



Overvalstrategie met Buddleja Butterfly Candy-serie: ‘Binnen één jaar een sterk merk’

Jim Koot van Van Son Koot vertelt over de vliegende start van hun veredelingsactiviteit binnen Botanic Experience bv

‘Hoofdkopers van tuincentra praten al over de Candy’s als ze het hebben over de *Buddleja* Butterfly Candy-serie. Dat betekent dat we snel een sterk merk in de markt hebben gezet,’ vertelt Jim Koot, directeur-mede-eigenaar van kwekerij Van Son & Koot. ‘Het proces om *Buddleja* te veredelen gaat sneller dan het proces van bijvoorbeeld een nieuwe *Acer*, en dat maakt deze serie geschikt om ons bedrijfsonderdeel Botanic Experience op de kaart te zetten en verder te professionaliseren.’

Auteur: Hanneke Tax



‘Met de *Buddleja*-serie hebben we al de eerste successen, wat een boost geeft aan ons veredelingsbedrijf’

Van Son & Koot produceert met de kwekerij in Kaatsheuvel al jaren tuinplanten voor de consumentenmarkt. Het bedrijf telt zo’n 21 hectare aan kassen en 5 hectare containerteelt. Koot: ‘Onze specialiteit is *Acer*, de Japanse esdoorn, met ongeveer vijftig procent van de omzet. Daarin zijn we Europees marktleider. Voor de andere helft kweken we vernieuwende heesters die net wat moeilijker te kweken zijn, met unieke eigenschappen waaraan we door onze eigen marketing wat jeuk kunnen meegeven, onder meer met ons consumentenmerk Botanic Friends.’

Eigen genetica

Het bedrijf kweekt al jaren heesters van meerdere licentiebureaus en veredelaars. Maar als dat succes heeft, kan het je toch wat tussen de vingers door glippen, legt Koot uit: ‘Omdat iedereen die planten mag kweken, kan iedereen ook profiteren zonder dat je er zelf iets aan overhoudt. Daarom was het een aantal jaren terug onze visie om meer bedrijfswaarde

te creëren met eigen veredeling en eigen genetica. Ongeveer vijftien jaar geleden zijn we daar hobbymatig mee begonnen en zeven jaar later werd het meer professioneel. Die activiteit hebben we toen ondergebracht in ons bedrijfs onderdeel Botanic Experience bv. Het hoofddoel daarvan is niet voor de korte termijn, maar om in een jaar of tien een groot deel van ons bedrijf te vullen met eigen genetica en ook andere kwekerijen blij te maken met deze genetica. Maar wel onder onze regie.

‘Er komt bijvoorbeeld een unieke *Acer* aan waar we al vijftien jaar aan werken. Die wordt binnenkort geïntroduceerd,’ vertelt hij. ‘Maar het duurt nog wel twee jaar voordat die echt op de markt komt. Met *Buddleja* gaat dat proces sneller. Ook qua vermeerderen kun je snel opschalen van één naar duizend stuks stek en vervolgens zit je zomaar op honderdduizend als je dat zou willen. Met de *Buddleja*-serie hebben we al de eerste successen, wat ook een boost geeft aan ons veredelingsbedrijf omdat er ook

De eerste acht Candy's

Buddleja davidii Butterfly Candy®:
 ‘Little Ruby’ (‘BotEx 006’PBR) EU 67043,
 ‘Lila Sweetheart’ (‘BotEx 002’PBR) EU 67039,
 ‘Little Cerise’ (‘BotEx 007’PBR) EU 20231689,
 ‘Little Lila’ (‘BotEx 004’PBR) EU 67041,
 ‘Little Magenta’ (‘BotEx 008’PBR) EU 20231782,
 ‘Little Pink’ (‘BotEx 005’PBR) EU 67042,
 ‘Little Purple’ (‘BotEx 001’PBR) EU 67038 en
 ‘Little White’ (‘BotEx 003’PBR) EU 67040.

al leuke royaltyinkomsten uit komen. Dat geeft ook weer kracht en enthousiasme om nog meer gas te geven.’

Selecteren kost veel geld en een lange adem, stelt Koot, en dat geldt ook voor *Buddleja*. ‘Het kostte bijvoorbeeld wel 25.000 leverbare 3-liter-potten om er honderd over te houden, waaruit we de eerste zes kleuren hebben gekozen. Momenteel staan er ook weer 10.000 C3-potten om nieuwe kleuren en/of verbeteringen te vinden of andere eigenschappen te selecteren. Maar we zien dat als een stukje investering in de toekomst van deze mooie serie. Het is als een eerste wagonnetje achter de Botanic Experience-trein, waar we steeds meer wagonnetjes aan kunnen hangen. De eigen rassen kunnen we zelf kweken en ook wegzetten bij andere kwekers over de gehele wereld. Zodat, als we ergens een succes van maken, wij daar ook grip op houden. Inmiddels is Botanic Experience een snel groeiende afdeling binnen ons bedrijf, waarmee we bijzondere heesters in de markt willen zetten. Zodat we in de toekomst als Van Son & Koot steeds meer krenten hebben, en minder pap.’

