voor elke ondernemer anders was. De coronacrisis maakt heel duidelijk dat de wereld om ons heen verandert. Trends die we al zagen, zetten in rap tempo door. De sector digitaliseert

en internationaliseert. We zien steeds meer consolidatie, niet alleen in de handel, maar ook aan de productiekant. We zien daarnaast dat de vraag naar duurzame producten toeneemt. Met onze strategie, die al in de steigers stond, spelen we daarop in. In 2020 konden we doorpakken, omdat we er aan het begin van de crisis gelukkig financieel goed voor stonden.”

Noodzaak

“We ontwikkelen onze fysieke marktplaats tot een digitaal B2B-platform waar klanten zowel via de klok als direct kunnen handelen. En via dit platform maken we nieuwe vormen van dienstverlening mogelijk. Ik ben ervan overtuigd dat dit de juiste koers is. Toch blijf ik vragen krijgen of dit nu wel zo nodig moet en of het allemaal wel zo snel moet. Sommige kwekers vragen mij op de man af of zij hier nu wel beter van worden. Mijn antwoord is een volmondig ‘ja’. Om digitalisering kunnen we niet meer heen. Ik ben ervan overtuigd dat het beter is om als kwekers en kopers samen een eigen platform voor de sierteelt te ontwikkelen, in plaats van dit over te laten aan andere partijen binnen of buiten de sierteeltmarkt. Floriday zorgt ervoor dat we met elkaar de meest krachtige marktplaats in stand houden. We bundelen vraag en aanbod op één plek. Dit zorgt voor optimale prijsvorming. Dat is waarom onze coöperatie ooit is opgericht en dat blijft ons doel. Straks bieden we via ons platform nieuwe diensten waar iedere kweker en koper zijn



“De coronacrisis maakt heel duidelijk dat de wereld om ons heen verandert”

voordeel mee kan doen. Of je nu groot of klein bent, lokaal of internationaal handelt, het maakt niet uit. Door te doen waar wij goed in zijn - het faciliteren van bestellen, betalen én bezorgen - kunnen onze klanten zich richten op waar zij goed in zijn. Zo optimaliseren we samen de totale sierteeltketen en blijven we samen sterk en krachtig.”

Toekomstbestendige sierteelt

“Om dit mogelijk te maken, moeten we onze voet niet van het gaspedaal halen. 100% Digitaal is bijna voor iedereen nu zo ver. Onze prioriteit voor dit jaar is Landelijk Veilen met slimme logistiek. Dat is mogelijk dankzij onze joint venture Floriway. Ook is

het inmiddels mogelijk voor internationale klanten om in Floriday in dollars te betalen. En op het gebied van milieucertificering zetten kwekers dit jaar ook een grote stap. Ik realiseer me dat dit consequenties heeft voor de bedrijfsvoering op de tuin en bij onze kopers. Voor de één is het beter te doen dan voor de ander, maar makkelijk is het nooit. Gelukkig hoeft niemand het alleen te doen. Mijn wens is dat we elkaar helpen om ons gezamenlijke doel te bereiken: een toekomstbestendige sierteeltsector. Ik roep iedereen op om mee te doen, want samen zijn we slimmer en beter. En uiteindelijk kunnen we met elkaar meer doen voor minder kosten dan ieder voor zich.” ➔

Veilingsfeer blijft behouden bij beeldveilen

Met levensgrote foto's van bloemen- en plantenkarren in de afmijnzaal trapte Eelde op 21 september af met beeldveilen. Locatiemanager Thomas Bugel: “Met beeldveilen en het tonen van de foto's behouden we de beleving van het fysieke veilen, zodat Eelde voor iedereen aantrekkelijk blijft. Tegelijkertijd kunnen we de modernste veilmethoden toepassen én de locatie toekomstbestendig maken. Zo hopen we uiteindelijk zowel onze klanten als onze locatie te laten groeien.”

Wie zijn producten nog vanaf de tribune inkoopt, beleeft met de speciaal gemaakte fotostraat nog steeds het fysieke veilen. Dankzij de nauwe samenwerking met klanten ontwikkelde Royal FloraHolland deze moderne faciliteit, die ook Kopen op Afstand (KOA) versterkt. Want de koper die met de KOA-applicatie vanaf een andere plek dan de tribune inkoopt, doet dat nu ook aan de hand van kraakheldere foto's via een videostream. In Eelde gaan alle stapelwagens met bloemen en planten bij binnenkomst op de foto in een fotostraat. Deze foto's



“Hoewel ik het aanvankelijk lastig vond om het fysieke veilen los te laten, wil ik nu niet meer anders. Vanuit huis inkopen via de KOA-app geeft elke dag zo veel gemak, ik waardeer het ontzettend dat mijn dagen nu niet meer al om 4.15 uur starten!”

Martin Groen, eigenaar GROEN Bloemsierkunst in Workum, Groenbloem.nl

worden vervolgens tijdens het veilproces levensgroot in de afmijnzaal geprojecteerd. Klanten zien per veilingklok de huidige kar die geveild wordt en de eerstvolgende kar. Thomas: “Groeien doe je door continu te kijken hoe je dingen kunt verbeteren. Zo constateerden wij, maar ook onze klanten, dat de foto's in het begin niet haarscherp waren. Nu we led-laserbeamers inzetten, zijn de foto's stukken beter dan bij aanvang het geval was. Maar we willen ons blijven verbeteren en zijn dus voorlopig nog niet uitontwikkeld.”

Logistiek op maat met orderpicken
De KOA-applicatie maakt het kopers ook makkelijker om flexibel in te kopen. Thomas: “De drempel is nu

lager om op andere dagen ook in te kopen, omdat je niet meer fysiek op de veiling aanwezig hoeft te zijn. Vanaf komend voorjaar kunnen wij ook het vervoer vanaf Eelde tot aan de deur van de koper verzorgen. Dit hebben we de afgelopen maanden al met succes getest bij een aantal klanten.”

Eelde ging in september ook volledig over op orderpicken. Tijdens het beeldveilen lopen logistiek medewerkers met hun scanners langs de karren. Via het online veilsysteem zijn de bestellingen op de scanner zichtbaar, en zo pikken zij alle juiste producten bij elkaar op een kar voor de klant die binnen twee uur wegrijdt. “Dat verliep in het begin niet vlekkeloos. Door constructieve inzet van het

“De fotostraat geeft een realistisch beeld van de bloemen op het huidige moment, dat is echt een aanvulling op de kwekerfoto's in de KOA-app. Ook de ontwikkeling van deze faciliteit verliep soepel en naar alle tevredenheid. De commissie zat snel op één lijn met Thomas en de directie van Royal FloraHolland.”

Jan-Chris Melishoek, inkoper & eigenaar Bloemenboetiek Abutilon, voorzitter klantcommissie Royal FloraHolland & initiator fotostraat



hele team én onze klanten lukte het dagelijks om de snelheid omhoog te schroeven. En nu maken we stappen om de eindtijd structureel op het oude niveau te krijgen.”

Nieuwe diensten, nieuwe kansen
De sierteelt digitaliseert en zo ook Eelde. Thomas: “We digitaliseren de handel en moderniseren onze locatie. Ondertussen blijven we nieuwe diensten ontwikkelen en creëren zo weer nieuwe aantrekkelijke kansen en mogelijkheden voor onze klanten. Tegelijkertijd willen we de sfeer van de veiling behouden: de gezellige, prettige sfeer, het gevoel van collegialiteit. Onze klanten ook fysiek bij ons houden is belangrijk. We hebben daarom plannen om mooie, inspirerende ruimtes te creëren waar kweker en koper elkaar kunnen ontmoeten en waar producten getoond kunnen worden. En zo blijven we zoeken naar allerlei mogelijkheden om kweker en kopers te verbinden.” ←



Internationale plannen met potentie: nieuwe kopers betekent groei

De eerste internationale betaling in dollars is een feit en Citibank is sinds kort onze internationale bank en partner. Wat zijn de vervolgplannen voor internationale groei en de rol voor 'international cash management' daarin? CFO David van Mechelen geeft een update.

