



‘Breed assortiment buiten- groenproducten - kwekers daarvan verdienen platform’

Greenfluencer-genomineerde vormt verbindende schakel in de handel



4 min. leestijd

Greenfluencer-genomineerde Linda Hoogendoorn-Veelenturf is dé verbindende schakel in de buitengroenwereld. Als directeur van handelsplatform Varb brengt zij al acht jaar marktpartijen samen. Daarnaast klinkt er veel lof, ook vanuit onze redactie, voor de manier waarop zij de vakbeurs PLANTARIUM|GROEN-Direkt met haar team op de kaart heeft gezet. Hierbij is zij betrokken vanuit haar functie van directeur van Green Retail Events, dat ontstaan is uit de recente fusie van Varb en Stichting Vakbeurs.

Auteur: Karlijn Raats

Hoogendoorn-Veelenturf groeide op in Boskoop op de kwekerij van haar ouders, Boomkwekerij Leo Veelenturf. Hier werkte ze vanaf haar twaalfde op zaterdag mee en later ieder vrij uurtje tijdens haar studie. Toch lag haar toekomst niet op de kwekerij van haar ouders; die wordt door haar jongere broer overgenomen. Hoogendoorn-Veelenturf studeerde management, economie en recht. Ze kwam achtereenvolgens terecht in het privéonderwijs en bij een branche-opleider. Het commerciële vak leerde ze als accountmanager bij onderwijsinstelling Schoevers, waarna ze aan de slag ging bij de LOI en doorgroeide tot businessunit-manager en portefeuillehouder hoger onderwijs. In deze hogere managementfunctie werkte Hoogendoorn-Veelenturf samen met allerlei beroepenveldcommissies. 'Hier heb ik veel geleerd over verbinden, dat je met elkaar iets moois kunt creëren, en over leidinggeven aan dat proces van samenwerken. Maar ook dat je elkaar nodig hebt om mooie dingen te kunnen maken.'

Terug naar de roots

Ze had het erg naar haar zin bij de LOI, maar de functie was pittig naast het gezinsleven met haar drie zonen en echtgenoot, die een eigen houthandel heeft. In haar zoektocht naar een wat evenwichtiger werk-privébalans kwam Hoogendoorn terecht bij Stichting Beurshal, de voorloper van Stichting Varb, die in 1956 werd

opgericht om de handel in de boomkwekerij te bevorderen. Toen er in de beurshal geen fysieke beurzen meer werden gehouden, ging alle aandacht van de stichting uit naar het digitale platform Varb, waarop boomkwekerijproducten, vaste planten en bloembollen worden aangeboden. 'Na vele jaren in het particuliere onderwijs ging ik terug naar mijn roots', zegt Hoogendoorn. 'De berg kennis die ik buiten de groene sector had opgedaan, kon ik uitstekend gebruiken in mijn nieuwe functie.'

Van Beurshal naar Varb

Stichting Beurshal was toen nog een kleine club met drie mensen. Sinds haar aantreden zette Hoogendoorn veel in gang. 'Het was de ambitie van het bestuur om het platform toekomstbestendig te maken en om het aantal producten van Stichting Beurshal te laten groeien', vertelt Hoogendoorn. 'Ook lag de focus nog op de exploitatie van het onroerend goed.' Na de verkoop van het onroerend goed in de loop van de jaren kwam de focus volledig te liggen op Varb. In 2019 wijzigde de naam van Stichting Beurshal in Stichting Varb. De 'b' in de naam Varb stond niet meer voor 'boomkwekerij', maar voor 'buitengroen', om de doelgroep van het platform te verbreden.

