

FloraHolland transformeert van fysieke naar virtuele veiling

KOPEN OP AFSTAND

Nederland is de grootste producent van snijbloemen en planten ter wereld. De verschillende bloemenveilingen die ons land rijk is, vormen het hart van de handel, de fysieke plaats waar vraag en aanbod samenkomen. De manier waarop is echter in rap tempo aan het veranderen door Kopen op Afstand, kortweg KOA. Een gesprek met Jaap Joling, coördinator KOA bij FloraHolland.

Door Mirjam Hulsebos

Ruim de helft van de wereldhandel in sierteeltproducten speelt zich af in Nederland. In ons land is FloraHolland met een marktaandeel van 52,7 procent marktleider. Als de fusie met Bloemenveiling Aalsmeer op 1 januari 2008 zijn beslag krijgt, domineert de nieuwe veiling de gehele Nederlandse markt.

Op de veiling komt het aanbod van kwekers samen met de vraag van kopers: exporteurs, groothandels, bloemisten, tuincentra en ambulante handel. Op de klokken worden zowel grote als kleine partijen bloemen en planten geveild. Naast de handel via veilingklokken faciliteert het bemiddelingsbureau van FloraHolland ook rechtstreekse contacten tussen telers en kopers.

Meerdere klokken

“De veilingwereld is dol op tradities. Het is een vrij behoudend wereldje. In wezen is de manier van opereren in meer dan honderd jaar tijd nauwelijks veranderd”, vertelt Joling. Iedere dag vanaf de middag tot diep in de nacht komt het aanbod binnen. Om 6 uur 's ochtends begint het veilen. Dat gaat door tot alle partijen zijn geveild, hoe lang dat duurt hangt af van het aanbod. De vestiging in Naaldwijk concentreert zich op internationale handel. Naast exporteurs zitten er ook buitenlandse klanten in de bankjes. Dit zijn mensen die in Nederland zijn komen wonen en bloemen inkopen voor hun land van herkomst, maar ook kopers die vele honderden kilometers reizen.

Toch is Kopen op Afstand niet in eerste instantie voor hen ontwikkeld, zegt Joling. “Kopen op afstand is een oplossing om op meerdere klokken tegelijkertijd te kunnen kopen.

Zit je als koper op een van de vier tribunes, dan kun je maar op twee of drie klokken kopen, afhankelijk van de tribune waar je op zit. Beschik je echter over een laptop met een KOA-applicatie, dan kun je ook op de klok in de naastgelegen hal of zelfs op een andere vestiging meebieden. Dat geeft de kopers veel meer flexibiliteit.”

Al in 1987 deed Joling de eerste proef met KOA: met drie camera's liet hij beelden maken van de stapelwagens die de afmijnzaal binnen reden, de medewerker die het product toonde en de klok. Hij monteerde deze drie beelden in een tv-scherm. In een kantoor elders in het veilinggebouw zaten de inkopers comfortabel met een ruime werkplek naar de tv-beelden te kijken en konden op afstand meebieden op de partijen. De interesse was niet overweldigend omdat inkopers het fysieke contact met het product misten. Na diverse proeven door de jaren heen is in 1990 de proef beëindigd en richtte FloraHolland zich op een nieuwe uitdaging: grootbeeldveilen. Hierbij werd het product op een groot scherm in de afmijnzaal getoond, met het idee dat als dit wel goed zou vallen de karren fysiek niet meer door de veilinghal hoefden te komen. Maar ook deze proef liep zijn tijd te ver vooruit. Wederom gaven kopers aan dat ze het fysieke product wilden kunnen blijven zien. “Ja, het is een hele behoudende wereld. Wij waren zo enthousiast over de nieuwe mogelijkheden die de technologie ons bood, maar het systeem had nog wel wat technische beperkingen. Kopers wilden er gewoon niet aan”, blikt Joling terug.