"Het ontwikkelen van diensten voor internationaal betalen, noemen we *international cash management*", begint David. "De cash-management-structuur heeft veel voordelen. Het beheer van internationale gelden wordt bijvoorbeeld kostenefficiënter en er zijn minder bankrekeningen nodig. "Het kost tijd en geld, om verschillende bankrekeningen te openen, bij te houden en te controleren.

Daarnaast lopen we minder risico wanneer cash management op een gecentraliseerde manier is georganiseerd. Royal FloraHolland is dan veel minder afhankelijk van lokale banken in andere landen voor betalingen met verschillende valuta."

Na dollar ook andere valuta
"Betaalzekerheid is één van de belangrijkste diensten die we als coöperatie aan onze kwekers kunnen bieden. En juist voor internationale leden kunnen we internationaal handelen in andere valuta nog niet bieden op veel handelsstromen. Daarom is dit één van de eerste diensten die we via Floriday internationaal

beschikbaar maken. De behoefte om internationaal te handelen is groot onder onze internationale leden en internationale kopers. We krijgen vaak signalen dat buitenlandse kopers zich graag bij Royal FloraHolland zouden aansluiten indien we in bepaalde valuta zouden verrekenen. We beginnen met het ondersteunen van betalingen in dollars, eerst voor de handelsroute tussen Kenia en Saudi-Arabië, daarna voor steeds meer handelsroutes, en vervolgens ook in andere valuta."

Kwekers en kopers kunnen makkelijk profiteren van deze internationale transacties.

"Zij hoeven daarvoor alleen de internationale valuta in Floriday te activeren. Maar ik wil benadrukken dat niemand verplicht wordt. Wil je dit niet, prima, dan blijf je betalen of ontvangen in euro's. We gaan de internationale betalingsdiensten zo efficiënt mogelijk inrichten en zorgen ervoor dat de transactiekosten voor gebruikers worden verlaagd ten opzichte van de huidige situatie."

Voorbeeld van 'Connect to grow'

Om internationaal te groeien, werkt Royal FloraHolland sinds kort samen met Citibank, een bank met veel ervaring op het gebied van international cash management en eigen kantoren in veel landen. David: "Hun wereldwijde aanwezigheid biedt voor ons voordelen en was ook een doorslaggevende factor in onze beslissing om met hen in zee te gaan. Het is een zeer professionele partij en ik heb dan ook veel vertrouwen in deze samenwerking."

De eerste stappen op weg naar internationale betalingen zijn dus gezet. Wat betekent dit voor onze kwekers en kopers?

"Onze internationale plannen hebben grote potentie. Met deze internationale dienstverlening gaan wij bestaande kopers en kwekers beter bedienen en nieuwe kopers en kwekers aan ons binden. Dat betekent groeikansen voor kopers én kwekers. Zoals gezegd weten we dat er al diverse kopers staan te wachten totdat we deze dienstverlening bieden. Voor (internationale) kopers is het natuurlijk heel prettig om zoveel aanbod op één plaats, Floriday, verzameld te hebben. Via het B2B-platform Floriday krijgt iedereen dankzij de nieuwe financiële en internationale dienstverlening toegang tot nieuwe markten en groei-mogelijkheden. Een prachtig voorbeeld van waar we het allemaal voor doen: Connect to grow!" ←



Connect to grow tijdens de online Dag van de Coöperatie

Het is belangrijk om goed met elkaar in gesprek te blijven. Daarom is er de Dag van de Coöperatie, hét jaarlijkse evenement van en voor leden, kopers en partners van onze coöperatie. Het thema van de dag: **Connect to grow**. Een terugblik op de tweede editie op 10 december 2020 die vanwege corona online te volgen was.

Groei van de sierteeltsector door samenwerking. Dat is waar Connect to grow voor staat. Ons gezamenlijke doel is een toekomstbestendige sierteeltsector: samen zijn we slimmer en beter en kunnen we meer doen voor minder kosten dan ieder voor zich. Tijdens de Dag van de Coöperatie kleurden we dit thema verder in. Dat deden we met verschillende sprekers, diverse onderwerpen en sessies, nieuwe en vertrekkende Ledenraadsleden en winnaars van de Glazen Tulp Awards.

Wat betekent Connect to grow voor de sierteeltsector? Vier sprekers en drie bezoekers delen hun opvatting over dit thema.

Spreker

Jarno Duursma, trendwatcher en digitaliseringsexpert

“Schakel anderen in om de zoete vruchten van digitalisering te plukken. Bijvoorbeeld een expert, met wie u kritisch naar uw bedrijf kijkt. Of jonge, andersdenkende medewerkers. Brainstorm samen over wat u kunt doen. Dat zorgt vaak voor goede, bruikbare inzichten. Digitalisering roept soms weerstand op. Dat is zonde. De kansen liggen voor het oprapen. Verandering is ook een mentaliteitskwesitie. En samen met anderen lukt het u om de juiste mindset te vinden.”

Bezoeker

Kees Pingen, Smit Kwekerijen

“In plaats van elkaar als concurrenten te zien, kunnen we onze markt en sector samen beter maken. Op het onderdeel duurzaamheid is dat goed te zien. Kleinere en grotere kwekers kunnen elkaar versterken. Dat is hoe het moet zijn. Tijdens de Dag van de Coöperatie vond ik de uitreiking van de Glazen Tulpen erg interessant. Ons bedrijf was ook genomineerd. Leuk om te zien waar andere leden mee komen. Dat zorgt weer voor inspiratie.”

Glazen Tulp Award

Ook de winnaars van de Glazen Tulp Award werden bekend gemaakt. De winnaars in de vijf categorieën:

Tillandsia in design frame - Ansu (**Concepten**), Talinum paniculatum Long John - Marginpar (**Snijbloemen**), Calathea 'Fusion White' - Kwekerij Tass b.v. (**Kamerplanten groen**), Phalaenopsis Marvellous Pink - Ter Laak Orchids (**Kamerplanten bloeiend**), Corydalis Porcelain Blue - Van Woudenberg Tuinplanten (**Tuinplanten**). De Glazen Tulp Award belooft vernieuwing. Zo stimuleren we een onderscheidende positie op de (internationale) markt. Kwekers kunnen zich jaarrond aanmelden voor de Glazen Tulp.



Spreker

Jack Goossens, voorzitter Raad van Commissarissen Royal FloraHolland/ mede-eigenaar kwekerij Gova BV

“Samenwerken, dat doet onze coöperatie al meer dan honderd jaar. De grote variatie binnen ons ledenbestand zie ik als een kans. Diversiteit zorgt voor ontwikkeling. Binnen de coöperatie zijn we als kwekers met elkaar in gesprek. De Ledensessies bieden daar een mooie mogelijkheid voor. Royal FloraHolland snijdt vrij vroeg belangrijke thema's aan, zoals duurzaamheid. Zorg dat u meteen meedenkt en meepraat. Er kan nooit voor 100% aan ieders wensen worden voldaan. Maar op deze manier bereiken we het beste voor iedereen.”

Bezoeker

Léon Ammerlaan, The Green Innovator

“Samenwerken is het belangrijkste dat er is. Daarin probeer ik mezelf steeds te verbeteren. Zo werken we samen met de Rotterdamse haven aan aardwarmte. Hiervoor zijn we genomineerd voor de EZK Energy Award Bedrijven van de Rijksoverheid. Goed dat samenwerken dus het thema van de Dag van de Coöperatie was. De dag zat prima in elkaar. Wat ik wel miste, was de interactie. Dat blijft lastig via zo'n digitaal medium. Hopelijk kan het volgend jaar weer live.”



Spreker
Guido Landheer, directeur agro-economisch beleid, ministerie van LNV

“Als sierteeltsector in Nederland opereren we op een internationaal podium. Dat zorgt voor kansen én uitdagingen. Op het gebied van verduurzaming bijvoorbeeld. Als je je daarmee onderscheidt, dan versterk je je concurrentiepositie op de wereldwijde markt. Royal FloraHolland zet hier samen met haar leden vol op in. Een ander mooi voorbeeld van samenwerking in het afgelopen jaar is de sierteeltregeling. Het noodpakket is voor alle sectoren hetzelfde, behalve voor de sierteelt. Dat we dit samen voor deze sector voor elkaar kregen, mag je gerust uniek noemen.”

