



Gerard van den Anker, Veiling Zaltbommel over digitale kloksysteem:

“We moeten af van de ‘black box’ rond de prijsvorming”

Begin 2022 trad Gerard van den Anker aan als directeur van Veiling Zaltbommel. Zijn eerste tijd noemt hij enerverend. “Het lijkt wel of de wereld op hol is geslagen en er in rap tempo nieuwe dilemma’s opdoemen. Het is een hele dynamische tijd.” Uit zijn politieke en bestuurlijke carrière nam hij ervaring en een netwerk mee. “Politieke ervaring en belangen behartigen komen heel mooi samen in deze functie bij Veiling Zaltbommel.” Daarnaast is hij zelf perenteler. “Dus ik weet heel goed wat je moet doen om een goed product te telen en welke inspanningen daarvoor nodig zijn. Als er weersextremen zijn, ervaar ik die ook. Het is heel mooi om dicht bij de telers te staan.” Zijn ambitie met Veiling Zaltbommel is om mee te groeien met de markt en met passie spreekt hij over het gebrek aan waardering voor telers en de noodzaak om de afstand tussen teelt en consument te verkleinen. Met Primeur deelt Gerard zijn visie als het gaat om onder meer het belang van prijstransparantie, de uitdagingen waar de teelt voor staat en de noodzaak van het behouden van de teelt van groenten en fruit in Nederland.

Wat is je agenda met Veiling Zaltbommel de komende tijd?

“Naast digitalisering van de klok, is dat het blijven binden van telers en afnemers. Dat kunnen ook leden zijn die vanuit het buitenland produceren. Dat betekent dat we onze seizoenen ook kunnen verlengen. Telers vanuit het zuiden, voor zowel groenten als fruit, zorgen ervoor dat we een breed aanbod hebben voor onze kopers zodat in een ‘one-stop-shop’ alle producten verkregen kunnen worden. Dat betekent dat we ook producten aanbieden die niet in Nederland geproduceerd worden en daardoor zijn we in de unieke positie dat we vrijwel jaarrond verse aardbeien kunnen leveren. Verder lopen er gesprekken met partijen die ons benaderen om via Veiling Zaltbommel nieuwe appel- en perenrassen in de markt te zetten. Veiling Zaltbommel is een veiling zonder fratsen, men weet Zaltbommel te vinden!”

De trend is dat de retail steeds meer direct wordt beleverd; hoe zie je de rol van een coöperatieve veiling?

“Versnippering voorkomen, dat staat voorop. Maar ook laten zien waar je mee bezig bent en wat er in de teelt moet gebeuren is belangrijk. Als je partijen uitnodigt in de teelt, ontstaat er meer waardering voor al hetgeen een teler moet doen om een product in het winkelschap te krijgen. Die bewustwording is voor zowel consument als retail belangrijk. De hard- en zachtfruitdagen en ‘Kom in de kas’ spelen daarbij bijvoorbeeld een rol. De afstand van de consument tot de teelt is erg groot. Het is mooi om daar een brug te slaan en die afstand te verkleinen met daarin de verwachting dat als consumenten in de supermarkt voor het schap staan, ze ook bewust kiezen voor het product van dichtbij in plaats van een product van veraf.”

Opschaling speelt een rol in de voedselketen. Is dat iets waar Veiling Zaltbommel mee bezig is, in de vorm van meer telers of in de vorm van overname/samenwerking?

“Het is belangrijk om te blijven groeien in de markt. We zijn groot in met name zachtfruit: aardbeien, frambozen, rode bessen. De markt daarvan groeit en onze klanten groeien, dus dat betekent ook dat je aan teeltzijde kunt en moet groeien. Als je gaat groeien moet je aan beide zijden - zorgen voor voldoende groei; daar moet je evenwicht in zoeken. Dat gaat goed. Daarbij zitten we op een unieke locatie in Nederland, midden in het land gelegen aan de A2. Alle logistieke dienstverleners komen wel over de A2 waardoor we enorm centraal gelegen zijn. Dat biedt voor ons extra mogelijkheden zowel in de aan- als

in de afvoer. Dus ook voor telers zitten we op een interessante locatie.”