Voor de muziek uit

Dat veranderde toen in 1995 een groepje mensen in Amstelveen een nieuwe importveiling begon, de Tele Flower Auction. Deze veiling stapte helemaal af van de fysieke handel en schakelde over op kopen via de PC. Bij TFA kwam 80 procent van de telers uit het buitenland. Aan de koperskant was dit precies andersom, 80 procent van de klanten waren Nederlandse exporteurs en 20 procent van de klanten bestond uit buitenlandse bedrijven. Een markt dus die zich bij uitstek leent om in een elektronische vorm te gieten. “Zij voerden het idee uit waar wij in 1987 al mee begonnen waren. Het voordeel van die periode was dat internet net in opkomst was, PC's waren ingeburgerd, kortom: de technologie was een stuk verder. Bovendien hoefde TFA geen rekening te houden met stakeholders, zij konden op eigen gelegenheid een nieuwe importveiling beginnen. Dat zorgde ervoor dat TFA al snel erg succesvol werd.”

Dat succes speelde FloraHolland in de kaart, want wat eind jaren tachtig door klanten werd afgezworen, werd een kleine tien jaar later gezien als zeer innovatief. “Zo gaat dat als je te ver voor de muziek uit loopt”, zegt Joling nuchter. In 1997 blies FloraHolland KOA nieuw leven in, en met succes. Want na een aanvankelijk rustige start – in het vierde jaar bedroeg het omzetaandeel nog slechts vijf procent – zit de

groei er nu flink in. Werd in 2006 een kleine 20 procent van de omzet via KOA verkocht, dit jaar denkt Joling uit te komen op 35 procent. “En voor volgend jaar durf ik helemaal geen voorspellingen te doen. We stappen dan over van ISDN naar een internetverbinding, waardoor het voor klanten vele malen goedkoper wordt omdat de telefoontikken wegvallen. Ik verwacht dus zeker niet dat de groeicurve afvlakt.”

Compleet overzicht

Joling geeft een kleine demonstratie. Midden op het scherm staat een grote hoofdklok. Rechts daarvan staan de specificaties van de partij die op dat moment wordt geveild. Aan de linkerkant staan in kleine schermpjes vier volgglokken. Met de klik van een muis verandert een volgglok in hoofdklok. Net zo gemakkelijk wissel je de volgglokken, waarbij je op dit moment alleen nog maar keus hebt uit de tien klokken van Naaldwijk, maar vanaf volgend jaar ook uit de 16 klokken die zich op de overige vier veilingen van FloraHolland bevinden. Links onderin staat gemeld wat de komende partijen zijn. Zo weet de koper of hij bij de les moet blijven of dat hij zijn wachttijd beter kan benutten met andere werkzaamheden. Rechts onderin staat het menu dat kopers overzicht biedt: de datawand. Deze laat zien wat er die dag geveild wordt en hoeveel aanbod er van een bepaald product is.

KOA speelt in de consolidatieslag een belangrijke rol

Joling: “KOA brengt alle informatie die kopers nodig hebben samen op één scherm. Dat maakt het voor hen zo veel overzichtelijker. Doordat ze snel van klok kunnen wisselen, kunnen ze nu in meerdere afmijnzalen tegelijkertijd inkopen, iets wat vroeger niet kon. De inkoop is daardoor vele malen efficiënter. Veel kopers zitten met hun laptop in de ene afmijnzaal en bieden door middel van KOA mee op klokken in de andere afmijnzaal. Maar je kunt ook binnen Europa meebieden. Het maakt niet meer uit waar de koper zich bevindt.”

Zoekvragen

's Ochtends vanaf 4 uur kunnen kopers het aanbod van die dag downloaden. In een gedetailleerd zoekstelsel kunnen ze het complete productaanbod doorzoeken. Het aanbod is eerst opgedeeld in hoofdcategorieën: rozen, gerbera's, lelies etcetera. In de laag daaronder worden die opgedeeld in subcategorieën, die vervolgens in nog fijnere specificaties te verdelen zijn. Zo kunnen klanten precies ingeven wat ze zoeken, bijvoorbeeld de Passion, een roos, met een steel van



Foto: Harry Otto.

Jaap Joling, coördinator KOA bij FloraHolland: “De rol van de tussenhandel verandert: extra diensten aanbieden die waarde voor de klant toevoegen”.

50 centimeter. In een paar muisklikken zie je precies welke kwekers die dag Passions 50 centimeter aanbieden, in welke hoeveelheden en in welke kwaliteit. De partijen waar de koper op wil bieden kan hij markeren. Straks tijdens de veiling krijgt hij tijdig een seintje dat een partij die hij heeft gemarkeerd geveild gaat worden.