Bezoeker
Annemiek Hofland, Hofland Flowering Plants

“Door samenwerking kom je verder. Daar geloof ik echt in. Niet voor niets zijn we met ons bedrijf lid van Royal FloraHolland. Met andere grote en kleine kwekers van potplanten zijn we ook aangesloten bij Plantform. Van de Dag van de Coöperatie is vooral de uitreiking van de Glazen Tulpen me bijgebleven. Daar werd echt een feest van gemaakt. Heel knap. En ook belangrijk, zeker nu je elkaar minder ziet.”

Spreker
Jeroen Oudheusden, programmamanager The Floriculture Sustainability Initiative (FSI)

“Inmiddels hebben we zo’n 65 leden wereldwijd. Met elkaar denken we na over hoe een goede, duurzame sierteeltsector eruit moet zien. Alle stakeholders zijn vertegenwoordigd: producenten, handelaren, retailers, maar ook banken, certificeerders en Royal FloraHolland. Belangrijke thema’s zijn nu de product footprints en verantwoorde werkomstandigheden, waaronder leefbaar loon. Samenwerken is voor mij: elkaar inspireren. Het creëren van een setting die positief voelt. Zo helpen we elkaar én verduurzamen we onze mooie sector.”



Barendse Freesia wint Greenovation Award

Tijdens de Dag van de Coöperatie werd ook de Greenovation Award uitgereikt. Kwekerij Barendse Freesia won de prijs voor de beste duurzame product- of conceptintroductie binnen de sierteeltsector met haar concept FreGanzia, waarbij freesia wordt geteeld in een innovatief en vrijwel emissieloos teeltsysteem. Het bedrijf maakt optimaal gebruik van het aantal vierkante meters in een geconditioneerde klimaatcel. Zonnepanelen voorzien de ledverlichting van stroom en dankzij het gesloten teeltsysteem zijn bestrijdingsmiddelen overbodig. De jury: “Dit soort innovaties is toekomstbepalend voor de sector.”

De online Dag van de Coöperatie is terug te kijken!
<https://aveq.events/cooperative-day/#/>

Nieuwe Ledenraadsleden

Tijdens de Dag van de Coöperatie verwelkomden we zeven nieuwe Ledenraadsleden. Waar gaan zij de komende jaren mee aan de slag?

Arno van der Maarel
Maarel Orchids
“Het is van cruciaal belang dat we onze belangen bundelen. Met alle kwekers – klein en groot – in een ijzersterke organisatie. Ik draag heel graag mijn steentje bij om onze digitale marktplaats verder te ontwikkelen.”

Karolien Tesselaar
Tesselaar Alstroemeria
“Ik zet me graag in om Royal FloraHolland verder te innoveren en sterker te maken. En ik denk dat we hierbij vrouwenpower kunnen gebruiken. Juist door diversiteit komen we tot mooie, nieuwe kansen.”

Martien Kroon
V.O.F. I. Kroon en zoon
“Binnen de Ledenraad wil ik meepraten over de strategie. Bezien vanuit de kleinere kwekers en de seizoenskwekers, zodat hun stem ook goed gehoord wordt. De Ledenraad moet ervoor zorgen dat de coöperatie iedereen aan boord houdt.”

Matthijs Barendse
Kwekerij Arends Paterswolde
“Als lid van de Ledenraad ga ik graag in gesprek met de directie en Raad van Commissarissen over de coöperatie. Ik vind het belangrijk dat we elkaar hierbij als volwaardige partners blijven beschouwen.”



Mirjam van der Meer
Cactuskwekerij Van der Meer
“Ik ben lid geworden van de Ledenraad, omdat ik vind dat er ook kwekers van de kleinere producten bij moeten. Het is belangrijk dat wij als coöperatie een vuist kunnen maken. Samen staan we sterk.”

Rotem Dvir
Dvir Farm
“Een internationale kweker kan volgens mij veel toevoegen aan de Ledenraad. Het belangrijkste punt dat ik naar voren wil brengen is de internationale relatie tussen de coöperatie, de kwekers en de klanten.”

Uri Bruck
Uri Bruck Wax Flower Farm
“Als Ledenraadslid help ik Royal FloraHolland een betere toekomst te creëren voor onze sector. Ik ben van mening dat we dit met alle leden en partners moeten doen. Hierin wil ik vertegenwoordiger zijn van de internationale familiebedrijven.”

Landelijk Veilen brengt de sierteeltsector verder

“De eerste stappen zijn gezet en we gaan er samen nog vele maken”

2021 wordt het jaar van Landelijk Veilen. Samen op weg naar een toekomstbestendige marktplaats is het motto. Erwin de Bont, programma directeur Landelijk Veilen: “We moeten veranderen om relevant te blijven.”

Al ruim 100 jaar voorziet Royal FloraHolland samen met aanvoerders en kopers de wereld van verse bloemen en planten. “Die samenwerking heeft ons ver gebracht. Wij zijn daarmee doorgegroeid tot de grootste marktplaats binnen de sierteelt”, vertelt Erwin de Bont. “Maar onze wereld verandert, de markt verandert. Er zijn ontwikkelingen in de sierteeltsector die zorgen voor meer specifieke behoeften bij aanvoerders en kopers. Denk daarbij aan digitalisering, de toename in directe handel, schaalvergroting, duurzaamheid en groei van retail. Maar ook de verschuiving van productie van de EU naar grootschalige bedrijven daarbuiten en een stijgende vraag vanuit opkomende economieën.” “Deze ontwikkelingen leiden tot een situatie waar kopers en aanvoerders op een andere manier transacties aangaan en het klokvolume de laatste jaren afneemt. De klok is en blijft een zeer relevant handelsinstrument voor onder andere de vorming van een marktprijs. Echter: als we nu niets doen, wordt de klok steeds minder relevant. We moeten daarom investeren in de klok en tegelijkertijd met onze diensten toegevoegde waarde leveren op de directe en internationale stromen. Daardoor creëren



we schaal, essentieel voor een florerend B2B-platform en een gezonde marktplaats. En Landelijk Veilen is daarin *the way to go*. Als aanvoerder, koper én coöperatie gaan we voor een toekomstbestendige marktplaats met een vernieuwde logistieke dienstverlening van tuin tot klantbox.”

“Onze wereld verandert en de markt verandert”

Wat gaan we doen? “In het kort: met Landelijk Veilen brengen we vraag en aanbod van bloemen en planten samen op een landelijke, digitale veiling. Deze digitale veiling wordt in de toekomst beschikbaar in Floriday. Daarnaast vernieuwen we

onze logistiek en transport, die naadloos aansluiten op de bedrijfsprocessen van aanvoerders en kopers. Door bundeling van logistieke stromen creëren we schaalgrootte, reduceren we kosten én verduurzamen wij de sierteeltketen.”

Landelijk werkende, digitale veiling

Op dit moment veilen we nog op onze drie exportlocaties, in Aalsmeer, Naaldwijk en Rijnsburg. Op die exportlocaties wordt er geveild op meerdere klokken en vindt locatie-afhankelijke prijsvorming plaats. Straks veilen we landelijk en locatie-onafhankelijk, via een digitale veiling en vindt landelijke prijsvorming plaats. We voegen het klokaanbod en de koopkracht van de drie exportlocaties samen. Erwin: “Het aantal tegelijk plaatsvindende veilmomenten moet nog worden bepaald, waarbij we uiteraard rekening houden

De veilingklok in 1920. “We veranderen om hetzelfde te kunnen blijven doen.”



Erwin de Bont, programma directeur Landelijk Veilen.

met de doorlooptijd van het veilen.” De digitale veiling brengt ook veranderingen met zich mee. Zo worden starttijden geharmoniseerd, wordt aantallen drukken de norm en kunnen we op termijn indien gewenst ook multi-transactieveilen. “Door concentratie van vraag en aanbod optimaliseren we de prijsvorming, wordt het inkoopproces efficiënter, overzichtelijker, gemakkelijker en verminderen de administratieve lasten aanzienlijk.”

