



Scherpe prijzen, maar wel met oog voor sociale duurzaamheid

Toeleverancier zet in op eigen import, transport, kwaliteit en advies

Door de omstandigheden van de afgelopen jaren in de markt voor bomen en vaste planten, is het voor (boom)kwekers een noodzaak geworden om de kortste lijnen aan de inkoopkant te hebben. Toeleveranciers stemmen daarop af door zich niet alleen op volume, maar ook steeds meer op uitgebreide service te richten. Agro 'De Arend' BV is een voorbeeld van zo'n toeleverancier. Vakblad Boom in Business spreekt met directeur/eigenaar Gerrit Jan van Nifterik.

Auteur: Santi Raats

In Kesteren in de Neder-Betuwe, midden in het Europese laanboomcentrum, ligt Agro 'De Arend' BV. De klanten van deze toeleverancier bestaan uit boomkwekerijen, fruittelers, tuinbouwers, hoveniers, overheden en particulieren. Het bedrijf levert producten zoals gewasbeschermingsmiddelen, meststoffen, jute, bindbuizen, gereedschap, draadkorven en tonkinstokken.

Het bedrijf

Agro 'De Arend' BV is in 2012 ontstaan. In dat jaar namen Gerrit Jan van Nifterik en Agro Buren (onderdeel van de Wesemael Groep) de Huverba-activiteiten in boomkwekerij-artikelen en de groot-handel 'De Arend' van de gebroeders Arends in Kesteren over. In juni 2015 nam Agro 'De Arend' BV een aandeel in de Belgische totaalleverancier Habo Belgium bvba, en in augustus dat jaar volgde de overname van de handelsactiviteiten in de boom-

kwekerijsector van Van Nifterik Holland. Het bedrijf telt twintig vaste medewerkers. De klandizie zit voor 60 procent in Nederland en verder in Amerika, Canada, West- en Oost-Europese landen, Rusland en Kazachstan.

Weer autonome groei na roerige overnameperiode 'We willen ons focussen op een brede doelgroep en dus ook op een breed gamma aan producten en diensten. Veel producten worden gebruikt

door boomkwekerijen, hoveniers en gemeenten', verklaart Van Nifterik, voorheen onder meer accountmanager bij Huverba en eigenaar van een loonbedrijf op het gebied van kluitwerk. 'We hebben een roerige tijd achter de rug door deze overnames', trapt Van Nifterik het gesprek af. 'Inmiddels is alles gesetteld en kunnen we weer autonoom verder groeien. We hopen nog wel één grote efficiëntieslag te maken: komend jaar willen we verhuizen van dit vooroorlogse land- en tuinbouwschoolgebouw naar het Agro Business Centre in Opeusden. We slaan onze goederen nu op vijf locaties op. Ook gaat de opslagcapaciteit omhoog van 7.500 m² naar 10.000 m².'

Import en transport

Agro 'De Arend' BV valt direct op als een bedrijf dat vol inzet op onderscheiding door service en dat direct levert aan de eindgebruiker. 'Je ziet de

laatste jaren dat kleine bedrijven het zeer moeilijk hebben in de huidige markt', verklaart Van Nifterik. 'Bedrijven proberen hun marges te behalen aan de inkoopkant. Groeien kan alleen nog met volume. Daar zetten wij dan ook op in, zodat we direct kunnen inkopen en de tussenhandel niet nodig hebben. We importeren zelf vanuit Azië. Samen met een collega ben ik direct verantwoordelijk voor de inkoop; daarvoor zijn we met grote regelmaat zelf in China. Dankzij ons volume en de daaraan gekoppelde werkgelegenheid hebben we drie lokale medewerkers die de kwaliteitscontroles uitvoeren en het transport tot aan de deur van de klant kunnen regelen. Dat zijn een kwaliteitsmedewerker, die de kwaliteit bewaakt voordat er wordt geladen en die ervoor zorgt dat het transport op tijd vertrekt, een medewerker voor de import- en exportvergunningen en andere transportpapieren, en tot slot een inkoper, die communiceert met de leveranciers.'

Binnen Nederland houdt dat 'transport tot aan de deur' niet alleen het papierwerk in, maar ook letterlijk het afladen: buiten staat een trailer met daarop een kraan gebouwd. Deze kan forse pakketten en bundels grijpen en verladen, maar ook eenvoudig bij de klant op de wagen plaats. Van Nifterik: 'Een klant zonder heftruck is hier erg mee geholpen. Normaal is afladen dan een heel karwei, maar met deze kraan op de trailer is afladen op een platte wagen zo gebeurd en kan de klant direct het land op rijden.'

'De Chinese klant verzette de datum van de bruiloft, zodat wij erbij konden zijn'

Cash and carry-achtig

Het hele bedrijf is ingericht op een cash-and-carry-achtige manier; de producten in de 2000 m² grote loods zijn zo uitgesteld of gebundeld dat ze makkelijk in te laden zijn. Ze zijn makkelijk te bereiken met een vervoersmiddel en ook in het afhaalmagazijn liggen de artikelen – Van Nifterik noemt dit 'grijpvoorraad' – praktisch uitgesteld. Momenteel liggen er bij de deur tekenmaterialen, zoals verschillende kleuren tape, stripjes en raffia, omdat het tekenseizoen in de boomkwekerij nu van start gaat.