“Veiling Zaltbommel is een coöperatie van en voor de teler, zonder eigen handelspositie. Daarin maken we als Veiling Zaltbommel het verschil. Het is een kleine organisatie waar de lijnen kort zijn en telers en kopers bekend zijn. We doen graag een stapje extra. De afgelopen maanden blijkt ons verhaal aan te slaan; we binden nieuwe leden en nieuwe kopers met het belangrijkste credo: kwaliteit. Daarnaast hebben we korte doorlooptijden en vers is ook echt vers. We zijn zeer flexibel. Heel veel kan in Zaltbommel en dat leidt ertoe dat we een mooie aanwas hebben van nieuwe leden en nieuwe kopers. We weten Veiling Zaltbommel in de markt goed te positioneren en dat dragen we ook uit.”

Jullie hebben een digitale veilingklok in de planning. Wat is het belang nog van de klok?

“We laten graag zien waar we mee bezig zijn; één van die zaken is prijstransparantie. Bij ons is de klok een belangrijk instrument en een groot goed. Op de veilingklok komen heel transparant prijzen tot stand. Wij willen daar onderscheidend mee zijn, want wij vinden dat telers recht hebben op prijstransparantie. We zien dat de telers het weten te waarderen dat de totstandkoming van de prijzen geen ‘black box’ is. Maar die prijzen zijn gewoon open. Zo hoort het en daar staan we voor. Bij Veiling Zaltbommel wordt op kavel geveild en er is geen blokvorming in partijen. De koper kan echt op telersniveau een partij uit drukken. Dat betekent dat je een naam kunt opbouwen en iets extra's uit de markt kunt krijgen als je als teler een goed product en een goede naam hebt. Als er in blok geveild wordt, doe je als teler mee met het gemiddelde en worden extra inspanningen en kwaliteit vaak minder beloond. We merken dat onze kopers en onze telers dat weten te waarderen. Dat betekent ook dat wij gaan investeren in de klok. We gaan de klok digitaliseren om daarmee ook nog interessanter te worden voor zowel telers als kopers. Het is een soort open marktplaats voor telers en voor kopers die daarmee ook kwalitatieve producten kunnen waarderen. Het opent ook de weg voor meer buitenlandse aanbidders en afnemers. Dat is echt groei.”

“Maar de digitale klok dient ook om de prijstransparantie, die bij ons hoog in het vaandel staat, te verhogen. Telers krijgen te zien welke prijzen gemaakt worden voor hun producten en daar zit geen enkele marge tussen. Dus de prijs die de Veiling krijgt is ook de prijs die de teler krijgt. Wij nemen geen handelspositie in en er wor-

den geen marges toegevoegd. Zoals het hoort bij een coöperatie proberen wij voor onze telers tegen zo laag mogelijke kosten een zo hoog mogelijke prijs te realiseren. Dus de prijs gaat één op één naar de teler en ik hoor dat dit niet overal zo is.”

Zie je de klok ook als een factor in de marktmacht ten opzichte van de retail?

“Ja, ik vind van wel. De klok is een eerlijk instrument en met name als er bij de start van een seizoen voor het eerst een groot volume is dat in de markt moet worden aangeboden, dan is het de vraag wat de prijs op dat moment gaat doen. Prijsvorming kan plaatsvinden op basis van historische gegevens of prijzen die in het buitenland worden gehanteerd. Maar wat is nu bijvoorbeeld de prijs van de eerste grote partij Nederlandse frambozen? De klok begint te lopen en er wordt gedrukt; op dat moment is dat de prijs van Nederlandse frambozen in de markt. Die kan niet eerlijker tot stand komen dan met de klok. Die prijzen worden ook direct in de markt doorgegeven. Het is eigenlijk de graadmeter van de prijs. Hoe komt anders een prijs tot stand? Wat is daarbij je vertrekpunt?”

De consument heeft - overigens net als de telers - te maken met forse inflatie en zal keuzes moeten maken in de uitgaven. De budgetten staan onder druk. Hoe zie je kansen voor de afzet van vers fruit?

“Ik zie volop kansen voor vers en voor fruit. De coronapandemie heeft het bewustzijn vergroot dat verantwoord eten toch een belangrijk fundament is voor de gezondheid. Dat biedt zeker kansen in de markt. De consument ervaart dat alles duurder is geworden terwijl er best ruimte is voor een betere margeverdeling in de keten. Een eerlijke prijs is immers een verantwoordelijkheid voor de gehele keten.”

Er is heel wat te doen over de stikstofplannen van de Nederlandse overheid. Hoe leeft dat bij jullie telers en wat vind jij dat hierin de juiste weg is?

