

Datum: 18 augustus 2008
Auteur: Bernhard Nanninga

De klok, de markt en uw marge

De huidige malaise in de afzet van bloemen en planten is niet leuk voor producent en handel maar juist wel uitdagend om oplossingen te zoeken en kansen proberen te benutten. Vorige week was ik bij een vooraanstaande producent van Alstroemeria; prachtige snijbloemen waar nog veel in valt te doen qua marktontwikkeling. Ook dit product lijdt mee met de huidige malaise in de markt. De concurrentie uit Colombia en Afrika neemt een belangrijke deel in van de markt met een goede kwaliteit. Met verbazing constateerde ik dat deze kweker de Ferrari onder Alstroemeria's kweekt maar dit als commodity voor de veilingklok zet. Dat is natuurlijk koren op de molen van de handel. Een topproduct voor een bodemprijs waar je een aardige marge tussenuit kunt halen.

Met verbazing moet ik regelmatig vaststellen dat wij als top sierteeltproductieland een zeer goede kwaliteit weten te telen en de oogst gewoon voor een veilingklok zetten om gelaten af te wachten wat men er voor zal geven...

Wanneer gaan we ons als individuele producent werkelijk eens verdiepen in de behoeften van de markt en onderzoeken wat deze van ons vraagt? Wanneer koppelt u uw kracht als ondernemer/kweker aan de kansen in de markt? De juiste waarde toevoegen vanuit de behoefte van de keten gericht op uw doelgroep is dé manier waardoor u meer omzet en marge maakt. Zo eenvoudig is het!

Dit is natuurlijk makkelijker gezegd dan gedaan en hier bestaan wij als dienstverlenend bureau van omdat het specialistisch werk is. Toch kan menig teler al een heel eind komen door letterlijk meer in contact te gaan staan met de keten en hierin te kijken wat hij kan doen om een betere en zo mogelijk unieke concurrentiepositie op te bouwen. De veilingklok is een uitstekend instrument voor bulkproducten maar niet voor de vele topproducten zoals wij die telen! Daag uzelf eens uit om met beide benen in de markt te gaan staan.