'Onze voorraad is zo groot omdat we importeren uit Azië. Hiermee anticiperen we op onvoorziene omstandigheden, zoals de tyfoon Hato, die recent in Zuid-China grote overstromingen en schade heeft veroorzaakt. Ook de grote overstromingen in Bangladesh en India hebben gevolgen voor onze inkoop.'

Juiste prijs

Geen laagste prijs, maar kwaliteit. Dat is de slogan van Van Nifterik. 'Natuurlijk moet je voor en achter je kijken als je aan de top staat, maar kwaliteit moet de kern blijven. Zelf ben ik direct verantwoordelijk voor de kwaliteitsbewaking. Die voer ik niet alleen uit door regelmatig de producten in China te keuren, maar ook door langetermijnrelaties met leveranciers te borgen. De prijs moet niet te hoog zijn, maar wel hoog genoeg, zodat men er aan de andere kant ook iets aan overhoudt. Agenten hebben hun focus vaak alleen op geld verdienen en verliezen de kwaliteit en de klantrelatie soms uit het oog.'

Van Nifterik geeft een voorbeeld van het onderhouden van klantrelaties in China, waar men naar zijn zeggen in de eerste plaats prijs stelt op een goede sociale relatie, nog voordat er zaken worden besproken. 'Ik was met een collega uitgenodigd door een jarenlange relatie om op de bruiloft van twee van zijn dochters te komen, maar ik kon niet. Daarop heeft deze klant de datum van de bruiloft verzet, zodat wij erbij konden zijn. Dit geeft aan dat zakendoen in China op veel meer gebaseerd is dan alleen op onderhandelen. Voor een goede relatie moet je tijd investeren en er vaak heen gaan. Dit levert niet alleen goede kwaliteit op, maar ook goodwill en hulp op momenten dat je voor problemen komt te staan.'

Teeltechnische ontwikkelingen

De kennis bij de eindgebruiker lijkt achteruit te gaan, of de eindgebruiker kan de vele ontwikkelin-



Het hele bedrijf is ingericht op een cash-and-carry-achtige manier. Momenteel liggen er bij de deur tekenmaterialen, zoals verschillende kleuren tape, stripjes en raffia, omdat het tekenseizoen in de boomkwekerij nu van start gaat.



5 min. leestijd

KWEKER AAN HET WOORD



De producten in de 2000 m² grote loods zijn zo uitgesteld of gebundeld dat ze makkelijk te laden zijn.



Van Nifterik: 'Met deze kraan op de trailer is afladen op een platte wagen zo gebeurd en kan de klant direct het land op rijden.'

gen niet bijhouden, zo merkt het vakblad geregeld. De website van Agro 'De Arend' BV valt op door de vele tips en adviezen op het gebied van planten, bodem en meststoffen. Er wordt antwoord gegeven op vragen zoals: wat moet ik doen om mijn boom zo vitaal mogelijk te houden en weerbaarder te maken tegen ziektes en plagen? Hoe kan ik goed laten afharden? Wat kan ik het beste

toedienen? Niet alleen op de website vindt men de nodige informatie, klanten ontvangen ook een maandelijkse nieuwsbrief over gewasbescherming en zesmaal per jaar een algemene nieuwsbrief. 'We ontzorgen niet alleen door het transport te verzorgen, maar ook door adviezen te geven over de inzet van de juiste producten of over de toepassing van de producten. Als er behoefte aan is, nemen

we bodemmonsters. Ons moederbedrijf Agro Buren stelt daarbij analyses op en geeft advies. Soms houden we pilots, zoals op het gebied van bodemleven. Wij zien onszelf als partner van de klant, om samen een vitale en optimale teelt te realiseren. Bij onze inzet op goed advies gaan we uit van de filosofie 'eerlijk duurt het langst'. We willen de klant niet onnodige middelen in de maag splitsen die niet bijdragen aan succes. Blijve klanten leveren langetermijnrelaties op.'

Op kweekgebied heeft Nederland internationaal een goede reputatie, merkt Van Nifterik. 'En de ontwikkelingen gaan soms snel. Zo zijn er grote ontwikkelingen in het telen van bomen in containers en potzakken. In samenwerking met vof G & M Aannemerij leggen we velden voor diverse boommaten aan, zodat men qua maten kan afwisselen. We zetten ook in op productontwikkeling. Twee van de recente ontwikkelingen zijn bindbuis dat drie tot vier meegroeit zonder de boom in te snijden, en draadkorven die wegroesten in de grond om schade aan het milieu te voorkomen.'

'Landen zoals Polen en Turkije zijn ook in ontwikkeling. Eerst op het gebied van potplanten, maar nu ook van bomen. Bedrijven in dit soort landen pikken de kwaliteitsstandaarden op die we in Nederland en Duitsland hanteren, maar kunnen vaak niet terecht bij lokale materiaalleveranciers die nog in lagere standaarden leveren. Aan hen leveren we producten en teelttechnische ondersteuning.'

Toekomst

'Wij willen rustig verder groeien', verklaart Van Nifterik tot slot. 'Dat kan, want we hebben een superteam en de wereld is groot genoeg.' Daarbij houdt Van Nifterik zich liever niet teveel bezig met wat de concurrentie doet. 'Het is beter om de focus te houden op de koers die je voor jezelf hebt uitgezet en je niet teveel te laten afleiden.'



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-7024