



V.l.n.r.: Bas Niesing, Hans Brand, Jan Willem Wezelenburg, Erwin Maaijen, Hendrik Out, Sjaak Qualm, Mark Korver, Frank Stolwijk

Koop Boskoopse waar

Met het concept Goodroots blazen acht gedreven boomkwekers uit Boskoop de afzet van traditioneel en ambachtelijk gekweekte heesters nieuw leven in. En dat niet alleen; ook promoten zij hun regio met het label 'From Boskoop'.

Auteur: Sylvia de Witt

Als liefhebber van visueel aantrekkelijke bloeiende bomen plantte Bob Hoogerdijk zo'n vijftienvintig jaar geleden een *Cornus Kousa China Girl* bij zijn ouders in de achtertuin. 'Dat is nu een gigantisch mooie grote boom, die elk jaar bloeit met veel etages witte bloemen', zegt de commercieel manager bij Hoogeveen Plants. 'Mijn ouders wonen langs de Gouwe. Soms staan mensen aan de overkant even stil om te kijken naar deze boom;

zo mooi vinden ze die. Ook op verjaardagen rond deze tijd zegt het bezoek steevast: Wat is dat toch een fantastische boom. Dit soort bomen vinden mensen in het algemeen prachtig, maar verder weet de consument er weinig van af.'

Wanneer je een kijkje neemt bij een retailer, heeft die volgens Hoogerdijk met een beetje geluk misschien zo'n boom staan, maar dan meestal

ergens achteraf in een hoek. Dit stoorde hem nogal. Hij vond dat producten als deze *Cornus Kousa China Girl* met de verkoop- en marketingkracht van Hoogeveen Plants prima voor het voetlicht zouden kunnen worden gebracht. En dat op een authentieke, ambachtelijke manier in een hedendaags jasje. 'Dan krijgt zo'n plant bij retailers een podium, waar ook de consument hem ziet staan.'



6 min. leestijd

GOOD ROOTS

**'Van een duurzame boom
of heester in de volle grond
heb je veel langer plezier'**

Goodroots: Bas Niesing, Hans Brand, Jan Willem Wezelenburg, Erwin Maaijen, Hendrik Out, Sjaak Qualm, Mark Korver en Frank Stolwijk. Eén van hen is dus Erwin Maaijen van boomkwekerij A & E Maaijen v.o.f.

'Ons concept kreeg een mooie introductie tijdens de Voorjaarsbeurs Groen-Direkt in Boskoop, en ook het winnen van de Studieclub-innovatieprijs (STIP) in 2018 was een mooie start voor Goodroots. In het juryrapport stond: "Het opnieuw in de markt zetten van regionale boomkwekerijproducten in een eigentijds jasje is de nominatie meer dan waard."

Nostalgisch jasje

De acht boomkwekers achter Goodroots zijn van mening dat een tuin niet zonder een echte boom of heester kan. Met de keuze voor dit concept koop je eigenlijk een mooi kunstwerk voor in je tuin. Omdat de gemiddelde tuin steeds kleiner wordt, is in samenwerking met de KVBC een selectie gemaakt van de beste en exclusiefste soorten voor de kleinere tuin. Die zijn relatief compact, eenvoudig in het onderhoud en hebben een langdurige sierwaarde.

Maaijen: 'Er is nu een lijstje met zo'n twaalf soorten, dat in principe met ieder sortiment is uit te breiden. Wijzelf leveren voor dit concept een *Ginkgo biloba* Menhir, een kleine laanboom. Er wordt altijd gejaagd op nieuwe producten en grote aantallen. Dit Boskoopse product heeft weliswaar een ruim assortiment, maar dan met kleinere aantallen.' Het assortiment van Goodroots wordt nu ingezet voor door de KVBC gekeurde soorten. Ze krij-

TECHNIEK

gen een nostalgisch jasje, dat eruitziet als een ouderwetse Boskoopse juten kluit, dus zonder de bekende plastic pot. Kwekers in Boskoop leverden hun bomen vroeger in een juten zak. Met een ijzerdraadje werd er een papieren kaartje aan bevestigd, waarop de naam van de plant stond. 'Hiervan is nu een moderne variant gemaakt', zegt Hoogerdijk. 'Een juten zak met handvatten eraan, waardoor het product makkelijk is mee te nemen, met een etiket van biologisch afbreekbaar papier dat ook tegen water kan. Op dit etiket staat ook de naam van de kweker.'

Mooie oude soorten

Iedere kweker levert zijn eigen soort en om de paar weken wordt een nieuwe soort bij een retailer neergezet.

Hoogerdijk: 'Het samengestelde assortiment is nog niet helemaal compleet, omdat nog niet alles beschikbaar is. Maar in principe kunnen wij jaar-rond heesters aanbieden en een aantal coniferen die in de coniferengroep vallen.' Er is nu wat uitgezet bij de eerste retailers; de ene soort gaat beter dan de andere. Dat heeft volgens Hoogerdijk ook te maken met timing. 'In maart was het wat slechter weer, waardoor de soorten die we als eerste verkochten niet zo goed aansloegen. De soorten daarna zijn wél goed aangeslagen. Het is dus heel wisselend en er is nog weinig van te zeggen.'

