nieuws

"Van pure afzetcoöperatie naar open kenniscoöperatie"

nieuws

Twintig jaar lang werkte hij achter de schermen bij Coöperatie Hoogstraten, maar sinds begin dit jaar is hij het gezicht van de coöperatieve veiling. Hans Vanderhallen volgde Gaston Opdekamp, een icoon bij de Hoogstraatse veiling, op als directeur. Onvoorbereid kwam hij niet aan de start, want vier jaar geleden werd Vanderhallen al aangeduid als adjunct-directeur. Met deze coronacrisis wordt hij een goede drie maanden na zijn aanstelling als directeur meteen voor een grote uitdaging geplaatst.

16 APRIL 2020 – LAATST BIJGEWERKT OM 1 APRIL 2021 18:03



Je leek wel voorbestemd om bij Coöperatie Hoogstraten terecht te komen?

Hans Vanderhallen: Ik heb tot mijn 16de samen met mijn familie in de conciërgewoning van de veiling gewoond. Je kan dus zeggen dat ik hier quasi geboren ben. Mijn vader is in 1966 aan de slag gegaan bij de veiling en nadat hij doorgroeide als adjunct-directeur, en later ook directeur, zijn we elders in Hoogstraten gaan wonen. Nochtans zag het er allerminst naar uit dat ik in de voetsporen van mijn vader zou treden. Na mijn studies landbouwingenieur scheikunde, met als afstudeerrichting cel- en gentechnologie, ben ik beginnen werken aan het nationaal onderzoekscentrum voor diergeneeskunde in Ukkel. Een ongelooflijk boeiende en uitdagende job, maar ze bleek niet te combineren met het gezinsleven. Mijn vrouw had toen een veeleisende functie bij Janssen Pharmaceutica en na rijp beraad hebben we beslist om terug te keren naar Hoogstraten om dichter bij mijn ouders te wonen. Op dat moment kwam er ook een plaats vrij bij de veiling als logistiek manager. Ik heb voor die functie gesolliciteerd en zo is mijn carrière bij, wat toen nog Veiling Hoogstraten heette, begonnen.

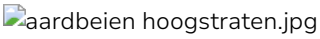
Wat doet een logistiek manager?

Hans Vanderhallen: Mijn eerste groot project was het uitbouwen van de centrale sortering van paprika. Daarmee heb ik zowat de enige raad opgevolgd die mijn vader mij in die periode heeft gegeven: 'als er zaken zijn die niemand wil doen, neem die dan in handen, want daar kan je veel goodwill mee creëren'. Het leek dus aanvankelijk een vergiftigd geschenk, want op dat moment waren de telers het niet gewoon om het sorteren uit handen te geven, maar uiteindelijk is het een groot cadeau gebleken. Dit project bleek een fantastische leerstoel. Het liet me alles van de veiling kennen, ook de kleine kantjes. Maar de geloofwaardigheid die ik hiermee kon opbouwen, heeft me geholpen om de logistiek van de veiling verder uit te bouwen. Toen werd voor mij duidelijk dat het werk bij de veiling mij echt lag. Wanneer een aantal jaar geleden over de opvolging van onze directeur Gaston Opdekamp werd nagedacht, heb ik niet geaarzeld en mij kandidaat gesteld. Zo ben ik adjunct-directeur geworden en sinds 1 januari dus directeur.

Hoeveel coöperanten telt de veiling vandaag?

Hans Vanderhallen: We hebben momenteel 240 leden. Normaal zien we een daling in het aantal telers van 4 à 5 procent per jaar, maar vorig jaar was er een flinke stijging. Toen zijn alle telers van de veiling van Zundert, waar we al meer dan 20 jaar mee samenwerken, ook rechtstreeks lid geworden bij Hoogstraten. Vandaag komt ongeveer 20 procent van alle coöperanten uit Nederland. Van een spanningsveld tussen Belgische en Nederlandse telers is geen sprake. Ze behoren allemaal tot hetzelfde teeltgebied, werken met hetzelfde lastenboek, hebben dezelfde toeleveranciers en zitten vaak zelfs in dezelfde studiekringen. Vandaag is het zo dat een derde van onze aardbeien van Nederland komt. Die concentratie van het aanbod maakt ons sterk tegenover de sterk geconcentreerde vraagzijde. Met één stem naar de afnemer stappen, dat is juist de basis van een coöperatie.