Slimme, gebundelde logistiek

“Straks ontzorgen we aanvoerders en kopers met slimme, efficiënte logistiek en transport van tuin tot klantbox.” Erwin legt uit: “We harmoniseren en veranderen onze werkwijzen en vervangen onze logistieke ICT-systemen. De nieuwe werkwijze bundelt de directe- en klokhandel in een gecombineerd logistiek proces. Doordat we op deze manier gaan werken, zijn wij beter in staat om conform individuele klantwensen de producten uit te leveren.” Indien gewenst door de aanvoerders verzorgt Royal FloraHolland het transport tussen

aanvoerders en Royal FloraHolland en halen we de producten in gebundelde stromen op vanaf de tuin, op het moment dat de aanvoerder kiest. Als het product na aankoop naar een klantbox op een andere Royal FloraHolland locatie vervoerd moet worden, dan verzorgt Floriway dat transport. “Kopers kunnen dan aangeven in welke tijdsvensters zij hun producten bezorgd willen krijgen. Zij kunnen hun bestellingen via track and trace volgen. Royal FloraHolland biedt de mogelijkheid om de keten vanaf tuin tot klantbox te ontzorgen tegen vooraf bekende kosten.”

De eerste stappen

Royal FloraHolland verandert de komende jaren haar logistieke werkwijze en digitaliseert de klok. Dit is een grote verandering die impact heeft op alle betrokkenen in de sierteeltsector. Dit eindplaatje realiseren we niet van de een op de andere dag, vertelt Erwin. “Dit doen wij op een manier die zo min mogelijk overlast geeft voor aanvoerders en kopers. Het afgelopen jaar hebben we al flink wat stappen gezet, denk aan de ontwikkelingen in Eelde, de pilot snij-anthurium en het overstappen naar 100% KOA.”

Samen veranderen

De eerste stappen zijn gezet, en die worden samen met aanvoerders en kopers gezet. Erwin: “We hebben met 100% KOA, Eelde en de pilot snij-anthurium geleerd dat we alleen kunnen veranderen door samen te veranderen. De weg naar Landelijk Veilen is ingeslagen. Maar we zijn in gesprek met aanvoerders en kopers over hoe we deze weg zo optimaal mogelijk kunnen bewandelen. Dit doen we bijvoorbeeld door regelmatig (online) informatiesessies te organiseren, bij FPC’s input op te halen en het begeleidingsteam om advies te vragen. Het begeleidingsteam is een team van aanvoerders én kopers (groot en klein) dat ons advies geeft over hoe verschillende onderdelen van Landelijk Veilen zo goed mogelijk kunnen worden uitgevoerd. Dat levert ons heel veel input op. Zij denken bijvoorbeeld mee over het veilbeleid, beeldveilen, schouwen en andere zaken.” “In onze gesprekken met aanvoerders en kopers is er veel ruimte voor vragen en proberen we alle tips



Het team van Landelijk Veilen. Bovenste rij vlnr: Erwin de Bont, Nanneke Gilhuijs, Wendy Jungerius. Onderste rij: Michiel Vreeswijk, Carolien Brouwer en Ilona Wolters-Rolloos.

en adviezen mee te nemen. Het is een complexe verandering die impact heeft op meer dan 4.000 verschillende bedrijven. We realiseren ons dat we niet iedereen tevreden kunnen stellen. We zoeken naar de beste manier om Landelijk Veilen samen te realiseren”.

Weerstand, maar bovenal kansen

Verandering brengt ook vaak weerstand met zich mee. De veranderingen zijn immers niet gering. “We doen het echter samen en uiteindelijk leveren de veranderingen vooral kansen op. Voor de koper een compleet assortiment op één digitaal platform, voor de aanvoerder meer kopers. Het grote pluspunt voor kopers is dat zij door de nieuwe logistiek flexibel zijn om hun eigen werkwijze te optimaliseren. Voor de aanvoerder: zij kunnen aanleveren op het moment dat zij willen met gecombineerde belading van hun karren en kunnen er op vertrouwen dat hun producten in de juiste staat bij kopers worden geleverd.

“Voor zowel aanvoerders als kopers is de vervolgstap interessant: na de implementatie van Landelijk Veilen is het nieuwe fundament voor de sector gelegd en kun je nadenken over compleet nieuwe veilmechanismen: Aftuinveilen, Vandaag voor Morgen of op meerdere tijdstippen op de dag veilen. Al die ideeën hangen al zo lang in de lucht.” ←



Introductie nieuwe logistiek

Binnenkort zetten we de eerste veilgroep over op de nieuwe logistiek. We starten met één veilgroep Alstroemeria in Aalsmeer. Als deze eerste stap goed loopt, gaan we steeds meer opschalen en zetten we steeds meer veilgroepen over op de nieuwe logistiek. Uiteindelijk komen we dan op het punt dat bijna 80 tot 90% van het aanbod is overgezet op de nieuwe logistiek. Dat is het moment om te besluiten, wanneer we met de nieuwe digitale veiling live gaan.

Beeldveilen

Op dit moment rijden de bloemen- en plantenkarren nog voor de klok langs. In de overgang naar de nieuwe logistiek is dat straks niet meer mogelijk. In Eelde is tot tevredenheid van kopers beeldveilen geïntroduceerd. In Q1 zullen we ook op de tribunes van de exportlocaties de beelden van de aanvoerder op de huidige klokschermen tonen. De productfoto van de aanvoerder wordt dan daar in het groot getoond op de projectieschermen van de afmijnzalen. Per klok worden twee foto’s getoond: één foto van het product dat op dat moment wordt geveild, gevolgd door de foto van het eerstvolgende te veilen product. Samen met kopers en aanvoerders werken we daarnaast aan andere oplossingen om de kwaliteit van de beelden en informatie te verbeteren. Met die verbeteringen krijgen kopers een nog betere indruk van het te veilen product.

↑ Schouwen 2.0

Voor sommige producten is de productinformatie en -foto niet genoeg om een aankoopbeslissing te nemen. Veel kopers schouwen nog. “We blijven schouwen, maar er veranderen wel een aantal zaken. Met de introductie van de nieuwe logistiek starten we eerder met het verzamelen van orders. Daardoor is het niet meer veilig is om tussen de karren door te lopen. Schouwen kan daarom nog tot 30 minuten voor aanvang veilen. Ook staan de producten niet meer in de juiste veiligvolgorde. We zullen echter duidelijk aangeven waar de te schouwen producten staan opgesteld. In het eerste kwartaal van 2021 evalueren we deze werkwijze en bekijken we opnieuw of en hoe we schouwen kunnen blijven ondersteunen.”

Online Informatiesessies

Net als vorig jaar kunt u regelmatig online informatiesessies verwachten met updates over Landelijk Veilen. Houd hiervoor de website van Royal FloraHolland en onze social media kanalen in de gaten.

“Met een milieucertificaat heb je een streepje voor”

We schreven het al in de GROW van september 2020: consumenten vragen steeds vaker om duurzaam gekweekte bloemen en planten. Daarom een gesprek met twee kopers die tijdens de inkoop nu al rekening houden met gecertificeerde sierteeltproducten. “Idealiter zijn bedrijven al begonnen met het zetten van de eerste stappen. De op één na beste keuze: vanaf vandaag.”

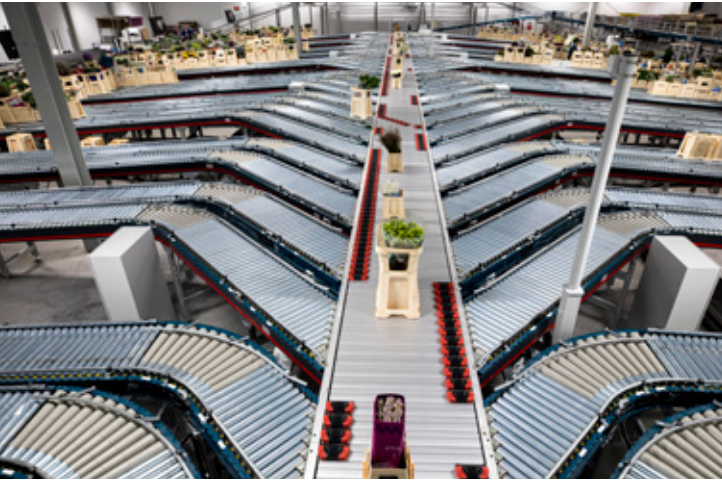
Hoek Flowers

“Verliezen kwekers op den duur omzet omdat ze niet gecertificeerd zijn? Nee, dat denk ik niet. Wel zie ik dat de vraag groter wordt. Supermarkten zijn er al heel ver in. Die willen ook van melk en kaas de footprint weten, dus van bloemen ook. De bloemist wil daarin niet achterblijven. Steeds meer landen vragen om een certificaat. We merken dat dit vooral leeft in de Scandinavische landen en Duitsland.” Aan het woord is Ruben Hoek, directeur export bij Hoek Flowers. Dit familiebedrijf uit Rijnsburg verstuurt bloemen naar 56 landen wereldwijd. “We richten ons op de betere bloemist, maar ook op event- en weddingplanners. Ons bedrijf is redelijk uniek doordat wij dagelijks meer dan 4.000 soorten bloemen en 2.000 soorten planten op voorraad hebben staan. Het voordeel voor onze klanten is dat ze hun bestellingen daardoor supersnel kunnen ontvangen.”

