

De Stelling: Voor een gezonde toekomst moeten we ons aanbod méér richten op de vraag van eindgebruikers

Dialogo, varkenscyclus, no-brainer: hoe kijken vakgenoten aan tegen vraag- en aanbodgerichtheid in de boomkwekerijsector?

‘De klant is koning’ is een veelgehoord gezegde. Het betekent dat de klant uiteindelijk bepaalt of datgene wat jij als bedrijf aanbiedt aan de verwachtingen voldoet – en dus gekocht wordt. Zo niet, dan blijf je er mee zitten. In de boomkwekerij lijkt het soms andersom: het aanbod is leidend en de vraag hobbelt erachteraan. Is dat inderdaad zo? En zo ja, wat zegt dat over de toekomstbestendigheid van de sector?

Auteur: Hanneke Tax


BE SOCIAL
Scan, lees & deel!



JOHAN DEBRABANDERE
Category manager groen GRS Inkoop

‘Vaak is men aan de kwekerskant gericht op massaproductie en ziet men wel waar het schip strandt’

Weinig dialoog

‘In mijn ogen is er zeker te weinig dialoog. Aan de kwekerskant is men heel erg bezig met nieuwigheden, die dan in de markt worden gepusht. Er worden soms nieuwigheden ontwikkeld waar niemand op zit te wachten. Hebben die mensen geen vooronderzoek gedaan, vraag ik me dan weleens af. Ik denk bijvoorbeeld aan een nieuwe bonte *Skimmia* die zonder veel afstemming in de markt werd gezet met hoge verwachtingen. Maar na een paar jaar is de aandacht weggeëbd en dan is men toch wel teleurgesteld. Kweker en veredelaar zouden veel meer om de tafel moeten gaan met de tussenschakel tussen hen en de consument: de retail.’

Gericht op productie

‘Op plantenbeurzen zie je keuringen van nieuwigheden langskomen, zoals op GrootGroenPlus of Florall. Soms kan het beurspubliek daar dan op reageren in een soort wedstrijd, zoals op Plantarium|Groen-Direkt. Dan krijg je wat feedback uit de markt, maar het gebeurt in mijn ogen niet genoeg. Vaak zijn nieuwigheden op de beurs al in productie; dan ben je eigenlijk al te laat om af te toetsen en te beslissen of er genoeg interesse is in de markt. Bij een test van een nieuwigheid op onze GRS-beurs konden 150 tuincentra reageren en de meningen waren zeer verdeeld. Toch ging men door met die cv. Er zijn wel goede initiatieven om de dialoog aan te gaan, maar nog te weinig. Vaak is men aan kwekerskant toch gericht op (massa) productie en dan ziet men wel waar het schip strandt. Het gaat nog steeds te goed in de plantenverkoop; daardoor komen we er nog mee weg. Maar als het ooit moeilijker wordt, vraag ik me af of we daar klaar voor zijn.’



FRANS VAN WANROOIJ
bedrijfsadviseur ABAB

‘Ook sommige goed te vermeerderen producten hebben weleens een soort varkenscyclus’

Achter elkaar aan

‘Boomteelt is in de agrarische sector een vreemde eend in de bijt. Het is een van de weinige sectoren die volledig voor eigen afzet moeten zorgen. Iedereen moet zijn eigen broek ophouden. Natuurlijk is dit gezond voor de sector. Je ziet echter wel dat we regelmatig achter elkaar aan lopen. Wat goed loopt, wordt door velen aangeplant; wat minder goed loopt, wordt niet of minder aangeplant. Dat geldt zeker voor gewassen die snel vermeerderd kunnen worden. Als jij denkt dat je iets goeds hebt, is de kans groot dat iemand anders dit ook denkt. Zorg daarom dat je je goed informeert, dus ook kijkt naar de eind-afnemer. Bezoek eens tuincentra of informeer eens in je omgeving wat mensen denken van je product.’

Variëren met twintig procent

‘Belangrijk is in mijn ogen dat er een basis van 80 procent van het assortiment vaststaat. De afnemer moet natuurlijk ook continuïteit hebben. Met 20 procent van het areaal kun je dan nog variëren. Hiermee breng je rust in je bedrijf. Ook is het nodig om meer informatie in te winnen over de markt. Dat kan door te informeren bij leveranciers (in de brede zin van het woord) en bij afnemers. Maar ook besprekingen met collega's kunnen veel duidelijkheid geven, zeker als het gaat om gewassen die snel vermeerderd kunnen worden. De varkenscyclus is een duidelijk voorbeeld van hoe mensen achter elkaar aan lopen. Een soort varkenscyclus vindt ook plaats bij sommige goed te vermeerderen producten.’



STEFAN VERBUNT
algemeen directeur Griffioen Wassenaar

‘Uiteraard kun je pas echt goed adviseren als je kunt bogen op eigen jarenlange praktijkervaring’

No-brainer

‘Dat lijkt me een no-brainer, tenminste bij Griffioen Wassenaar. Je ontwerpt immers om de klant een duurzame groenoplossing te bieden. Althans, zo doen wij dat al jaren standaard met ons concept GreentoColour. Dan gaat het om de hele cyclus van ontwerp, sortiment, plantkwaliteit, substraat en onderhoud. In het beplantingsplan worden de uitgangspunten van de locatie, een lange levensduur en minimale beheerskosten meegenomen. De wensen van de opdrachtgever zijn natuurlijk de basis voor dat plan.’

Praktijkervaring

‘Uiteraard kun je pas echt goed adviseren als je kunt bogen op eigen jarenlange praktijkervaring. Zo zijn er soorten die we niet gebruiken in bepaalde delen van het land, maar in andere delen gaat dat wel prima. Ook om deze reden hebben we inmiddels een breed assortiment wilde en inheemse planten in ons aanbod. Hoewel het gebruik hiervan wel weer op gespannen voet staat met andere uitgangspunten, zoals beheerskosten. Dit realiseert men zich echter nog te weinig.’