



MAANDVERSLAG JUNI & JULI 2011

Inleiding

Daar we zijn begonnen met een prachtig voorjaar, moeten we inmiddels constateren dat de zomer het behoorlijk af laat weten. Niet voor iedere groenteman een bezwaar, maar de meeste hebben toch wel baat bij mooi weer. Het consumentengedrag is ook wezenlijk anders bij zomerse temperaturen dan bij middelmatig weer. Gemiddeld genomen heeft de groenteman toch wat in moeten leveren in de zomermaanden. Nu maar hopen op een goede nazomer.

BIO-pakketten bijna op

In het begin van het jaar hebben we gratis promotiepakketten BIO/Streekproducten aangeboden aan onze leden. Deze pakketten zijn ontwikkeld naar aanleiding van een pilotproject wat in 2010 is afgerond met tien ondernemers. Hieruit is ook een handleiding opgesteld met aanbevelingen, voordelen en valkuilen. Dit maakt onderdeel uit van het pakket. De pakketten zijn goed ontvangen door de leden en we zijn bijna door de 100 pakketten heen. Wellicht is het goed om in het najaar een belronde te doen onder de afnemers van de pakketten en vragen of ze resultaten hebben geboekt binnen deze productgroepen. We kunnen in ieder geval stellen dat we een succesvol project hebben gedraaid.

Nieuwe media (Social Media)

Social Media is het thema van dit jaar. Twitter, hyves, facebook etc. zijn voorbeelden van Social Media. Niet alles is even geschikt voor zakelijk gebruik of commerciële doeleinden, maar Twitter is in toenemende mate populairder aan het worden. Hier heeft ADN op ingespeeld. Niet alleen is zowel ADN als AGF Servicepunt gestart met een eigen Twitteraccount, we hebben ook een handleiding opgesteld voor onze leden. Een handleiding die op een hele eenvoudige wijze uitleg geeft over het gebruik van Twitter, het opzetten van een eigen account en de marketingmogelijkheden via Twitter. Het blijkt inmiddels dat er al een aardige groep groentemannen is die een eigen twitteraccount hebben en ook gebruik maken van de overige mogelijkheden van nieuwe media. Een goede ontwikkeling, want de groenteman kan niet achterblijven op dit gebied. Inmiddels zijn er al aardig wat handleidingen verstuurd naar onze leden. Nu maar hopen dat er ook actief mee wordt gewerkt. Want een goed en consequent gebruik van de mogelijkheden die de nieuwe media te bieden hebben, biedt echt kansen. Zowel ADN als AGF Servicepunt zijn in korte tijd ver over de 100 volgers heengegaan. Hierbij merk je ook dat er steeds meer reacties komen op de berichten die worden geplaatst.

Webinar

In navolging op het voorgaande onderwerp is er door CKO ook een eerste Webinar georganiseerd. Een webinar is een soort van digitaal seminar via internet. De presentatie vindt op een bepaalde locatie plaats en is live. Deelnemers aan de webinar kunnen dus door het hele land zitten, zij loggen zich in en kunnen actief deelnemen aan de webinar



en de eventuele discussies die hier ontstaan. Vragen kunnen dan ook live worden beantwoord. Een mooie, nieuwe ontwikkeling die ook weer tal van mogelijkheden biedt om informatie over te brengen. Groot voordeel hiervan is dat je de informatie 'bijeenkomst' gewoon thuis achter je PC kunt volgen. Je hoeft dus niet meer fysiek aanwezig te zijn, dit laatste is immers voor veel ondernemers toch een hobbel gebleken de laatste jaren. De pilot had betrekking op het gebruik en de toepassing van tomaten en werd gepresenteerd vanuit Tomatoworld in het Westland. Inmiddels is er (met ondersteuning vanuit het HBD) een datum gepland voor de tweede webinar. Dit zal op de tweede beursdag gaan plaatsvinden (20 september). Het onderwerp van deze webinar is, heel toepasselijk, nieuwe media. Later volgt hierover nog meer informatie vanuit CKO.