Keurmerk moet duidelijker

De inkopers van Hoek Flowers kijken vooral naar gecertificeerde producten. “Als we inkopen en de keuze hebben tussen een rode bloem met of zonder keurmerk, dan kiezen we die met het keurmerk. Heb je een milieucertificaat, dan heb je een streepje voor. 90% van de producten die wij verhandelen heeft een keurmerk of certificaat. Het aanbod blijft gelukkig groeien.”

Wereldwijd merkt hij wel verschillen en kan het lastig zijn producten te importeren met het juiste keurmerk. “Daarom zijn wij blij met het initiatief FSI2020. Dat geeft een overzicht van allerlei certificaten over de hele wereld en deelt ze in twee groepen: social en environmental. Zo zie je eenvoudig met welk certificaat je een voor ons onbekend certificaat kunt vergelijken. Het ene land



Verse bloemen bij Hoek Flowers.

vraagt bijvoorbeeld om MPS, terwijl GLOBALG.A.P. in het andere land juist meer gangbaar is. Via FSI2020 weten ze dat deze certificaten vergelijkbaar zijn.”

Als het gaat om het verduurzamen van de sector ziet Ruben nog wel mogelijkheden. Zo zijn niet alle certificaten digitaal gekoppeld met de systemen van Royal FloraHolland (bijvoorbeeld Fairtrade). “Er zijn veel verschillende certificaten, die in het buitenland niet altijd bekend zijn. Als expert zou Royal FloraHolland een soort bijsluiter kunnen meegeven met uitleg over het keurmerk.” ←

Over het waarom

Duurzame productie en duurzame producten worden de norm. Als coöperatie spelen we in op de veranderende vraag vanuit de markt, overheid en maatschappij. Digitale milieuregistratie en milieucertificering maakt ons als sierteeltsector toekomstbestendig en zorgt voor bewustwording, transparantie en inzicht in verbetermogelijkheden.

BLUME2000

“Voor het merendeel van de mensen begon duurzaamheid als een feel good-onderwerp. Vandaag de dag is het besef van de noodzaak van duurzame en toekomstbestendige oplossingen sterk toegenomen”, zo schetst Ina Reinders de situatie in Duitsland. Ina is manager corporate responsibility bij het Duitse BLUME2000. Met ongeveer 230 winkels is dat de grootste bloemen- en plantenretailer van Duitsland. Het bedrijf heeft ook een goedlopend postorderbedrijf. Klanten zijn hoofdzakelijk Duits. “In de toekomst is duurzaamheid het belangrijkste doel dat door de wereldwijde samenleving en economie wordt nagestreefd. Niet-duurzame praktijken zullen geleidelijk worden afgeschaft. Idealiter zijn telers, groothandels, retailers en eigenlijk de hele economie al begonnen met het zetten van de eerste stappen om duurzamer te werken. De op één na beste keuze: vanaf vandaag.”

Sectorbrede noodzaak

Duurzaamheid is in Duitsland een groot thema. Toch lijkt er volgens Ina een dubbele standaard te zijn als het gaat om "walk the talk", ofwel de daad bij het woord voegen. “Veel Duitsers roepen hoe belangrijk milieu- en sociale aspecten zijn. Maar als het gaat om hun eigen handelen, lijken ze vaak te kiezen voor de makkelijkere of goedkopere optie.

Onze klanten in de bloemisterijsector richten zich nog steeds vooral op de schoonheid en versheid van bloemen en planten. Wel zijn Duitse klanten geïnteresseerd in de regionale herkomst en het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Sommigen vragen direct om gecertificeerde biologische producten en Fairtrade-gelabelde rozen, maar



Een van de winkels van BLUME2000 in Duitsland.

de meesten zijn niet op de hoogte van de bestaande certificeringsprogramma’s.” Ina: “Voor de meeste consumenten is duurzaamheid een must-have of must-do, maar ze willen er niet extra voor betalen. Op dit moment belonen we de telers niet financieel als hun bedrijf gecertificeerd is. Vanuit ons perspectief zal het lidmaatschap van een duurzaamheidsprogramma in de nabije toekomst een sectorbrede noodzaak worden. We streven ernaar om onze inkoopvolumes bij gecertificeerde telers te vergroten. Het feit dat ze gecertificeerd zijn, draagt bij aan het creëren van een lange termijn relatie.” ←

Minder plastic graag!

Het doel is duidelijk: in 2025 gebruikt Royal FloraHolland 20% minder plastic dan in 2017, zijn plastic verpakkingen en producten 100% recyclebaar en recycleren we meer. Gelukkig staan we daarin niet alleen. Tuinbranche Nederland heeft dezelfde ambitie.

“Wat het ontzettend rare jaar 2020 met corona ons heeft gebracht, is meer bewustzijn over het klimaat, groen en gezondheid. De ontwikkelingen op het duurzaamheidsgebied zijn daardoor in een versnelling gekomen, ook bij tuincentra.” Aan het woord is Brenda Horstra, adjunct-directeur van Tuinbranche Nederland. Dit is de brancheorganisatie voor tuinretailers en hun toeleveranciers. Leden zijn tuincentra, maar ook kwekers, fabrikanten en groothandelaren van harde materialen, van (pot)grond tot tuinmeubelen. Tuinbranche Nederland gaat net als Royal FloraHolland voor minder plastic en doet ook mee aan het Brancheplan Duurzaam Verpakken (zie kader). Om plastic te reduceren is samenwerking in de keten nodig. Sterker nog: we kunnen dit alleen samen en niet zonder elkaar bereiken. Hoe trekken we samen hierin op?

Meermalige plantentrays

Ook in 2020 groeit het marktaandeel van de meermalige plantentrays bij Royal FloraHolland, al is de groei nog wel beperkt. Met name in Nederland en Duitsland wordt steeds vaker meermalig fust door tuincentra en retail gebruikt als gevolg van de focus op duurzame verpakkingen.



“Circulair werken doe je samen. In ons brancheplan hebben we de doelen met betrekking tot verpakkingen afgestemd met Royal FloraHolland: trays, potten, labels en hoezen. De samenwerking met Royal FloraHolland verloopt heel goed. Ik word er erg enthousiast van. Samen zijn we sterk. Wij stimuleren de tuincentra, Royal FloraHolland stimuleert de kwekers en zo komen we tot een resultaat. 1 + 1 = 3. Zo organiseerden we in 2020 samen workshops voor leveranciers en retailers. Dat pakken we dit jaar weer op.” In deze workshops delen Tuinbranche Nederland en Royal FloraHolland praktische tips en succesvolle manieren om circulair te werken. Jacco Duindam, consultant logistieke middelen bij Royal FloraHolland: “Mensen komen elkaar tijdens die workshops letterlijk tegen. Dat leidt er bijvoorbeeld toe dat er nu pilots lopen om eenmalige Normpack-trays bij de tuincentra in te zamelen en direct voor recycling naar een producent af te voeren. Meer circulair kan het niet.”