En hoe zit het met de gemiddelde bedrijfsgrootte? Minder bedrijven maar steeds groter?
Hans Vanderhallen: De gemiddelde grootte van onze coöperanten is eigenlijk heel divers. We hebben er met 1 hectare, maar ook met 20 tot 30 hectare. Wel zien we dat een aantal kleinere telers verdwijnen, net als de gemengde bedrijven en de bedrijven in bijberoep. Specialisatie is een onmiskenbare trend.


aardbeien hoogstraten.jpg

Steekt bij grotere bedrijven individualisme niet gemakkelijker de kop op? Vormt dat een bedreiging voor de coöperatieve gedachte van de veiling?
Hans Vanderhallen: Dat producenten een eigen identiteit aannemen, is inderdaad iets dat vaker voorkomt dan vroeger. We werken daar ook een stuk aan mee: met een app kom je, via de code op onze aardbeien, terecht op het profiel van de teler. Zo geven we de teler een gezicht. Maar op vandaag gebeurt dat niet ten nadele van het collectief. Telers vereenzelvigen zich nog steeds met de coöperatie. Ze beseffen dat de eigen identiteit maar zo sterk is omdat ze in de groep zitten.

Sinds 2019 gaan we hier nog een stuk verder in. Bij aardbeien laten we de kopers toe om te kiezen van welke teler zij de producten afnemen. Bovenop de prijs op de klok moet er dan wel een surplus betaald worden die rechtstreeks naar de teler gaat. Dat surplus zijn kopers bereid om te betalen omdat ze bijvoorbeeld zeer tevreden zijn over de kwaliteit van een bepaalde teler of omdat ze een goede relatie hebben opgebouwd met die teler. Op die manier zorgen we ervoor dat iedereen in hetzelfde blok zit, maar ook dat het blok sterker wordt. Wie er op vlak van kwaliteit bovenuit springt en dat wordt gewaardeerd door de koper, die wordt beloond. Dat zorgt ook voor een stimulans voor de andere telers om verder in te zetten op kwaliteit. Dit noem ik individualisme dat ten goede komt aan het collectief.

Wat onderscheidt jullie van de andere veilingen?
Hans Vanderhallen: Specialisatie. In tegenstelling tot andere veilingen hebben we een zeer beperkt productaanbod: vooral aardbeien, tomaten, paprika en een beetje komkommer en ander zacht fruit. Heel wat energie van onze kwaliteits- en IT-afdelingen kunnen we kanaliseren naar die producten en dus gerichter inzetten. Als we inzetten op een bepaald project kan dat al gauw een meerwaarde betekenen voor 40 procent van onze telers. Dat hebben de andere veilingen niet. Dat zorgt er ook voor dat de grote bedrijven zich nog steeds goed voelen bij onze coöperatie. Zij kunnen meeliften op onze expertise op vlak van IT, commercialisatie, voedselveiligheid, verpakkingsbeleid, enz.

> Het zou toch godgeklaagd zijn dat een grote teler dezelfde expertise moet gaan binnenhalen die wij als veilingen hebben.

Expertise is de dag van vandaag zo schaars geworden. Het zou toch godgeklaagd zijn dat een grote teler dezelfde expertise moet gaan binnenhalen die wij als veilingen hebben. Van een louter logistieke afzetcoöperatie evolueren we meer en meer naar een open kenniscoöperatie. Schaarse kennis binnenhalen en ontwikkelen, dat is onze taak als coöperatie. Ik heb bijvoorbeeld nog nooit zoveel sollicitatiegesprekken gevoerd als het afgelopen jaar. We zijn er heel hard mee bezig om ons team klaar te maken voor de toekomst. We willen de juiste kennis binnenhalen om de coöperatie naar een hoger niveau te brengen. En dit allemaal ten dienste van onze producenten.

