



Ouderwetsch wordt weer nieuwerwets

Johan Stolwijk scoort nog steeds met persoonlijk contact en een-op-eenverkoop

Nieuwe verdienmodellen als internet en Groendirect winnen ook in Boskoop terrein. Gelukkig is daarnaast bij sommige bedrijven ook de ouderwetse manier van zakendoen, waarbij het om persoonlijk contact gaat, nog steeds van kracht. Johan en John Stolwijk van Joh. Stolwijk & Zonen aan het Rijnveld zijn wat dat betreft een goed voorbeeld.

Auteur: Hein van Iersel

Ik heb een interviewafspraken gemaakt onder voorbehoud. Het is eind maart en dat is met afstand de drukste tijd van het jaar. Voor Johan en vader John Stolwijk en hun twintig medewerkers is het dan volle kracht voorruit om alle orders op tijd de deur uit te krijgen. Anderzijds zijn vader en zoon ook wel vereerd dat hun bedrijf is uitgekozen en

uiteindelijk maken ze met zijn tweeën ruim twee uur tijd vrij om mij te woord te staan en rond te leiden door de hallen aan het Rijnveld. Joh. Stolwijk & Zonen is een goed voorbeeld van de levende historie van Boskoop. Ga maar na: het bedrijf is gespecialiseerd in de levering van een zeer groot sortiment bomen, sierheesters en vaste planten

aan met name zelfstandige tuincentra in Duitsland. Kom daar maar eens om in een tijd dat het sortiment danig aan het versralen is en het lijkt dat er meer planten verkocht worden bij de bouwmarkt dan in het tuincentrum. Duitsland is goed voor ongeveer 80 procent van de omzet, maar het bedrijf exporteert naar alle Europese landen.



4 min. leestijd

John Stolwijk vertelt iets over de geschiedenis van het bedrijf. 'Mijn opa, Johan Stolwijk, is begonnen met het bedrijf in 1923, maar met name mijn vader Pam Stolwijk heeft het bedrijf grootgemaakt. Hij is twee jaar geleden overleden, maar was eigenlijk bijna tot de laatste weken actief betrokken bij het bedrijf en de verkoop. Mijn vader was boomkweker in hart en nieren en ook actief in de sectoren, onder andere als bestuurslid van de Boskoopse Culturen. Reizen is voor ons heel belangrijk. Mijn broer Frank, Johan en ik zijn ieder jaar vanaf half mei gemiddeld drie tot vier maanden op reis. Klanten bezoeken, orders noteren en vertellen wat we voor het komende seizoen in petto hebben. Dat mag ouderwets lijken in een tijd van Groendirect en internet, maar voor ons werkt het. Het werkt zelfs goed. Het afgelopen jaar hebben wij duidelijk beter gescoord.'

Omzet

Hoeveel omzet het bedrijf daarmee gescoord heeft, is dan natuurlijk mijn vraag. Helaas, daar willen John en Johan niet mee in de krant. Stolwijk houdt vast aan de oude vertrouwde verkoopmethoden. Tegelijk gaat het bedrijf wel mee in de moderne technologie. Het bedrijf gaat binnenkort met een webshop werken, zodat klanten nog makkelijker kunnen bestellen, en de automatisering wordt op dit moment omgezet van Star naar TSD. Johan Stolwijk daarover: 'Star werkte perfect voor ons, maar we hebben het idee dat TSD voor de toekomst een betere keuze is.'



Clematis Taiga

Vierde generatie

John en Johan en zijn broer Michel Stolwijk zijn respectievelijk de derde en vierde generatie van het bedrijf, waarbij vader John sinds kort volledig aandeelhouder is en de aandelen van zijn broer Frank heeft overgenomen. Ook Frank Stolwijk heeft kinderen, maar die hebben geen ambitie om in het bedrijf te komen. Daarom zijn de aandelen naar John Stolwijk gegaan, met de kennelijke bedoeling dat zijn zonen Michel en Johan in het bedrijf groeien en op een gegeven moment eigenaar worden. Zoon Johan Stolwijk (26 jaar) heeft er in ieder geval wel de opleiding voor. Hij heeft in Wageningen op Larenstein gezeten en daar international agribusines gestudeerd. De tweede zoon, Michel, is nog veel jonger, pas 21 jaar, en zit nog op school, maar heeft in principe ook de ambitie om in het bedrijf te groeien.

Als ik aan vader en zoon vraag wat hun belangrijkste innovaties zijn, gaat het eerder om nieuw sortiment en de presentatie van dat sortiment via een jaarlijkse poster en een eigen lijn etiketten dan om technische zaken. Stolwijk is van oudsher een bedrijf dat veel belang hecht aan bijzondere soorten. Johan Stolwijk: 'Natuurlijk verkopen wij *Magnolia soulangeana*, maar onze klanten willen liever een van de bijzondere magnolia's die wij in het sortiment hebben en waarvan wij vaak zelf de licenties hebben. Voorbeelden daarvan zijn *Magnolia* 'Black Tulip' en *Magnolia* 'Genie'. Wat geldt voor *Magnolia*, geldt ook voor bijvoorbeeld *Cornus* en *Rhododendron*. Alleen al van *Cornus* heeft het bedrijf dertig soorten in de eigen catalogus staan.



Magnolia Satisfaction

REGIO IN BEELD



Magnolia Sunrise

Voor bepaalde klanten is het sortiment overigens nog veel groter dan wat in diezelfde catalogus staat. Sinds kort heeft junior Johan Stolwijk een grote Engelse tuincentrumketen als klant, waarvoor de complete inkoop, ook van vaste planten, wordt georganiseerd. Dat geen plantengroep waarin Stolwijk van oudsher gespecialiseerd is, maar voor dit Engelse bedrijf wordt graag een uitzondering gemaakt.

Fijnmazig

Als ik later met John en Johan door de hallen van de boomkwekerij loop, kan ik met eigen ogen zien wat dit inhoudt. Het is een drukte van belang. Iedere klant heeft zijn eigen nummer aan de wanden van de hallen en er worden in hoog tempo Deense karren gevuld en met folie omwikkeld, klaar om op transport te gaan. Vrachtwagen rijden af en aan, vooral kleine pick-uptrucks en bestelwagens van Stolwijk zelf, die ergens in Boskoop een paar missende planten gaan ophalen om een order compleet te maken.

Achter en naast de hallen waar de orders compleet worden gemaakt, is een aantal kassen en een potteveld die fungeren als voorraadschuur. John Stolwijk wijst op een groepje bamboestruiken: 'Als



John Stolwijk

wij een order krijgen voor bijvoorbeeld bamboe, dan bestellen we er vaak een paar extra, omdat we bijna zeker weten dat daar snel naar gevraagd zal worden.' Als we later wat rondscharrelen over het pottenveld, verontschuldigt Johan Stolwijk zich nog een keer omdat het er allemaal wat rommelig uitziet. 'Over een of twee weken, als de ergste drukte achter de rug is, gaan we dit pottenveld eens goed onder handen nemen. Dan zullen er ook nog winkeldochters tevoorschijn komen, planten waarvan wij niet wisten dat we ze nog hadden.'



Johan Stolwijk

Kwekerij

Als je door het logistieke centrum van Stolwijk loopt, zou je snel vergeten dat het bedrijf ook nog een eigen kwekerij heeft. Die kwekerij heeft toch de respectabele omvang van ongeveer tien hectaren, verdeeld over een aantal locaties in Boskoop. John Stolwijk: 'Als dingen gaan zoals ze nu gaan, zal de eigen kwekerij steeds minder belangrijk voor ons worden. Nu bestaat onze omzet misschien uit tien procent eigen kweek, maar dat zal gegarandeerd nog lager worden. Wij kweken nu vooral de

bijzondere soorten waarvoor we moeilijk kwekers kunnen vinden, en zelfs nog een beetje vollegrond. Vollegrond zal in de handel met tuincentra binnenkort helemaal tot het verleden behoren, maar zal nog wel enige tijd blijven bestaan voor afzet naar bijvoorbeeld Duitse kwekers die willen doorkweken.'

Stolwijk is groot in Duitsland, maar zeker niet de grootste. Concurrent Landgard –hoewel John Stolwijk dat woord liever niet gebruikt – heeft alleen al in Berlijn vier afhaalcentra. John Stolwijk: 'Landgard is een concurrent, maar tegelijk ook leverancier en afnemer. We doen veel dingen samen. In het verleden hebben een aantal Boskoopse bedrijven geprobeerd om serieus de concurrentie met Landgard aan te gaan. Dat is steeds mislukt en volgens mij ook onmogelijk. Het is in ieder geval niet iets wat wij ambiëren. Wij willen doen waar we sterk in zijn, en dat is persoonlijk contact met onze klanten en van daaruit groeien.'



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-6562