



# ‘Marketingstrategie en relatiebeheer zijn de toekomst voor de boomkwekerijbranche’

Van Vliet New Plants lanceert twee nieuwe sedumsorten

**Marketingmanager Zwier Nootboom van Van Vliet Plants: ‘Ons sortiment verandert voortdurend, jaarlijks komen er tien tot vijftien soorten bij. Daardoor blijft de zoektocht naar goede partners in ons netwerk van eminent belang.’**

Auteur: Karlijn Raats

Eerder nam Van Vliet New Plants deel aan de Boom in Business-rubriek Regio in Beeld, dit keer de Gelderse Vallei. Hoezeer Van Vliet New Plants waarde hecht aan een stevig netwerk blijkt daaruit: ‘Het was goed van Boom in Business om de groep kwekers uit onze regio bij elkaar te brengen’, vertelt Nootboom. ‘Want in onze buurt bestaan vrij weinig netwerkclubs. Het bundelen van krachten is erg belangrijk in onze branche, die nieuwe soorten de markt op brengt.’

## **Verticale ketensamenwerking door relaties koppelen**

Van Vliet New Plants creëert een geschikt netwerk door partnerbedrijven te kiezen die bij hun strategie passen. Daarnaast koppelt het bedrijf kwekers aan elkaar, wat ervoor zorgt dat nieuwe producten de weg naar de tuincentra en de consument vinden. Voor nieuwe soorten werkt Van Vliet New Plants samen met stek- en

vermeerderingsbedrijven, plantgoedbedrijven die halfwasproducten leveren en bedrijven die leverbare producten maken en verkopen aan tuincentra. ‘Als we een stek- of plantgoedbedrijf koppelen aan een geschikte eindproductleverancier, ontstaat er een optimale samenwerking’, legt Nootboom uit. ‘Bij sommige producten gaan we nog een stap verder, dan koppelen we er een tuincentraketten aan. Dat doen we door netwerkbijeenkomsten op te zetten in onze 2 hectare grote kijktuin. Daar zijn al onze soorten in aangeplant. Deze tuin is ons visitekaartje en daarnaast een mooie netwerklocatie.’ Drie werknemers van Van Vliet New Plants zijn bovendien voortdurend op pad om relaties aan elkaar te koppelen.

## **In beeld blijf-strategie: gefaseerd op de markt brengen binnen een serie**

De marketingstrategie wordt steeds belangrijker om succesvol nieuwe soorten af te kunnen

zetten. Daarin vormt het koppelen van relaties de sleutel. Het bedrijf ontwikkelt zijn marketingstrategie met de uitgekozen partnerbedrijven. Meestal zijn dit de bedrijven die leveren aan de tuincentra. Binnen deze samenwerking leveren de betrokken partijen hun input voor een concrete marketingcampagne per lancering. 'Een strategie die erg goed voor ons werkt, is de lancering van series', legt Nootboom uit. 'Bijvoorbeeld: binnen Hortensia bestaan zo gigantisch veel soorten, dat één nieuwe soort niet zo gemakkelijk wordt opgepakt door de markt. Wanneer je met je partnerbreeder/veredelaar een serie ontwikkelt met allerlei bloemkleuren of eigenschappen die hetzelfde zijn en daar omheen een marketingcampagne ontwikkelt, kun je de serie enerzijds duidelijk in de markt neerzetten en heb je anderzijds veel meer slagkracht. Vaak start een serie met een paar variaties. Deze hebben de taak om bekendheid op te bouwen. Nadat deze, een paar jaar na hun introductie, aan bekendheid hebben gewonnen, kun je er nieuwe variaties aan toevoegen. Doordat de serie zich steeds meer uitbreidt, wordt hij ook steeds bekender. Daardoor wordt het interessant.'