Joling: “Het makkelijke is dat de koper zijn zoekvragen kan bewaren. Als hij de volgende dag vergelijkbare partijen wil inkopen, is hij dus zo klaar. Dit scheelt kopers zo verschrikkelijk veel tijd. Vroeger moesten ze alle neerzethallen door lopen om het aanbod te bekijken, de kwaliteit te controleren en te zien hoeveel van dat product er die dag werd aangeboden. Dat kan hij nu allemaal op zijn beeldscherm krijgen. Veel kopers willen overigens nog steeds zelf de neerzethal in om het product met eigen ogen te zien, maar naarmate KOA in populariteit toeneemt en kopers er meer gewend aan raken, neemt die behoefte om producten te zien wel iets af.” Op dit moment toont het systeem nog geen foto’s van de partij zelf, maar een stockfoto van dat product. Alle Passions zien er in grote lijnen immers hetzelfde uit. “Maar binnenkort kunnen kwekers zelf foto’s aanleveren van het product, zodat kopers niet langer een stockfoto zien maar een foto van een bloem uit de partij die ze kopen. Dat wordt allemaal geïntroduceerd nadat we zijn overgestapt van ISDN naar de internetverbinding, dan hebben we meer mogelijkheden om beeld mee te zenden”, zegt Joling.

Beheersbaar

Voor de veiling zelf brengt KOA op dit moment nog geen grote veranderingen in de processen met zich mee. Nog altijd worden karren met bloemen langs de klokken gereden, nog altijd houdt de opsteker de partij omhoog zodat kopers in de bankjes een beter beeld krijgen van het product. En dat zal ook nog wel een hele tijd zo blijven voorspelt Joling. “Maar er komt een moment dat de fysieke klokken verdwijnen en dat alles via de PC gaat. Dat kan zowel via KOA of door mee te bieden in de afmijnzaal waarin gebruik wordt gemaakt van beeldveilen. De voordelen die deze ontwikkelingen met zich meebrengen zijn gewoon te groot.”

Joling somt deze voordelen van KOA nog maar eens op: kopers kunnen vanaf iedere plaats in Europa meebieden op partijen; ze kunnen heel snel wisselen tussen verschillende klokken zodat ze niet meer op iedere tribune fysiek een inkoper hoeven neer te zetten; ze hebben een compleet en gemakkelijk doorzoekbaar overzicht van het aanbod op hun PC; doordat ze niet meer gebonden zijn aan de veilingbankjes kunnen ze ander werk doen op momenten dat er partijen worden geveild waarvoor ze geen interesse hebben. “De efficiency wordt zo verschrikkelijk veel groter en bovendien heb je als koper een veel beter overzicht. KOA maakt het inkoopproces niet alleen efficiënter, maar ook veel beter beheersbaar.”

Het overzicht en de beheersbaarheid worden nog groter als het straks mogelijk wordt om mee te bieden op de klokken

op de andere vestigingen van FloraHolland. “Met de huidige ISDN-verbinding moet je eerst uitloggen in Naaldwijk voordat je in Bleiswijk kunt inloggen, maar dat is straks met de internetverbinding verholpen”, juicht Joling. Als dan ook de fusie met Bloemenveiling Aalsmeer is afgerond komen er nog meer klokken beschikbaar. “In eerste instantie blijft het KOA-systeem van Aalsmeer parallel aan ons KOA-systeem meedraaien. Uiteindelijk wordt het één systeem en is het hele aanbod van FloraHolland vanaf één PC te bekijken en te kopen, dan komt dus meer dan de helft van de wereldveilinghandel op één PC samen.” Zelfs een visionair als Joling had dat twintig jaar geleden bij de eerste proef niet voor mogelijk gehouden.

Bestaansrecht

De veiling als marktplaats zal ook in de toekomst zeker blijven bestaan, voorspelt Joling, is het misschien niet langer meer fysiek, dan toch zeker virtueel. “De veiling is aantrekkelijk voor kwekers. Je bent namelijk gegarandeerd van afzet, de logistiek wordt geregeld en je weet zeker dat je je geld op tijd krijgt. De veiling organiseert een aantrekkelijke marktplaats. De behoefte daaraan zal altijd blijven bestaan.”