Merkt u tendensen in het productaanbod?
Hans Vanderhallen: Naast aardbeien zien we wel dat ons aanbod zacht fruit iets breder wordt met onder meer frambozen, blauwe bessen en kiwibessen. Ook op vlak van kersen is er groei. De interesse van de telers voor deze producten komt er om verschillende redenen. Zo kan een teler nog wat grond hebben, maar bijvoorbeeld geen vergunning krijgen om een serre te zetten. Dan kunnen

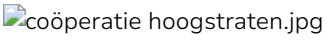
frambozen een uitweg bieden. Soms past de diversificatie goed in de arbeidsplanning om zo het personeel het hele jaar door aan de slag te houden.

Op vlak van tomaten zet de omschakeling naar 'specials' zich duidelijk verder. Vroeger waren er vleestomaten en trostomaten en nu heb je ze in alle vormen, kleuren, smaken en verpakkingen. Die vernieuwing is een continu proces. Dit jaar groeien we met 30 hectare in de tomatenteelt, daarvan zal 20 hectare voor 'specials' zijn.

In welke mate speelt de veiling een rol in de ontwikkeling van nieuwe producten? Of komt de impuls vooral vanuit de telers?
Hans Vanderhallen: Dat varieert. De vernieuwingen in producten, toepassingen, verpakkingen, enz. volgen elkaar steeds sneller op. Een nieuw product in de markt zetten, vraagt een driehoeksverhouding tussen de teler, de veiling en de afnemer. Alle drie deze partijen zijn nodig, maar het zwaartepunt varieert. De ene keer vraagt de klant iets, de andere keer zet onze marketingafdeling iets in gang en nog een andere keer komt de teler met een idee op de proppen. Voor aardbeien is er ook een nauwe samenwerking met het proefcentrum hier in Hoogstraten. Als het om groenten gaat, komen er ook impulsen vanuit LAVA, de samenwerking tussen de verschillende veilingen. Voor 'specials' is het vaak de teler die initiatief neemt en zelf proeven doet. Van zodra blijkt dat er potentieel in zit, gaan we samen bekijken wat de kansen voor de commercialisatie zijn.

Klimaat – toch voordat de coronacrisis uitbrak – was zowat hét thema van het moment. Is coöperatie Hoogstraten daar mee bezig?
Hans Vanderhallen: Eigenlijk hebben onze telers op dat vlak een streepje voor. De gecontroleerde en beschutte teeltomgeving van een serre is een enorme troef. Niet alleen wat betreft de impact op het klimaat, maar ook wat betreft het ondergaan van extreme weersomstandigheden. Heel wat van onze telers zijn al lang bezig met het hergebruik van CO_2 en het opwekken van energie, iets waar vandaag heel veel aandacht naartoe gaat. Dat is iets dat we als glastuinbouwsector zeker en vast nog meer kunnen uitspelen.

Ook de milieuvriendelijkheid van glastuinbouw gaat met grote stappen vooruit. Het bewustzijn bij de telers hierover is sterk toegenomen: zo weinig mogelijk chemisch ingrijpen en streven naar zo min mogelijk residuen. Het is voor iedereen duidelijk dat dit de weg is die we moeten verderzetten.


coöperatie hoogstraten.jpg

Hoe belangrijk is het buitenland als afzetgebied voor Coöperatie Hoogstraten?
Hans Vanderhallen: Ongeveer 65 procent van onze producten gaat naar het buitenland, vooral naar de naburige landen. Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Nederland zijn belangrijke afzetmarkten. Voor aardbeien is Scandinavië een grote afnemer. De afzet buiten Europa is op dit moment beperkt. Dit jaar gaan we aardbeien uitvoeren naar Hongkong en we zetten ook wel wat producten af in het Midden-Oosten, in landen waar meerwaarde te halen valt. Maar dat gaat echt om kleine volumes. Het laat je kennismaken met een andere wereld, een andere manier van handelen en je legt nieuwe contacten en dat is belangrijk om expertise op te bouwen. Voor ons als coöperatie zullen deze markten altijd een niche blijven. Maar voor een teler die zich bijvoorbeeld wil toeleggen op de Japanse markt, kan dat wel een interessante piste zijn. Al stelt zo'n land wel een hoop extra eisen en moet het nog steeds financieel de moeite lonen om al die inspanningen te doen.