Overvalstrategie

‘Plantipp is voor ons een enthousiaste sparring-partner,’ vertelt Koot verder. ‘Samen met onze eigen marketingafdeling gaan we met hen om de tafel om voor bijvoorbeeld de *Buddleja*-serie na te denken over wat de beste marktstrategie is. Voor een *Acer* of een andere heester kan dat weer een heel andere strategie zijn. We hebben een natuurlijke samenwerking waarbij we elkaar aanvullen. Al snel kwam de merknaam Butterfly Candy op en Plantipp zorgde vervolgens voor een fotosessie. Voordat de serie in de markt wordt gezet, halen we ook feedback op van inkopers uit meerdere landen en uiteraard van consumenten: wat vinden ze van de kleuren en andere kenmerken? Dat *Buddleja* een



Mix van Butterfly Candy in een border

‘Daarom moet je dit merk niet rustig in de markt zetten, maar met een soort overvalstrategie’

snelle plant is, geldt niet alleen voor Botanic Experience, maar ook voor andere kwekers en veredelaars. Daarom moet je dit merk niet rustig in de markt zetten, maar met een soort overvalstrategie, om te voorkomen dat je door anderen weer ingehaald kunt worden. Het merk moet gelijk stáán!’

‘De *Buddleja* Butterfly Candy-serie hebben we vanaf het begin breed Europees weggezet bij stekbedrijven en geselecteerde kwekerijen, en meteen met aantallen. Nu is de Butterfly Candy voor iedere kweker beschikbaar en gewortelde stek is onder meer te bestellen bij de bekende stekbedrijven. Butterfly Candy is ook groot uitgezet in de Verenigde Staten, Canada, Korea, Japan, Australië, China en Zuid-Afrika. Eigenlijk alle gebieden met een klimaat dat op het Europese lijkt. En de strategie heeft goed gewerkt. De serie was binnen één a twee jaar al een begrip onder inkopers onder de naam Candy; je hoort ze zeggen: “Ik wil dit of dat van

de Candy's hebben.” We kunnen het sortiment nog verder verbeteren, bijvoorbeeld qua bloei-periode of andere kleuren. Daarmee hou je het vertrouwen vast, maar het merk staat al.’

Compact en mooie kleuren

Koot is heel tevreden over *Buddleja* Butterfly Candy, die tussen bestaande populaire *Buddleja*'s echt iets toevoegt: ‘Dat zit ‘m onder meer in de verscheidenheid aan kleuren. Vooral de rode “Little Ruby” valt op en die viel al meteen bij de introductie in de prijzen: de Gouden KVBC Summer Challenge 2021-medaille op *Plantarium*. De kleine *Buddleja*-heesters hebben bovendien een mooie compacte habitus en een goede beladingsgraad, dankzij de vaasvormige groeiwijze waar nagenoeg geen takken in de breedte uit steken. Daardoor krijg je minder schade tijdens transport en heb je een mooie plant in de winkel staan. Ook bijzonder is dat deze compacte *Buddleja* goed in pot op het terras kan.

‘En we gaan verder met de ontwikkeling. Naast de eerste zeven kleuren introduceren we nu ook de “Little Bubblegum”, “Little Magenta” en volgend jaar “Little Blackberry”, een hele donkere. In totaal bestaat de serie nu dus uit tien kleuren. Een van de stekbedrijven waar we mee samenwerken, is stekbedrijf D.J. Hendriksen, die op de productielocatie in Oeganda jaar rond ongewortelde stek kan leveren aan de stekbedrijven en kwekerijen.’

Één adres

Koot besluit: ‘Het leuke van Plantipp is dat ze in alle landen waar we de serie willen wegzetten, een vertegenwoordiging hebben. Wij hoeven niet bij vijf bureaus langs om naar Canada, Australië enzovoort te kunnen verkopen; wij kunnen één keer ons verhaal doen. Ze geven dan ook advies over welke partij het beste past bij de serie of welk stekbedrijf je het beste als eerste kunt kiezen en om welke reden. Het is echt een gezamenlijke aanpak die in harmonie gebeurt.’



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!