Leveringsvoorwaarden
Ondanks dat meer mensen zich door corona bewuster zijn geworden van duurzaamheid, zorgde de wereldwijde

pandemie ook voor stilstand in de vele plannen van Tuinbranche Nederland. “We moesten ons bezig houden met corona en maatregelen in de tuincentra.” Wel heeft Tuinbranche Nederland de doelen nu opgenomen in de leveringsvoorwaarden. Een aantal organisaties en bedrijven heeft zich daar al achter geschaard. Het is de bedoeling dat tuincentra deze inkoopvoorwaarden gebruiken, vertelt Brenda. “Het terugdringen van eenmalige plantentrays is een groot doel. Er moet veel minder plastic om bloemen en planten, niet meer dan nodig en voldoende om het product onbeschadigd bij de eindgebruiker te krijgen. Ook moet het plastic volledig recyclebaar zijn.”

Een willekeurige greep uit de tips en aanbevelingen in de leveringsvoorwaarden: vermijd gebruik van stickers en etiketten en kies voor het drukken van informatie op het folie, beperk bedrukking van dozen, gebruik bij voorkeur meermalige bloemenfusten en plantentrays, voorkom waar mogelijk het gebruik van steeketiketten (bijvoorbeeld bij tuinplanten)

Brancheplan Duurzaam Verpakken

Naast aan Plastic Pact NL neemt Royal FloraHolland, via de VBN, ook deel aan het Brancheplan Duurzaam Verpakken. Net als twintig andere brancheorganisaties waaronder de Tuinbranche. Ondersteund door het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV) wordt er zo gewerkt aan de verduurzaming van verpakkingen. Meer informatie: www.kidv.nl.

en informeer de klant via het schap of op het potje en gebruik alleen hoezen als het functioneel nodig is voor de bescherming van kwetsbare planten en bloemen.

Consumenten beïnvloeden
Jaarlijks komen er 60 miljoen bezoekers in tuincentra. Brenda: “We moeten hen verleiden anders om te gaan met verpakkingen. Op een heel gemakkelijke manier kunnen we gedragsverandering bewerkstelligen. Om consumenten te instrueren hoe een verpakking afgedankt moet worden, dient een weggooiwijzer op de verkoopverpakking te worden afgebeeld. Ander voorbeeld: retourneer een tray en je krijgt een plantje cadeau, of iets dergelijks. Mensen willen wel duurzamer leven, maar soms weten ze gewoon niet hoe. Als branche en sierteeltsector kunnen we hen daar zeker bij helpen.” ←

De finish is in zicht voor 100% Digitaal

“Er komen nu zaken in beweging die te lang zijn blijven liggen”

Het eerste kwartaal van 2021 draait om de afronding van 100% Digitaal. De sector heeft hard gewerkt om alle directe transacties volledig digitaal via Floriday te laten verlopen. Veel softwareleveranciers maken in de coulanperiode zorgvuldig de koppeling met Floriday voor hun klanten. Olsthoorn Automatisering gebruikt deze periode voor de laatste losse eindjes. “Er is veel energie en motivatie in de markt om snel te digitaliseren.”



Leo Olsthoorn: “Nog steeds dragen klanten punten van aandacht aan.”

Digitalisering is al langer actueel in de sierteeltsector. Leo Olsthoorn, eigenaar van Olsthoorn Automatisering, onderschrijft dat: “Dit is niet iets van de laatste jaren, maar nu geven we het laatste zetje waardoor we écht alle Connect-orders digitaal laten verlopen. Zonder de druk die de PSD2-wetgeving met zich meebrengt en het daaraan gekoppelde programma 100% Digitaal zou het nooit lukken de hele sector om te vormen.”

De softwareleverancier uit Honselersdijk denkt al sinds 1998 met kwekers mee in oplossingen. “Met persoonlijke aandacht, service en maatwerk

proberen wij ons te onderscheiden. Dat is nu extra belangrijk in een periode waarin we met de gehele sierteeltsector volledig overstappen op digitaal handelen. Wij faciliteren dat proces voor klanten en zij geven ons dat vertrouwen.”

100% Digitaal helpt om te voldoen aan de aangescherpte Europese financiële wet- en regelgeving (PSD2). Volgens Leo brengen de schaal en snelheid wel gevaren met zich mee: “De impact is groot, en daarmee ook het risico. Je kunt je afvragen of het nodig was vrijwel alle aspecten van de directe handel tegelijkertijd onder handen te nemen.

Tijdelijke coulanperiode 100% Digitaal

Kwekers, kopers en agenten die op 1 januari 2021 nog niet gereed waren om 100% digitaal te handelen voor de directe transacties, kunnen gebruik maken van een tijdelijke coulanperiode t/m uiterlijk 31 maart 2021. Deze coulanperiode is bedoeld voor kwekers, kopers en agenten die op dit moment nog wachten op de koppeling met hun softwarepakket en voor partijen die reeds 100% digitaal werken maar de tegenpartij nog niet. De aanvraag voor deze coulanperiode verliep via de softwareleveranciers.

Meer informatie: www.floriday.io/coulanperiode

Anderzijds komen er nu wel zaken in beweging die veel te lang zijn blijven liggen.”

Meer ruimte

Over de coulanperiode (zie kader) is Leo positief. Voor het overgrote gedeelte van de klanten van Olsthoorn Automatisering is de koppeling met Floriday reeds gerealiseerd. De coulanperiode geeft de mogelijkheid ook voor de laatste groep een zorgvuldige omzetting te garanderen: “Onze prioriteit lag bij de strikt noodzakelijke aanpassingen om te voldoen aan 100% Digitaal. Het echte werk kon pas beginnen toen de API-koppeling stabiel genoeg werd. In oktober waren we klaar voor de grote uitrol, maar daar is een heel traject van analyseren, implementeren en testen aan voorafgegaan. Nu hebben we wat meer ruimte om verbeteringen door te voeren en het nog steeds op tijd in orde te maken voor de rest. Zonder alsmaar geconfronteerd te worden met die snel naderende deadline.” Niet dat Olsthoorn Automatisering anders gefaald had, overigens. “De inzet is steeds geweest om alle Connect-handel voor 1 januari 2021 over te zetten op Floriday, en op een bijzondere uitzondering na zou ons dat gelukt zijn. Wel zijn we blij dat er sectorbreed geen chaos meer dreigt en de grootste druk eraf is.”

Intensief samenwerken met klanten

Softwareleveranciers werken structureel intensief samen met kwekers en kopers en dat is in deze fase van 100% Digitaal niet anders. “Met je klanten werk je per definitie samen”, zegt Leo. “De eerste klanten zijn door ons uitvoerig begeleid met de koppeling. In juli is de eerste kweker aangesloten, waarna

er in augustus en september geleidelijk steeds meer volgden. Sindsdien hebben we het koppelen betrouwbaar en gebruiksvriendelijk genoeg weten te krijgen zodat gebruikers het nu zelf kunnen uitvoeren.”

Desalniettemin is er nog veel interactie met kwekers die maatwerk nodig hebben of wat uitgebreidere functionaliteiten gebruiken. “Bepaalde zaken zijn in Floriday anders opgelost of kunnen niet meer en dan ga je met de kweker in gesprek hoe je daarmee omgaat. We hebben de verschillende praktijksituaties vooraf geïnventariseerd en in het geval van bijzonderheden het nodige afgestemd”, vertelt Leo. “Nog steeds dragen klanten punten van aandacht aan. Ze weten dat wij daarvoor openstaan; het wordt altijd serieus opgepakt en opgelost. In sommige gevallen moeten we doorverwijzen naar Floriday. Hoe dan ook, ze kunnen altijd de helpdesk bellen voor ondersteuning en aanvullende uitleg.”

Ook met sommige kopers van aangesloten kwekers heeft Olsthoorn contact over specifieke onderwerpen: “Denk aan de barcode die gewenst is op de fuststicker, of hoe de klaargezette labelberichten nu gekoppeld zijn aan een Floriday-bestelling. Daarnaast raad ik mijn klanten altijd aan hun kopers te stimuleren nu via Floriday te gaan bestellen.”

Vanzelfsprekend is er veel samenwerking tussen de softwareleveranciers en Floriday: “De communicatie verloopt soepel tijdens de ontwikkel- en implementatiefase. Zo is er nauw overleg op het platform Slack, een soort chatbox, waar onderling vlot wordt gereageerd op technische vragen of eventuele problemen.”