Meer dan de helft van de wereldveilinghandel komt op één PC samen

Al met al raakt de keten steeds verder geïntegreerd. “Nu heeft een koper nog op zijn ene PC KOA draaien en brengt hij de ingekochte partijen op een andere PC in, zodat ze in zijn webshop zichtbaar worden voor zijn afnemers. Dat kan straks worden geïntegreerd, zodat de gekochte partijen zonder handmatige tussenkomst rechtstreeks vanuit ons KOA-systeem in de webshop van de koper worden gezet”, vertelt Joling.

Maar ook op andere gebieden is die integratie in de supply chain in volle gang. Zo geven sommige kopers hun eindklanten inzicht in KOA. Niet altijd omdat ze dat zelf zo graag willen, maar omdat eindklanten dat eisen. “Die willen ook inzicht in het totaalaanbod”, constateert Joling. “De rol van de tussenhandel verandert. Waar deze traditioneel uit het hele brede aanbod een assortiment samenstelde voor de eindklant, is zij nu bezig extra diensten aan te bieden die waarde voor de klant toevoegen.”

Internationaal

Tegelijkertijd verandert ook de structuur van de markt. Door samenwerking tussen telers in telersverenigingen groeit de

grootschalige productie van sierteeltproducten snel. Ook afnemers worden steeds groter. Mede om op deze consolidatieslag te kunnen inspelen, hebben Bloemenveiling Aalsmeer en FloraHolland besloten gezamenlijk verder te gaan. Ook KOA speelt in die consolidatieslag een belangrijke rol, meent Joling. “Straks is het mogelijk om vanaf één systeem op 38 veilingklokken in te kopen. Dat maakt het voor kopers nog aantrekkelijker om op KOA over te stappen. Je kunt immers fysiek niet tegelijkertijd in Aalsmeer en Naaldwijk zijn, maar virtueel is dat een fluitje van een cent.” Hij lacht om hoe snel de ontwikkelingen zijn gegaan. “Ik kan me nog herinneren dat er ooit een kwekersstaking was op de tribune tegen de toenemende import. Nu zitten sommige van die kwekers met hun productie in het buitenland, omdat dit financieel aantrekkelijker is. De sierteelt is gewoon een wereldmarkt geworden. Het aanbod komt overal vandaan, de vraag ook. De veiling brengt die wereldwijde vraag- en aanbodzijde samen.”

Joling vertrouwt op de kracht van de veiling: het bieden van een aantrekkelijke marktplaats, met voor telers een gegarandeerde afname en gegarandeerde betaling en voor kopers een totaaloverzicht van het wereldwijde aanbod. KOA kan daarin heel goed ondersteunen.

Mirjam Hulsebos is freelance journalist.

The screenshot shows a web interface for an online archive. At the top, it says 'Online archief' and 'Online archief Business Process Magazine'. There is a search bar with the placeholder text 'trefwoorden:' and a 'zoek' button. To the right of the search bar, it says 'Zoektips' and 'U bent op dit moment niet ingelogd. [inloggen]'. Below the search bar, there are 'Extra zoekcriteria:' with radio buttons for 'Business Process Magazine' (selected) and 'Alle magazines'. To the right of these are 'Zoek in:' checkboxes for 'Alle velden', 'Titel', 'Auteur', and 'Omschrijving'. Below these are input fields for 'Jaar' and 'Bladnummer'. At the bottom, there is a 'Datum:' section with 'van:' and 'tot:' dropdown menus. The 'van:' dropdown is set to 'Januari' and '1993', and the 'tot:' dropdown is set to 'September' and '2005'. At the very bottom, there is a 'Aantal artikelen per pagina:' dropdown set to '25'.

Online-archief Business Process Magazine

BPM-lezer opgelet! Artikelen over onderwerpen als Proces-integratie, -Modellering, Business Intelligence, Compliance en nog veel meer vindt u in het Online Archief van Array Publications. Vaktijdschriften als Storage Magazine, Database Magazine, IT Service Magazine hebben hun artikelenarchief online gezet. Met een Google-achtige zoekstructuur vindt u snel wat u zoekt op www.businessprocess.nl