Beurs AGF Detail

De beurs AGF Detail zit er weer aan te komen. Eerder dan normaal natuurlijk, want van een tweejaarlijkse beurs, is het een jaarlijkse beurs geworden (vooralsnog in ieder geval). De beurs wordt weer gehouden in Euretco te Houten. Dit jaar niet samen met de kaas & delicatessen, maar met de demodagen van de keurslager. Op zich voor de groenteman ook interessant om hier eens een kijkje te kunnen nemen en meer inzicht te verkrijgen in de mogelijkheden van versamenwerking.

Het thema van de beurs is 'Lef in AGF'. Een mooi thema waar veel omheen gedaan kan worden. De stand van ADN zal herkenbaar worden. De uitstraling van de stand zal in de lijn van de nieuwe brochure van ADN komen (Kaartenhuis). Daarnaast wordt er speciaal voor de beurs een lefttest ontwikkeld voor de ondernemers. De Lefttest geeft inzage in de onderdelen waar de ondernemer lef toont en waar nog mogelijkheden liggen.

Binnen de stand van ADN zal ook CKO aanwezig zijn met een aparte, eigen 'balie'. De balies binnen de stand zullen een aparte uitstraling krijgen, gerelateerd aan de kaarten van ADN.

Ook zal er de presentatie zijn van een nieuwe website een website waar vraag en aanbod uit de branche elkaar zullen gaan ontmoeten in de toekomst. In eerste instantie gericht op vraag en aanbod van winkelovername, maar ook personeel, inventaris en producten zullen een plaats gaan krijgen op deze website. De website is een gezamenlijk initiatief vanuit het project 'Werkzekerheid'. Een project wat zich intensief gaat bezighouden met bedrijfsopvolging en werkgelegenheid binnen de branche. Een project waar overigens (minimaal) drie jaar voor is uitgetrokken. Dit jaar staat voor een belangrijk deel in het teken van het inventariseren binnen de branche met betrekking tot de stand van zaken.

AGF Servicepunt

Binnen het AGF Servicepunt is de situatie (redelijk) stabiel. We zitten op een punt dat er weinig deelnemers afvallen, maar dat er ook weinig nieuwe bijkomen. We hebben daar vanuit het secretariaat wel behoorlijk wat actie op gevoerd, maar blijkt toch lastig te zijn



om nieuwe deelnemers binnen de 'club' te krijgen. Toch houden we nog vast aan de doelstelling van dit jaar: we willen 200 deelnemers hebben aan het eind van 2011.

Op de beurs zullen we daarom weer goed uitpakken en via een professionele stand proberen de (potentiële) deelnemers binnen te halen en aan ons te binden. Natuurlijk ligt hier ook een belangrijke taak voor bestuur en ledenraad. Jullie zijn tenslotte collega's van de potentiële deelnemers. Wij worden eerder gezien als verkopers.

Binnen het AGF Servicepunt gaan de ontwikkelingen wel door:

- Er zijn nieuwe sjablonen gemaakt binnen de ontwerpmodule van het extranet voor prijskaarten, posters en instore-dia's;
- Prijskaarten kunnen ook voorbedrukt besteld worden, zodat ze alleen nog met zwart hoeven worden ingedrukt;
- Er zijn mooie (korte) filmpjes ingekocht die afgespeeld kunnen worden op de instoresystemen van de deelnemers. Er is een behoorlijke keuze. Reacties hierop zijn zeer positief;
- Met de klankbordgroep zijn de thema's voor 2012 bepaald en vastgesteld. We hebben gekozen voor redelijk algemene thema's waar we veel omheen kunnen doen;
- We gaan voor de laatste twee thema's gratis receptenflyers verstrekken aan de deelnemers. Dit gaan we in 2012 proberen door te trekken;
- Er vindt met regelmaat overleg plaats met de AGF groothandelaren die supporter zijn van het AGF Servicepunt. Hierin proberen we te kijken of we aan een aantal thema's acties kunnen koppelen en of we gezamenlijk een aantal prijsacties kunnen bedenken;
- We proberen in het najaar een bijeenkomst te organiseren met de overige supporters om te kijken of we hier ook afspraken mee kunnen maken voor het nieuwe jaar;
- Op het gebied van nieuwe supporters is het nog even rustig. Er vinden wel een aantal gesprekken plaats, maar zijn op dit moment nog geen concrete ontwikkelingen over te melden.

Op kantoor van ADN is ongeveer 4 maanden een stagiaire actief geweest om een onderzoek te doen met betrekking tot AGF Servicepunt. Het ging daarbij om een tevredenheidsonderzoek onder de deelnemers van AGF Servicepunt en een onderzoek naar niet-deelnemers, wat hiervoor de reden is. Uit het onderzoek is veel nuttige informatie gekomen, veel vragen, opmerkingen en suggesties. Uiteindelijk zijn er binnen het rapport ook aanbevelingen gedaan. AGF Servicepunt gaat/is hiermee aan de slag. Uiteindelijk kan het rapport ook bijdragen in het verbeteren van het totale pakket en richting niet-deelnemers kijken wat of we de drempels weg kunnen nemen.

Licentie Werkfruit

In het vorige maandverslag en inmiddels ook via de andere informatiekkanalen hebben we al volop geïnformeerd over de afspraken die we hebben gemaakt met



GroentenFruitBureau met betrekking tot een gebruikerslicentie voor de marketinguitingen over Werkfruit. Groentemannen kunnen zich hiervoor aanmelden en kunnen daar dan gratis gebruik van maken. De licentiekosten zijn collectief betaald door het HBD/CAD. De licentie biedt ruimte voor 150 groentemannen. Op dit moment hebben al 138 ondernemers zich hiervoor aangemeld. Dat is een mooi resultaat en weer een mooie dienst vanuit ADN naar haar leden. Werkfruit blijkt overigens binnen de branche wel een groeimarkt te zijn. Wanneer je toch gaat bezorgen kun je daar ook andere dingen/diensten/leveringen aan koppelen (Schoolfruit, maaltijden bezorgen, boodschappendienst). Een en ander kan ook in samenwerking met verschillende versaanbieders.

Projecten ADN

ADN voert een aantal projecten uit. De meeste in samenwerking met CKO:

Werkzekerheid: hier hebben we het al kort over gehad. Werkzekerheid is het project waarbij we aandacht besteden aan de bedrijfsopvolging en de werkgelegenheid in de branche. Een gezamenlijk project met de andere sociale partners binnen de branche (FNV, CNV en CVAH). Dit jaar (2011) wordt gebruikt om een inventarisatie te doen binnen de branche met betrekking tot de huidige stand van zaken op deze onderwerpen. Inmiddels zijn er al behoorlijk wat bedrijven bezocht en wordt er al een beeld gevormd. Bij het bezoeken van de bedrijven merken we dat er toch wel veel vragen leven bij de leden (divers van aard). Veel van deze vragen hebben directe aandacht nodig. Dit heeft tot gevolg dat het geplande aantal bedrijven wat bezocht zou worden dit jaar naar beneden is bijgesteld en dat we kwaliteit voorrang geven boven kwantiteit. Het is een prima project om de ondernemers ook te informeren in de branche en in contact te komen met niet-leden van ADN. Hier liggen dus veel kansen.

Leercultuur MKB: Een project waarin ruim 20 bedrijven deelnemen. Binnen het project wordt een inventarisatie gemaakt van de leercultuur binnen het bedrijf. Belangrijk onderwerp wat hierin wordt meegenomen is het totale personeelsbeleid. Vanuit een bezoek wordt een rapport opgesteld met bevindingen, aanbevelingen en mogelijke knelpunten. Op een later tijdstip wordt dit rapport persoonlijk besproken met de deelnemende ondernemers. Er is nog ruimte in het project voor een aantal bedrijven. Kent u ondernemers die hier interesse in hebben, laat ze dan contact opnemen met Mark Heemskerk of met CKO.

Arbo en personeelsbeleid: dit blijft een belangrijk onderwerp binnen de branche. Hoewel het zeker niet slecht is gesteld met deze onderdelen van het ondernemerschap binnen de branche, is er op het gebied van bewustwording nog wel wat werk te doen. In veel bedrijven gaat het goed, maar dit is in veel gevallen meer 'geluk dan wijsheid'. De praktijk leert dat iedereen het belangrijk vindt, maar er geen actief specifiek beleid op heeft gezet. Met de bezoeken van de bedrijven proberen we deze bewustwording bij te brengen en aandacht te vragen voor zaken als: arbeidsrisico's, personeelsbeleid, wettelijke verplichtingen etc.



ThankYouNature

U heeft er vast al over gehoord en/of gelezen. ThankYouNature biedt kansen voor de groenteman. Kort uitgelegd, is ThankYouNature een productgroep met een label. Dit label betekent dat er in het product meer voedingsstoffen en/of hogere voedingswaarden aanwezig zijn dan gemiddeld in hetzelfde product. Belangrijk hierbij is, dat dit ook aantoonbaar en bewezen is. Het hele proces wordt dan ook streng gecontroleerd en geborgd. ADN heeft de afspraak gemaakt dat de ThankYouNature producten alleen verkrijgbaar zullen zijn bij ADN leden.! Een groenteman mag deze producten alleen gaan verkopen nadat hij de basismodule van de cursus Voedingsadviseur heeft gevolgd. Het zijn tenslotte producten met een verhaal en juist het verhaal maakt dit product onderscheidend. Kortom, kansen voor de groenteman die verder wil. Hierbij wijzen wij steeds weer op de stelling: "de groenteman is de apotheker van de toekomst". Met ThankYouNature hebben we een mooie tool in handen om de daad bij het woord te voegen. Inmiddels doen er ongeveer 40 ondernemers mee met de verkoop van de producten. Een mooie start, wat is voortgekomen uit de regioavonden die we door het land heen hebben gehouden. Maar we moeten natuurlijk naar veel meer deelnemers. Om het project succesvol te laten worden en exclusief bij de groenteman te behouden zullen we naar een behoorlijk volume toe moeten. De beurs biedt hier ook mogelijkheden voor. ThankYouNature zal hier dan ook vertegenwoordigd zijn. Wilt u meer lezen over dit project, neem dan een kijkje op www.thankyounature.nl

Studieclubs

ADN gaat kijken of de studieclubs weer nieuw leven in geblazen kunnen worden. Dit willen we gaan proberen in samenwerking met Enteiro. Een aantal studieclubs is nog wel min of meer actief, maar zijn ook zoekende naar ondersteuning. Daarnaast willen we proberen om weer nieuwe studieclubs op te gaan richten. We gaan 'proefdraaien' met een bijeenkomst in Noord Holland. Een bestaande studieclub die graag wat wil uitbreiden en wellicht dat er mogelijk nog een nieuwe groep kan worden gevormd. De avond staat voor 7 september op het programma.

Overige zaken

- Er is een bijeenkomst geweest bij de ADN verzekeringsdienst waar ook nog een aantal andere mantelpartners waren uitgenodigd. Een nuttige bijeenkomst om eens met elkaar van gedachten te wisselen en op de hoogte te zijn van elkaars activiteiten.
- Er is een overleg geweest met Groothandel Frans van Aarle. Er is gesproken over de branche in het algemeen en over AGF Servicepunt (supporterschap). Hier zal nog een vervolg aan worden gegeven.
- Er is een bezoek gebracht aan groothandel van Ravenswaaij. Van Ravenswaaij is de groothandel achter de Goudreinetwinkels (in eigen beheer) in Nederland en de daarmee de grootste werkgever van de branche. Ook hierbij is gesproken over de branche en de ontwikkelingen.