Kansen en uitdagingen

“Het mooiste van volledig digitaal werken, is dat alles nu automatisch binnenkomt. Een koper moet elke order digitaal doorgeven. Tenzij er om een Inkooptip wordt gevraagd, hoeft er niets meer handmatig ingevoerd te worden, waardoor er ook minder kans op fouten is. Dat geeft een kweker rust. Het is wel zaak dat hij de catalogus goed inricht en het aanbod up-to-date houdt.”

Digitaliseren heeft impact op de gehele sierteelt en elke verandering brengt uitdagingen met zich mee. Leo heeft daarom een advies voor alle partijen in de sector: "Veranderingen worden succesvol wanneer er voldoende overleg is en instemming van alle spelers die erbij betrokken zijn." ←



"Verandering geeft altijd uitdagingen. Dat hebben we ook in het afgelopen jaar gemerkt. Wij zijn in ieder geval blij met de coulanceperiode, zodat de sector zich écht klaar kan maken en iedereen straks digitaal kan werken."

Wilco Westerman - Jac Oudijk



"Ik was aanvankelijk geen voorstander van 100% Digitaal. Uiteindelijk heb ik de voordelen hiervan ingezien: we moeten er voor gaan."

Addie Groen - Phalaenova



"Wij zijn helemaal klaar voor 100% Digitaal. Het beginnen en inrichten van Floriday kost tijd, je moet er echt even je draai in vinden. Als het eenmaal staat, ontdek je steeds meer handige tools."

Maurice Nederpel - Nederpel succulenten



"Wij waren een van de eerste kwekers waar Olsthoorn de API-koppeling heeft uitgerold. Dit ging soepel en was eigenlijk ook vrij snel klaar. Ik merk dat veel andere kwekers en kopers ook steeds verder zijn met 100% digitaal werken en we als sector stappen maken."

Arjan van Noordt - Duynplant



"Het tempo vond ik behoorlijk hoog en er werd veel gevraagd terwijl nog niet alles aan de Floriday-kant gereed was. Toen dat wel het geval was, verliep de uitrol van Olsthoorns API-koppeling heel goed. Het was klaarzetten, downloaden en gaan!"

Juriaan Weerheim - De Zuidplas

“Met Floriway kunnen we het klanten écht makkelijker maken”

In november werd Floriway aangekondigd: in de vorm van een joint venture werken leidende vervoerders De Winter Logistics, Van Zaal Transport en Wematrans samen met Royal FloraHolland aan het optimaliseren van de logistieke keten. Inmiddels zijn we twee maanden verder. Zodra we de goedkeuring van de ACM hebben ontvangen, starten de voorbereidingen met de ontwikkeling van de dienstverlening. Dan kunnen kwekers en kopers gebruikmaken gebruik gaan maken van de eerste diensten van het nieuwe transportbedrijf.

Het samenbrengen van specifiek deze groep vervoers-bedrijven kwam niet helemaal uit de lucht vallen. Elke aangesloten vervoerder brengt eigen expertise, kennis en middelen in. Toon Vos, beoogd algemeen directeur van Floriway, geeft aan dat de bedrijven allemaal eigen kernkwaliteiten hebben: “Het zijn verschillende bedrijven. Waar de één zich voornamelijk richt op bloemen, richt de ander zich vooral op planten of heeft veel kennis op het terrein van distributie. Allemaal knowhow die essentieel is voor het opbouwen van een belangrijk transportbedrijf in sierteeltproducten en de ambities die we daarbij hebben.”

“Qua cultuur zijn het alle drie mensgerichte bedrijven”, vervolgt hij. “Dat is natuurlijk een ontzettend belangrijke basis die gaat helpen in de succesvolle ontwikkeling van Floriway. Daarbij komt dat alle drie de bedrijven, los van elkaar, de overtuiging hebben dat dit initiatief nodig is voor de sector. Zelfstandig lukt het niet om een samenwerking van deze omvang van de grond te krijgen. Met Royal FloraHolland is dat wél mogelijk gebleken en is directe aansluiting op de handel een belangrijk uitgangspunt voor de dienstverlening die we onze klanten gaan bieden.”

Na het aanstellen van het integratieteam van Floriway, waarin alle aangesloten vervoerders zijn vertegenwoordigd, kan worden gestart met de integratie van de bedrijven en het ontwikkelen van de dienstverlening. Een belangrijk onderdeel van de strategie van Royal FloraHolland is om relevant te blijven als dienstverlener en dus meerwaarde te blijven bieden aan klanten. Zo blijft het bestaansrecht en betaalbaarheid van de coöperatie behouden. Toon: “De strategie van Royal FloraHolland is erop gericht kwekers en kopers te laten groeien, onder andere door het ontwikkelen van nieuwe

Toon Vos (48) heeft van jongs af aan kunnen zien wat er bij het vervoer van versproducten komt kijken: hij groeide op bij een fruitteeltbedrijf. Zijn vader was bovendien bestuurder van groente- en fruitveiling én coöperatie CHZ. Na zijn opleiding tot bedrijfseconoom in Tilburg ging Toon bij The Greenery werken en deed daar ervaring op in logistiek en transport. Later kwam hij bij DPD pakketsservice terecht, waar hij directeur operatie en IT was. In april 2020 is Toon Vos gestart met de voorbereidingen voor Floriway. Zo was hij nauw betrokken bij de totstandkoming van de joint venture.

“We willen een sterk verbeterd transportproduct bieden”





Kwekers en kopers kunnen in de loop van het jaar de eerste diensten verwachten, maar nog niet voor het aanstaande piekseizoen. Voorlopig verandert er nog niets in de dienstverlening.

dienstverlening. Daar ben ik erg enthousiast over. De platformgedachte waarbij je meerwaarde biedt op bestellen, betalen en bezorgen is heel slim en gaat de sector op allerlei fronten verder brengen. Voor mij persoonlijk geeft dat extra motivatie voor dit traject.”

Eerste diensten ná het piekseizoen

Floriway opereert straks als dienstverlener zelfstandig en richt zich op de volledige keten van de sierteelt. Van het aanleveren voor de kwekers bij de veiling tot het beleveren van de retail. Door logistieke diensten onder meer aan te bieden via Floriday kunnen kwekers en kopers worden bediend op het tijdstip of de locatie die zij wensen. Het is nu wachten op ACM goedkeuring, maar daarna kunnen kwekers en kopers al in de loop van het jaar de eerste diensten verwachten, vertelt Toon enthousiast: “Maar nog niet voor het aanstaande piekseizoen, dat start voor kwekers en kopers in februari. Daarom verandert er voorlopig nog niets

in de dienstverlening en richten de vervoerders deze piek al hun aandacht op het goed zorgen voor hun bestaande klanten.” Klanten van Floriway kunnen in de nabije toekomst verbeterde middelen op het terrein van ICT verwachten, maar ook betere en snellere communicatie. “We willen een betrouwbare en innovatieve vervoerder zijn en een sterk verbeterd transportproduct bieden”, aldus Toon. “Dit geldt

“Uiteindelijk is iedereen vrij om zelf een keuze te maken met welke vervoerder hij of zij samenwerkt”

zowel voor de kweker- als de koperkant van de handel. Op dit moment weten kopers vaak niet hoe laat ze hun producten geleverd krijgen. We gaan onder meer bouwen aan verbeterde track & trace dienst zodat kopers straks precies weten wanneer er iets komt.” En de koppeling met Floriday? Toon: “Natuurlijk is de koppeling van diensten aan het platform Floriday een belangrijk doel. Binnenkort kun je voor transacties die je in Floriday doet, direct zien wat



de logistieke mogelijkheden zijn. Je kunt precies aangeven hoe laat je producten op welke plaats bezorgd wilt krijgen. Dit gaan we nu uitwerken. Ik hoop vóór de zomer al de eerste diensten via Floriday beschikbaar te maken.”

Mogelijkheden voor maatwerk

Floriway wordt in één klap een belangrijke vervoerder voor de sector: “Met de slagkracht die we nu in huis hebben, kunnen we op allerlei fronten winst behalen op efficiëntie. We hebben veel vrachtwagens tot onze beschikking, wat flexibiliteit oplevert. We kunnen de bezetting in alle gebieden goed inrichten, waardoor beschikbaarheid gegarandeerd kan worden, ook voor spoedklussen. We hebben bovendien veel mogelijkheden om maatwerk te leveren. We hopen hiermee spelers in de sector écht het leven makkelijker te maken. Dat maakt Floriway aantrekkelijk, maar uiteindelijk is iedereen vrij om zelf een keuze te maken met welke vervoerder hij of zij samenwerkt.” Floriway gaat werken in lijn met de marktprijs. Het bedrijf staat op afstand van Royal FloraHolland, waarbij het resultaat ten goede komt van de coöperatie. De efficiëntiemogelijkheden zorgen ervoor dat het mogelijk is om de tarieven

“Onze doelstelling is ambitieus en die is niet in één jaar afgerond”

concurrerend te houden. “Uiteindelijk bepaalt de markt de prijs. Wij moeten zorgen dat we kwalitatief hoogstaande diensten leveren”, aldus Toon.

Automatisch duurzamer

Eén van de essentiële uitgangspunten is de bijdrage die Floriway gaat leveren aan het verduurzamen van de sector. De grote schaal van de samenwerking gaat leiden tot synergie en dus tot minder transport. “Vanuit Royal FloraHolland zijn duurzaamheidsdoelstellingen geformuleerd. Daar gaat Floriway aan bijdragen. Als je vervoer efficiënter inricht, ben je automatisch duurzamer. Met minder ritten is er ook minder uitstoot. Wij rijden niet met drie vrachtwagens hetzelfde straatje in, maar zullen zoveel mogelijk ritten bundelen.” En er worden ook nog andere wegen bewandeld, benadrukt Toon. “We houden natuurlijk ook de ontwikkeling van elektrisch rijden nauwlettend in de gaten. Dat zit in een stroomversnelling op dit moment. Alleen is het momenteel uitsluitend mogelijk korte afstanden af te leggen, met relatief weinig gewicht en helaas ook tegen hogere kosten. Maar op termijn kunnen we ook daar echt voordelen uit halen. We willen dus wel al gaan testen met deze aandrijving.” Het komend jaar staat voornamelijk in het teken van ontwikkeling. “Onze doelstelling is ambitieus en die is niet in één jaar afgerond. Uiteindelijk willen we de beste vervoerder worden in de sierteelt, maar het optimaliseren van de logistieke keten doen we niet alleen. Andere vervoerders zien we ook niet als concurrenten, maar we vragen hen actief na te denken over mogelijkheden met ons samen te werken in de toekomst. We maken nu al kennis met diverse partijen en wisselen ideeën uit. Samenwerken willen we met iedereen, in welke vorm dat precies mogelijk en zinvol is, verschilt per vervoerder.” ←

“Mensen laten opbloeien, dáár gaat het om”

Samen de wereld een stukje mooier maken: dat is de missie van The Flower Family. Door het aanbieden van prachtige boeketten volgens de laatste trends, maar vooral door hun werkwijze. Laurens Mulder is een van de drie oprichters van het Aalsmeerse bloemenbedrijf: “Door écht aandacht te geven aan mens en milieu probeert The Flower Family zich te onderscheiden.”

Een eigen bedrijf behoorde altijd al tot de ambities van Laurens. “Puur en alleen winst draaien is echter niet ons hoofddoel”, aldus Laurens. Bij The Flower Family werken ‘talenten’: mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. “Wij geloven erin dat je met aandacht een individu kunt laten opbloeien.” Tegelijkertijd werkt The Flower Family graag met gecertificeerde kwekers die op hun beurt aandacht hebben voor hun energie- en pesticideverbruik. Laurens: “Zo kunnen we samen met onze leverancier toewerken naar een duurzamere keten.”

Slimme oplossingen en creativiteit

Online bloemen en planten bestellen is een trend, de keuze in aanbieders is waanzinnig groot. Toch weet The Flower Family zich te onderscheiden. Laurens: “Behalve dat je bij ons bloemen met een sociaal verhaal koopt, ontvang je die ook op een zo duurzaam mogelijk manier.” Zo levert The Flower Family de bloemen niet in doos, maar op water en stemt het aflevermoment goed af met de klant. De bloemen arriveren vers op het juiste moment zonder verspilling van materiaal. “Daarnaast vinden we het belangrijk om een stijlvol product te bieden. Onze stylisten kijken naar de seizoenen en modetrends, en laten zich ook graag inspireren in het buitenland.”



De drie oprichters van The Flower Family: Ilja Baks, Laurens Mulder en Jos van Beuningen.

Naar een offline beleving

Het bedrijf is drie jaar jong en heeft net een nieuwe website, www.theflowerfamily.nl. “Vóór corona hadden we met name grote bedrijven als klant. Nu weet vooral de consument ons goed te vinden”, vertelt Laurens. “Een gebruiksvriendelijke website voor consumenten en zakelijke klanten werd daarom onze prioriteit.” Ook offline zijn er mooie ontwikkelingen. “In de zomer van 2021 hoopt The Flower Family in Amsterdam de eerste pop-up-store te lanceren. Hiermee kunnen we niet alleen meer talenten een werkplek bieden, maar ook de consument een kijkje in de keuken geven. Het verhaal achter de bloemen wordt niet alleen verteld, maar ook werkelijk beleefd!” ←

Agenda 2021

Corona maakt het de evenementenbranche niet makkelijk. Op dit moment kunnen wij nog niet met zekerheid zeggen of onderstaande geplande beurzen zullen doorgaan. Mocht dat wel het geval zijn, dan neemt de organisatie de nodige maatregelen om de beurzen volgens de RIVM-richtlijnen te laten verlopen. Voor de meest actuele informatie over alle beurzen en evenementen: kijk op www.royalfloraholland.com/agenda.

Trade Fair Naaldwijk

www.royalfloraholland.com/tradefair

**woensdag 17 en
donderdag 18 maart**

Spring Fair Aalsmeer

www.royalfloraholland.com/agenda

**woensdag 14 en
donderdag 15 april**



Wij werken aan een nieuwe GROW

Het magazine dat u nu in handen heeft, is de laatste GROW in deze vorm. Op basis van het lezersonderzoek dat we afgelopen zomer deden, gaan we GROW verder ontwikkelen. We willen dat het blad nog beter aansluit bij de behoeften van onze kwekers en kopers en kijken hierbij ook naar de verschijningsvorm en frequentie. Natuurlijk blijven we u in via onze website en wekelijkse nieuwsbrief informeren en inspireren. Meld u aan voor de nieuwsbrief op www.royalholland.com.

Heeft u ideeën voor GROW? Stuur de redactie een e-mail via GROW@royalfloraholland.com!

Colofon

Colofon GROW

GROW, het relatieblad van Royal FloraHolland voor kwekers, kopers en onze partners, leest u ook op www.royalfloraholland.com/grow.

Redactieadres

GROW, Postbus 220,
2670 AE Naaldwijk

Deze GROW is gemaakt door

Evelien Engel, Karin Wangko, David Howes Smith, Iris van den Boezem, Nathalie Montfoort, Marcel Bosma (vormgever), drukkerij Senefelder Misset en Thomas Gerkrath (corrector).

Fotocredits

Beeldschoon: Bloemenbureau Holland. De toekomst: Jurriaan Hoefsmit. Visie van Steven, Mag ik u van dienst zijn, Samenwerken: Nils van Hout. Mag ik u van dienst zijn: Thomas Bügel. Duurzame sierteelt: Hoek Group, BLUME 2000. Trends: The Flower Family. Overige fotografie: Erik van der Burgt.

Wijzigingen doorgeven?

Voor informatie over of wijzigingen in de toezending van dit relatieblad kunt u e-mailen naar ledenadministratie@royalfloraholland.com

Drukproces

Het drukproces van dit blad voldoet aan de strengste eisen op het gebied van milieu en gezondheid. Dit tijdschrift wordt gedrukt op FSC®-gecertificeerd papier. De folie voor de verpakking van GROW is suikerriet folie, hét alternatief voor het traditionele PE folie, en heeft het OK biobased-certificaat. Het materiaal is volledig recyclebaar binnen het reguliere inzamelsysteem.





Alle directe orders 100% Digitaal

Ontdek de voordelen van Floriday en schrijf u nu in
voor een workshop via **floriday.io/workshops**

Meer informatie over 100% Digitaal vindt u op **floriday.io/100digitaal**