“Telers zijn bezorgd. Nederland moet zijn agrarische sector koesteren om minder afhankelijk te worden en te blijven van het buitenland. Het is o zo belangrijk dat we de voedselproductie in Nederland weten te behouden, want we zien dat als we afhankelijk worden - zoals Europa bijvoorbeeld is op het gebied van energievoorziening - we kwetsbaar zijn. Ik heb daardoor ook begrip voor de boerenacties. Maar de agrariër is ook de stoffeerder van ons buitengebied. We kunnen enorm genieten van ons landschap, maar dat landschap moet onderhouden worden en daar slagen onze agrariërs erg goed in. Een opwaardering van de Nederlandse agrarische sector zou zeker op zijn plaats zijn. Ik verwacht dat er

een werkbare oplossing komt en dat is niet deze die momenteel is voorgesteld.”

Is het dan zo moeilijk om dat verhaal bij het publiek te krijgen? Nu staan voor- en tegenstanders erg tegenover elkaar.

“Ja, en dat leidt tot polarisatie. Uit heel de wereld komt men in Nederland kijken hoe efficiënt en hoe innovatief wij zijn op het gebied van onze voedselproductie. De Universiteit van Wageningen en, voor wat betreft fruit, de proeftuin in Randwijk, staan goed bekend. Wij zijn koploper en vervolgens krijgen de telers met de koploperspositie niet de waardering die ze wel zouden moeten krijgen. Fruit telen in Nederland is topsport als je kijkt naar alle uitdagingen die er zijn op het gebied van klimaat met alle weersextremen, zoals vorst, wind, hagel, droogte, hitte, wateroverlast. Diep respect voor de telers die onder deze omstandigheden en onder zware regelgeving - het Nederlandse voedsel is het meest veilige en wordt onder duurzame omstandigheden geteeld - produceren. Als je dan ziet hoe weinig waardering er van sommige partijen is, dat raakt me echt.”

“Als we ons de vraag stellen: Willen we in Nederland fruit telen? en het antwoord daarop is ja, moet je ook de randvoorwaarden weten te borgen die fruitteelt in Nederland mogelijk maken. Dat betekent een goed functionerend watersysteem, dat de teeltondersteunende voorzieningen (bijvoorbeeld een overkapping) ruimtelijk mogelijk gemaakt moeten worden, dat er een mogelijkheid moet zijn om voldoende gewasbescherming in te kunnen zetten als het natuurlijk evenwicht uit balans is. De randvoorwaarden moeten goed zijn, wil je een sector kunnen koesteren en wil je een sector bestaansrecht kunnen geven. Dat houdt in dat er toekomstbestendig beleid moet zijn en dat besluiten niet ad hoc of op basis van emotie worden genomen. En daar lijkt het soms wel op. Er moet een stip op de horizon gezet worden waar we naartoe gaan en tot die tijd moet er perspectief zijn voor de teler om te kunnen investeren en te blijven telen om ook jonge telers het mogelijk te maken om bedrijven over te nemen. In de gehele keten die daaraan vastzit - toeleveranciers en afnemers - heeft ieder daar een belang in. Dus laten we trots uitstralen en het elkaar zo makkelijk mogelijk maken zodat de voor Nederland zo belangrijke voedselvoorziening behouden kan worden.”

Wat zijn andere uitdagingen die de teelt raken en hoe kan Veiling Zaltbommel daarop inspelen?

“Naast energie en arbeid, zijn er uitdagingen op het gebied van gewasbescherming,

zeker met alle ambities die er zijn, en de beschikbaarheid van water; nu het half juli warm en wat droger begint is worden, is dat een groot goed. De Veiling stelt voor om in 2023 weer deel te nemen aan de GMO subsidie (Gemeenschappelijke Markt Ordening) om daarmee de kosten voor onze telers te kunnen verlichten.” Gerard was eerder voorzitter van de Nederlandse Fruittelers Organisatie (NFO) en is als lid van het algemeen bestuur betrokken bij het Waterschap Rivierenland. Hij geeft aan dat hij het netwerk dat hij hiermee opbouwde ook in zijn huidige functie goed kan inzetten. “Het is van belang om onder meer in de watervoorziening een vinger aan de pols te houden. Als Veiling Zaltbommel weten we de wegen te bewandelen om de belangen van onze leden te behartigen.”

Wat zijn je verwachtingen van de biologische categorie?