'Zo'n label geeft kracht, net als Goudse kaas'

Fa. J.C. Niesing levert in het kader van Goodroots *Prunus* en *Sambucus nigra*. Rob Niesing: 'De prunussen lagen in maart bij de retailer, maar dat was inderdaad wat te vroeg in het voorjaar. Het was helaas slecht weer.' Hij weet nog niet wanneer *Sambucus nigra* in de winkels komt, maar hij vindt Goodroots hoe dan ook een prachtig concept: 'Originele oude planten worden verkocht in een nieuw jasje. Ik hoop dat er veel animo voor gaat komen. Een beetje reclame kan geen kwaad, zodat mensen erachter komen dat er ook mooie oude soorten op de markt zijn.'

Wegwerpspul

Ook Maaijen, die een sortimentskwekerij met vele soorten heeft, vond dit idee goed bij hem passen.

Hoogste beoordeling door KVBC

De 'zielige' authentieke sierheesters in de vergeet-hoek vormden dus min of meer de aanleiding voor het ontstaan van het concept Goodroots. Over de naam Goodroots zegt Hoogerdijk: 'Het concept moest een naam dragen die enerzijds kwaliteit, ambacht, authenticiteit en oorsprong uitdraagt en anderzijds de geschiedenis van Boskoop, met de families die hier al generaties lang boomkwekers zijn', verduidelijkt Hoogerdijk. Hij benaderde een aantal kwekers om de vergeten heesters terug te brengen.

'De heesters van Goodroots zijn met liefde gekweekt in Boskoop, in grond met een rijke historie. Ze hebben de hoogste beoordeling door de Koninklijke Vereniging van Boskoopse Culturen (KVBC). Zo garanderen wij absolute topkwaliteit.' Er doen acht Boskoopse boomkwekers mee aan

'Ik doe zelf al veel aan mijn eigen assortimentspromotie en ben ook erg actief op beurzen en dergelijke. Ik had dus geen problemen met de afzet, maar ik snap dat andere kwekers die wel kunnen hebben. Het is soms lastig om je assortiment kwijt te raken. Vaak staan er bij retailers duizenden exemplaren van *Lavendel* en *Rhodesia*, eigenlijk wegwerp-spul, want dat zijn planten tegenwoordig. Maar het is toch goed om een sortiment op de markt terug te zetten waar je wat meer aan hebt op de lange termijn. Het mag bij een tuincentrum wel wat meer kosten, want dit product is duurder; het duurt wel een paar jaar voordat het de markt op gaat. Maar op de lange termijn heb je er veel meer aan. Een plant in een pot op een terras moet je water geven en verzorgen. Van een duurzame boom of heester in de volle grond heb je veel langer plezier.'

Spin in het web

In Goodroots fungeert Hoogeveen Plants niet als producent, maar als conceptontwikkelaar en logistiek beheerder.

Hoogerdijk: 'Wij zijn eigenlijk de spin in het web die ervoor zorgt dat deze organisatie loopt. We moeten met meerdere soorten werken en ook met meerdere leveranciers, die elk op hun gebied specialist zijn in een bepaalde soort heester.'

Een geweldig idee hebben is één, maar een goede uitvoering komt je niet zomaar aanwaaien. Hoogerdijk heeft best wel wat moeite gedaan om voor Goodroots een mooi assortiment bij elkaar te krijgen. Er waren ook kwekers die vonden dat het niet in hun bedrijfsvoering paste. 'Iedereen juicht

dit initiatief toe, maar het moet wel bij iemand passen als het gaat om verwerking en afzet. We kunnen op voorhand ook geen aantallen garanderen. Je moet mensen hebben die hierin mee willen gaan en bereid zijn te investeren. Uiteindelijk kan het sortiment zo breed worden als we zelf willen, maar het moet wel aan een aantal voorwaarden voldoen. Zo moet een plant gemakkelijk zijn in gebruik en goed bloeien op een bepaald moment in het jaar, dus visueel aantrekkelijk zijn. Ook moet hij niet te groot worden, maar in een stadstuin passen; de hoogte van de boom moet dus maximaal vier meter zijn. We toetsen deze planten via de KVBC, en soms zijn ze in het verleden al een keer goedgekeurd.'

'Goed om een sortiment op de markt terug te zetten waar je wat meer aan hebt op de lange termijn'

Meer volume met meer afzetpunten

Hoogerdijk hoopt dat er veel retailers willen meegaan in het verhaal van Goodroots. Met genoeg afzetpunten kan er meer volume worden gecreëerd. 'En zodra er meer volume is, is er ook meer ruimte voor marketing. Zo gaan we dit concept verder uitbouwen.'

Hoogeveen Plants zelf levert aan een aantal landen in Europa: Nederland, België, Duitsland, Frankrijk, Engeland, Ierland, Denemarken en Zwitserland. Met Goodroots wil Hoogerdijk deze landen ook zien te bereiken. Hij hoopt dat dit concept over een paar jaar helemaal op zichzelf kan staan. 'Er moet één organisator zijn. Nu moeten we achter mensen aan bellen, mailen, het kost allemaal heel veel werk. Maar als het straks goed loopt, gaan klanten er automatisch om vragen. Dan zal het aanzienlijk minder moeite kosten dan wanneer je het aan de retailer moet verkopen.'

'From Boskoop'

Naast Goodroots is er nog een ander nieuw idee om Boskoop op de nationale en internationale kaart te zetten: het etiket 'From Boskoop'.

'Dit is een oorspronglabel', legt Hoogerdijk uit. 'Iedereen die van Boskoop is, mag het in principe gebruiken. We hebben het bewust ook gekoppeld aan Goodroots, omdat dit concept staat voor producten die in Boskoop door ons gekweekt zijn. We hopen dat er meerdere merken en producten uit Boskoop mee gelabeld worden, want dat geeft kracht, net als Goudse kaas.'



Be social

Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-7550

