



Morgen, maandagochtend vroeg, gaat deze uitgave van Boom In Business naar de drukker. Tijd dus om als de wiedeweerga mijn hoofdredactioneel vol te pennen. Dat is een plicht die ik uit eigen vrije wil op me genomen heb. Maar het gras moet nog gemaaid en duizend en één andere klussen rondom het huis gedaan; dan is het weleens lastig om een stukje te beginnen. En waar zou het over moeten gaan? Met dat fantastische, prachtige zomerweer buiten valt dat niet mee. Een positief stukje is niet moeilijk, maar ja, daar is deze pagina niet voor. Het moet toch een beetje roddel en achterklap zijn, of in ieder geval een scherp geformuleerde mening.

## ‘Wij richten ons op rotzooi’

‘Wij richten ons op kwaliteit.’ Zo begon mijn laatste interview met een boomkweker. Nou, ik dank je de koekoek. Met die open deur beginnen veel ondernemers. Dat is natuurlijk zo nietszeggend als wat. Het zou interessant zijn als er een ondernemer begint met de kreet: ‘Wij richten ons op rotzooi.’

**Goedkope, snel gekweekte planten die een of twee weken op het terras van de klant staan en dan met een grote boog in de klike gedonderd kunnen worden**

Goedkope en snel gekweekte planten, die een of maximaal twee weken op het terras van de klant staan en dan met een grote boog in de klike gedonderd kunnen worden. Snijbloemen met wortel! Volgens mij zou daar ook wel een markt voor zijn. Omdat dat nu eenmaal het lot is van veel planten in het visuele segment. De vraag is dan natuurlijk wel wat kwaliteit is. Als je in staat bent om voor een minimaal bedrag een paar honderd Deense karren vol te zetten met uniform bloeiende planten die twee of drie weken later allemaal worden afgevoerd, dan is dat misschien een grotere kunst dan de laanboomkweker die gedurende vele jaren bezig is om één prachtige solitair klaar te maken voor de markt. En de consument? Die vindt dit prachtig. Als boomkwekers denken wij misschien dat je alleen met kwaliteit een boterham kunt verdienen, maar tegelijkertijd draaien de kassa's van ketens als Action, Primark en Cranenbroek overuren. Het businessmodel van al die winkels is exact zo. Vervang een of twee weken bloeiende planten door Chinese rommel en de Deense kar door een 10 of 20 voets container en je hebt *in a nutshell* het verdienmodel van deze winkels op het netvlies. Ook dit is trouwens topsport. Een keten als Action opent iedere week twee of meer winkels en heeft een omzet van meer dan 2,6 miljard euro.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



Be social

Scan of ga naar:

[www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-6894](http://www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-6894)