In welke mate staat de afzet sinds de uitbraak van de coronacrisis onder druk?
Hans Vanderhallen: Tot nu toe is de prijsvorming van onze belangrijkste producten (aardbeien, tomaten, paprika's) bovengemiddeld. We staan aan het begin van het seizoen en we zijn er voorlopig in geslaagd om de juiste beslissingen te nemen om de afzet op peil te houden. We hebben extra promotiecampagnes opgestart voor aardbeien en de retail actief benaderd om vooral te kiezen voor lokale producten. Die strategie lijkt zijn vruchten af te werpen. Anderzijds zien we dat de prijs van andere producten, zoals komkommers en alternatieve slasoorten, wel erg laag is.

> Alle statistieken en kennis van de markt die we doorheen de jaren verzameld hebben, kunnen we vandaag overboord gooien.

Maar ik ben er mij bewust van dat deze situatie snel kan keren. Over een tweetal weken verdubbelen de volumes en dan is het belangrijk dat de afzet naar het buitenland opnieuw op gang komt, want vandaag zetten we vooral in eigen land af. Of we daarin gaan slagen, is nog koffiedik kijken. Alle statistieken en kennis van de markt die we doorheen de jaren hebben verzameld, kunnen

we vandaag overboord gooien. Maar iedereen werkt keihard om snel te schakelen. Had je me twee weken geleden gevraagd hoe het er vandaag zou voorstaan, had ik ook niet durven zeggen dat het nog zou meevallen.

Welke uitdagingen ziet u de komende jaren op de sector nog afkomen?
Hans Vanderhallen: De coronapandemie leert ons dat er geen zekerheden meer zijn. Anderzijds heeft de crisis aangetoond hoe belangrijk personeel voor onze sector is. En hoewel het vandaag vooral gaat over seizoenarbeiders, gaat de problematiek breder dan dat. Voor bedrijven blijft het heel lastig om voldoende gekwalificeerd personeel met de juiste attitude te vinden. In heel wat glastuinbouwbedrijven is er nood aan hooggeschoolde profielen. Dat is veel te weinig geweten. Zoals ik zei, is het areaal tomaten bij onze telers gestegen met 30 hectare. Daar is volk voor nodig. Niet alleen plukkers, maar ook teeltdeskundigen, personeelsplanners, logistiek verantwoordelijken, enz. Weinig mensen beseffen hoe hoogtechnologisch onze sector is.

Hoe ziet het veilinglandschap er over tien jaar uit?
Hans Vanderhallen: Het is moeilijk om daar uitspraken over te doen. Een fusie met BelOrta, waarover een paar jaar geleden gesprekken liepen, is vandaag niet meer aan de orde. Het is duidelijk dat we als coöperatie een andere identiteit hebben en één van beide ging zijn identiteit te veel moeten opgeven. Maar dat neemt niet weg dat we niet kunnen samenwerken, zonder te fuseren. Denk maar aan het 'Digital Experience Platform' dat binnen de schoot van LAVA ontworpen is. Ik ben ervan overtuigd dat we projectmatig zaken samen kunnen doen waar elke veiling zijn identiteit en sterke punten in kwijt kan.

Als het veilinglandschap er binnen 10 jaar anders uitziet, dan kan ik alleen maar hopen dat het voor de telers beter is geworden. En of dit dan met 1 veiling is of terug met 10, *so be it*. Maar laat ons eerst even focussen op de korte termijn en deze crisis het hoofd bieden.

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada