



Hans Vanderhallen, Coöperatie Hoogstraten:

“Van logistiek afzetbedrijf naar open kennisorganisatie”

De wieg van Hans Vanderhallen stond letterlijk op het veilingterrein van Hoogstraten. Nadat hij voor zijn studie en baan als wetenschappelijk onderzoeker elders werkte, kwam hij in 2000 terug naar het oude nest. Twintig jaar later volgde hij Gaston Opdekamp op als directeur van Coöperatie Hoogstraten. Van een geleidelijk inwerktraject was geen sprake meer toen tweeënhalve maand na zijn aantreden als directeur de Corona-pandemie in Europa in volle hevigheid losbarstte. Een interview over zijn visie op de coöperatie van de toekomst.

Wat is uw achtergrond?

Ik ben geboren en getogen in Hoogstraten. Mijn vader is hier begonnen als bediende en we woonden als gezin in de conciërgewoning. Als ik mijn vader wilde zien, moest ik op de veiling zijn. Toen hij eerst onderdirecteur en daarna directeur werd, zijn we een paar honderd meter verder verhuisd. Ik heb nog net niet de periode van paard en wagen meegemaakt, maar heb zodoende wel het veilinggebeuren zien evolueren. De gelegenheidstuinbouw vierde hier hoogtij en net als elke student in Noorderkempem heb ik augurken gesorteerd. Pas later volgde de specialisatie naar de beschermde teelt van aardbeien, maar ook tomaten en paprika's. Zelf heb ik gestudeerd als landbouwingenieur en een tijdje als wetenschappelijk onderzoeker in de varkensvirologie gewerkt. Ik ben altijd in Hoogstraten blijven wonen, maar moest het hele land door om naar mijn job te geraken. Op een

gegeven moment zat ik meer in de auto dan dat ik aan het werk was en dat brak me op. Toen ik gesolliciteerd heb voor de vacature voor logistiek manager bij Veiling Hoogstraten, lag daar dus geen uitgekende carrièreplanning aan ten grondslag. Wel had ik altijd een sterke band met Hoogstraten als gemeenschap. Ik heb me eerst vastgebeten in het dossier van het centraal sorteren van paprika's. Vanaf 2016 werd ik adjunct-directeur, waardoor ook administratie en commercialisatie meer tot mijn werkdomeinen zijn gaan behoren. Vanaf 1 januari 2020 mag ik mezelf directeur noemen.

De grote volumes augurken zijn verleden tijd. Waaruit bestaat het productassortiment momenteel?

Als Hoogstraten hebben we een specifieke

ke plaats in het AGF-landschap. We hebben een beperkt productenpakket, waarvan aardbeien, tomaten en paprika's de top-3 vormen. De overige producten zijn in volume een stuk kleiner, maar daarmee niet minder belangrijk. Overigens is het productassortiment binnen bijvoorbeeld de tomatencategorie enorm divers. Die bieden we aan in alle geuren, kleuren, verpakkingen en smaken. Aardbeien zijn ons parapetpaardje en daarmee heeft Hoogstraten wereldwijde faam verworven. Daar liggen meerdere oorzaken aan ten grondslag: toegewijde telers, kwaliteit van het product, de presentatie, specifieke sorteernormen, ons merk en ons verkoopsysteem.

Hoe belangrijk is de veilingklok voor Hoogstraten?

De klok is onze basis voor de verkoop van aardbeien. Hoewel deze manier van verkopen voor veel mensen oubollig lijkt, bewijzen de resultaten zich jaar elk jaar opnieuw. De veilingklok zie ik op termijn dan ook zeker niet verdwijnen, wel veranderen. Creatief zijn met de klok zit bij ons in de genen. Voorverkoop, blokkavelverkoop; elk jaar introduceren we wel een aantal nieuwigheden. Essentieel hierbij is de samenwerking met onze kopers, elke innovatie heeft namelijk alleen succes als onze kopers er iets in zien. Maar ik ben verheugd dat de meeste veranderingen die we hebben doorgevoerd tot een positief resultaat hebben geleid. De basis blijft dat 's morgens om half 9 de aardbeien verkocht worden aan de koper die er, op dat moment, het meeste voor wenst te geven. Aardbeien zijn ook wel een product dat zich bij uitstek leent voor de klokverkoop, onder meer omdat de consumptie enorm snel reageert op weersinvloeden. Daarbij sluiten we onze ogen niet voor andere verkoopmethodes. We zijn flexibel genoeg om te kijken wel type product en producent het beste past bij een specifieke klant en verkoopsysteem. Zo worden onze specialty tomaten voor 90% verkocht via bemiddeling en prijsafspraken. Daarmee halen we wellicht niet altijd de allerhoogste prijs uit de markt, maar bieden we onze telers en klanten wel zekerheid.

Hoe groot is het telersaantal van Coöperatie Hoogstraten?

Momenteel zijn er zo'n 250 telers aan Hoogstraten verbonden. We zaten lang rond de 200, maar toen verleden jaar de telers van Veiling Zundert, waarvoor we de afzet al verzorgden, de overstap naar ons hebben gemaakt, zijn er zo'n 50 producenten bijgekomen. Het gros van onze telers komt uit de regio. Als je een straal van 40 kilometer rond de veiling trekt, heb je 80 tot 90 procent van onze telers wel gehad. Maar het is geen noodzaak, zo hebben we ook een paprikateler in Bleiswijk en een tomatente-



ler in West-Vlaanderen. Daarnaast hebben we voor paprika's al jaren een samenwerking met Veiling Zaltbommel. Het product hoeft hier dus niet altijd effectief over de vloer te komen.

Zou het voor jullie niet interessant zijn om uit te breiden met telers in Zuid-Europa om ook in de winter grotere volumes aardbeien, paprika's en tomaten te betrekken?

Onze focus ligt op het vermarkten van producten van onze eigen telers. De jaarrond beschikbaarheid garanderen we door middel van belichte teelt. Zo hebben we al een kleine 80 hectare belichte teelt in tomaten. Ook aardbeien bieden we jaarrond aan. Dat volume neemt elk jaar geleidelijk toe. Dat moet ook niet te hard groeien, want aardbeien in de winter blijven een niche-product, waar voorlopig nog wel een mooie meerprijs in te behalen valt. Daarom zien we wel mogelijkheden voor groei, maar op een gecontroleerde manier. Gelukkig kan ik constateren dat we tot nu toe een goede afstemming hebben gevonden tussen vraag en aanbod, maar het blijft continu zoeken naar het juiste evenwicht.

Wie zijn de klanten van Coöperatie Hoogstraten?

De binnenlandse supermarkten zijn allemaal klant bij ons. Zeker in de huidige Corona-tijd is dat essentieel, omdat het gros van de verkoop nu via de retail verloopt. Daarnaast hebben we al jaren een goede relatie met Belgische, maar ook Hollandse, exporteurs die met onze aardbeien, tomaten en paprika's de buitenlandse markt opgaan. Verder zitten we ook zelf aan tafel met buitenlandse klanten, alleen of in samenwerking met exporteurs.

Wringt dat niet, dat jullie ook zelf de exportmarkt opgaan?

Als je dit transparant doet, dan wringt dat

zeker niet. Let wel, wij vermarkten het liefst onze producten in het buitenland via de exporteurs met wie we al jaren samenwerken. Het is niet zo dat wij onze eigen klanten gaan beconcurreren. Men kent ons goed genoeg dat we dit niet zullen doen. Ik zal niet zeggen dat we daarover geen discussies voeren met de exporteurs, maar als zij bepaalde opportuniteiten niet nemen, dan zijn we alert genoeg om de mogelijkheden te bespreken en zelf pro-actiever op te treden.

Is de export naar verre bestemmingen voor jullie belangrijk?

We hebben wat lijntjes naar bestemmingen als het Midden-Oosten en Hong Kong, maar in totaliteit zijn deze volumes verwaarloosbaar. Daarom vinden we het veel belangrijker dat gespecialiseerde exporteurs hun producten bij ons kopen dan dat we zelf deze export ter hand nemen. Daarbij willen we zeker niet in de frontlinie staan. Zelf een dergelijke structuur opzetten, zit zeker niet in de korte termijnplanning.

België kent een veilingstructuur, in Nederland is de afzet veel meer gefragmenteerd. Verwacht u niet dat meer Belgische telers hun eigen afzet in de toekomst gaan verzorgen?

We kennen in België inderdaad een hoge maat van integratie, waarbij de meeste telers bij een coöperatie zijn aangesloten. Dat betekent niet dat ze telen, hun product naar de veiling brengen en achterover leunen wat er met hun product gebeurt. We zien dat telers steeds meer beseffen hoe belangrijk prognoses zijn. De tijd dat we verrast werden dat ze een specifieke teelt hadden uitgebreid, waar wij niet van op de hoogte waren, is gelukkig voorbij. We bespreken samen de strategie, welke stappen er gezet worden in de productie en welke verpakkingen daar het beste bij passen. De ene producent is commercieel