#### Lancering van twee nieuwe sedumsoorten op GrootGroenPlus

Op de GrootGroenPlus-beurs introduceert Van Vliet New Plants twee nieuwe sedumsoorten uit de zogeheten *Sedum* Cocktail Series: *Sedum* 'Bloody Mary' en *Sedum* 'Pina Colada'. *Sedum* 'Bloody Mary' bloeit met donkerrode bloemen, *Sedum* Pina Colada' heeft zachtroze bloemen die afsteken tegen het bonte blad.

Van Vliet New Plants zal een aantal kwekers selecteren die deze nieuwe soorten gaan oppakken. Om de nieuwe serie wordt vervolgens een logo en marketingcampagne ontwikkeld. In de komende paar jaar volgen enkele toevoegingen aan deze serie. Nootboom: 'De toevoegingen krijgen ook weer cocktailnamen.'

#### Serienamkeuze binnen de campagne

De cocktailnamen spreken voornamelijk een jonge doelgroep aan. Dit is een doelgroep die de tuin als verlengstuk van de woonkamer ziet en er graag ontspant, eet en borrelt. Nootboom beaamt dit. 'Je ziet dat veel jonge mensen in hun tuin bezig gingen afgelopen jaar. Het gebruik van cocktailnamen kan tuinplanten weer goed op de kaart zetten onder deze jongere doelgroep. Cocktails drinken in de tuin, bij de gelijknamige plant, is ook bijzonder goed visueel te maken: we zijn een nieuwe

catalogus aan het ontwikkelen. Het beeldmateriaal zal de grafische koppeling tussen de cocktail en de gelijknamige sedumplant bevatten.' Van Vliet New Plants is creatief. Mocht het haalbaar zijn, dan wil het bedrijf cocktailrecepten ontwikkelen waarin sedum op een bepaalde manier grafisch verwerkt is.

#### Verschillende marketingstrategieën

Nootboom denkt dat het steeds belangrijker wordt om je nieuwe soorten goed te presenteren. De serielancering is één marketingstrategie. Een andere strategie is focussen op de kweker, om deze teeltvoordelen te bieden met nieuwe soorten. Zo is Van Vliet New Plants bezig met een nieuwe *Thuja*. Deze is in Nederland lang niet meer zo in trek als in de jaren zeventig en tachtig, maar er gaan nog altijd grote hoeveelheden naar Oost-Europa. Vooral in Polen en Rusland is de markt voor *Thuja* groot en groeiende. 'Deze conifeer,

## 'Door te focussen op de kweker haalt deze een hoog rendement uit de licentie'



## ACHTERGROND

genaamd "King of Brabant", groeit een stuk sneller dan de normale *Thuja* "Brabant", verklaart Nootboom. Onder andere Bremmer Boomkwekerijen uit Boskoop, een kweker die bekend staat om zijn hoge kwaliteit plantmateriaal, kweekt "King of Brabant". Nootboom vervolgt: 'Kwekers kunnen met de "King of Brabant" hun velden twee jaar eerder leeg hebben. Daarmee hebben zij de licentie snel terugverdiend. Een aantal kwekers zet deze nieuwe conifeersoort vervolgens zelf ludiek in de markt met labels en marketing.'

Bovendien probeert Van Vliet New Plants interessant te zijn over de gehele assortimentsbreedte: heesters, coniferen en in toenemende mate in de vaste planten, met als laatste toevoeging de sedums. 'We geloven in onze nieuwe sedumplanten. Vergeleken met andere sedumsoorten zijn ze een stuk compacter. Ook in de tuin blijven de planten compact en stevig. Ze vallen niet uit na zware regen. En ze bloeien eerder. Bovendien is sedum zeer geschikt voor klimaatadaptatie, aangezien het goed tegen droogte en warmte kan.'

Van Vliet New Plants lanceert zijn *Sedum* 'Bloody Mary' en *Sedum* 'Pina Colada' op de GrootGroenPlus-beurs, waar het bedrijf op zoek gaat naar kwekers die deze nieuwe soorten kunnen oppakken.



  
**BE SOCIAL**  
Scan, lees & deel!