“Je ziet dat de groei van biologisch heel erg langzaam gaat en ook de consument zou dit eerst moeten omarmen en dat zien we op dit moment echter niet. De prijs van biologische producten is toch substantieel hoger. De teler is degene die op het moment de risico's neemt, want de ambities zijn geduid in een streefpercentage biologisch, maar je kunt de markt niet dwingen. Je ziet vaak dat ambities worden geduid in percentages, zonder dat daarbij een impactanalyse wordt gemaakt en gekeken wordt of de consument ook daadwerkelijk bereid is om een meerprijs te gaan betalen voor een product. Bijvoorbeeld bij PlanetProof zien we die meerprijs nog steeds uitblijven, ondanks alle duurzaamheidsambities die opgelegd worden tot aan bovenwettelijke eisen aan toe. Kennelijk is de retail, kennelijk is de consument en kennelijk is met name ook het buitenland - de export - niet bereid om daar een meerprijs voor te betalen. Overigens is de teler bij Veiling Zaltbommel vrij te kiezen aan welke certificering hij deelneemt.”

De huidige energieprijzen zijn volatiel en hoog; wat is daarvan de impact op glasteelten zoals bijvoorbeeld die van aardbeien?

“Het is voor elke individuele ondernemer momenteel de vraag: hoe gaat mijn teeltplan eruitzien? En hoe ga ik dat vervolgens met energie doen? Er is nog nooit zoveel over energiekosten nagedacht als nu. Het planttijdstip was jarenlang een automatisch ritme, terwijl telers nu zoekende zijn om met zo min mogelijk energie een teelt in te vullen. Dat is per bedrijf verschillend en dat is best spannend. Dat is echt pionieren, want het is onduidelijk wat de gasprijs over een week of over een maand zal zijn. Het is allemaal onberekenbaar. Hoe

streng zal de winter zijn? Hoe ontwikkelt de geopolitieke situatie zich? Er zijn zoveel vraagtekens, naar mijn idee is het in de teelt nog nooit zo onzeker geweest. Veel telers zijn aan het rekenen en worstelen met dilemma's over de opbrengsten van de producten bij de huidige gasprijzen. En dit naast alle andere kostenstijgingen. Het is niet alleen energie, maar ook inflatie, bemesting, arbeid en andere kosten zoals bijvoorbeeld van onderdelen. Aan alle knoppen van kostprijsverhoging wordt op dit moment gedraaid. Het is zeker in de glasteelt moeilijk om de juiste beslissingen te maken. Als Veiling Zaltbommel zitten we kort op de bal en hebben we nauwe contacten met telers. Dat is gunstig, omdat we ook onze verkoopstrategie moeten aanpassen. Korte lijnen zijn daarbij een groot goed zodat we in kunnen spelen op de markt en heel duidelijk weten wanneer we wat kunnen verwachten.”

Wat doet dat met het verdienmodel van de teler en de consumentenprijzen van AGF?

“Met een betere margeverdeling in de keten is er meer perspectief voor de teler om mee te kunnen doen met de kostenstijgingen die er op dit moment zijn. Zo heeft LTO het project 'Verdienen in Ketens' opgezet - dat brengt de hele keten waaronder diverse boerenorganisaties, Rabobank en alle supermarktketens bijeen - om tot afspraken te komen. Ik hoop dat dit project zijn vruchten gaat afwerpen en dat het bewustzijn vergroot wordt. Het is nog nooit zo nodig geweest als nu. Ook hier is prijstransparantie een groot goed, maak het maar inzichtelijk. We moeten een beetje af van de 'black box' rondom prijsvorming. Vergeet niet, we hebben elkaar nodig. Dat is ook het mooie van een veilingcoöperatie: het is belangrijk om versnippering te voorkomen. We moeten het echt samen doen. Ik ben van mening dat als je samenwerkt dat het echt ten goede kan komen van de individuele teler. Zowel de teler, de veiling, de retail, de markt en foodservice; we hebben elkaar allemaal nodig. Het is voor iedereen gezond als iedereen een boterham kan verdienen. Dat geeft voor alle schakels bestaansrecht en dat waarborgt ook ieders verdienmodel. Als er duurzaamheidsambities en bovenwettelijke eisen op het gebied van biodiversiteit zijn, moet daar ook waardering voor zijn. Iedereen is voor biodiversiteit, maar het lijkt alsof niemand daarvoor wil betalen. Dat is heel erg gek. De teler kan daarbij - in de voedselvoorziening en als stoffeerder van het landschap - een belangrijke rol vervullen en de biodiversiteit versterken.” (MW)

G.vandenAnker@veiling-zaltbommel.nl