Groei

Onder leiding van Hoogendoorn stapte Stichting Varb na 25 jaar over op een andere softwareleverancier. Het omzetten van het gehele systeem – letterlijk het uitschakelen van het oude systeem en het aanzetten van het nieuwe – zorgde voor veel druk, maar werd succesvol afgerond. Ook leidde de verbreding van de doelgroep tot een flinke groei. Inmiddels zijn er 975 bedrijven in Nederland en België aangesloten bij het platform Varb, variërend van kwekers en exporteurs tot tuin- en groencentra, groothandels en cash-and-carry's, aldus Hoogendoorn. 'Ik denk dat de groei van het netwerk en dus het succes van Varb voortkomt uit de eenvoud van onze formule. Varb is een platform waar aanbod en vraag samenkomen en we houden ons bij dit doel. Juist deze specialisatie biedt meerwaarde voor kwekers en kopers.'

Digitaal zakendoen

Hoogendoorn vindt goede zichtbaarheid essentieel, het voortdurend laten zien wat het digitale handelsplatform Varb doet. 'Het is als sectororganisatie sowieso belangrijk om je activiteiten en je meerwaarde te laten zien aan de ondernemers in de sector. We werken voor de

sector en willen ondernemers meenemen in het steeds efficiënter digitaal zakendoen.' Ze legt uit: 'Met de coronabeperkingen nog op ons netvlies hebben we gezien dat digitaal zakendoen meer gemeengoed is geworden. In de toekomst zal het blijvend een belangrijke rol spelen. Ik geloof in het opbouwen van een persoonlijke relatie, om vandaaruit digitaal zaken te kunnen doen. Nieuwe handelsrelaties die door digitale handel tot stand komen, vragen op termijn toch om persoonlijk contact.'

Persoonlijke insteek

Stichting Varb – na de fusie Varb BV – beschikt niet over een massa accountmanagers, maar laat op andere manieren zien wat ze doet. 'Wij hebben gekozen voor een persoonlijke insteek', verklaart Hoogendoorn. 'We werken met een klein team en dus met vaste aanspreekpunten voor onze klanten. Zij kennen onze medewerkers van de klantenservice of marketing bij naam. We versturen regelmatig mailings, die altijd zijn ondertekend door een medewerker. We staan op beurzen in België en Nederland. Daarvoor nodigen we mensen persoonlijk uit. Voor bestaande klanten houden we gebruikersbijeenkomsten, ook in de regio. We zijn ook actief op LinkedIn, dat in toenemende mate wordt gevolgd in de gehele sector. Hoewel we dus niet standaard bij bedrijven langskomen, houden we toch nauw contact.'

Inmiddels zijn er 975 bedrijven in Nederland en België aangesloten bij het platform Varb

Een ander goed voorbeeld van Varb-exposure is de tour door Nederland die Hoogendoorn met collega's maakte om het dertigjarig jubileum van het platform te vieren. Ze is actief op LinkedIn, maakt vlogvideo's en geeft hier en daar interviews. Ook neemt ze deel aan branchebijeenkomsten en forumdiscussies, zoals meermaals voor vakblad Boom in Business. 'Regelmatig herkennen klanten me persoonlijk wanneer ik ze spreek op een beurs', lacht Hoogendoorn. 'Dan



Een voorbeeld van Varb-exposure is de tour door Nederland die Hoogendoorn met collega's maakte

moet ik even schakelen voordat ik me realiseer dat ze mij of mijn collega's via allerlei online kanalen kennen.'

Greenform

Sinds dit najaar zijn Stichting Varb en Stichting Vakbeurs voor de Boomkwekerij (SVB) gefuseerd in Stichting Greenform. Hoogendoorn is daarvan de directeur en Rens van Nierop is bestuursvoorzitter. Jan de Vries, ook genomineerd voor de Greenfluencer-award, is vicevoorzitter van het Greenform-bestuur en bestuurder van Green Retail Events BV. Hoogendoorn is ook directeur van Green Retail Events BV, de organisatie waarmee Greenform samen met GROEN-Direkt de vakbeurs PLANTARIUM|GROEN-Direkt organiseert.

Hoogendoorn: 'Beide stichtingen hadden als doel het bevorderen van handel in buitengroen. SVB deed dat met de fysieke beurs Plantarium, Stichting Varb deed dat met het digitale platform Varb. De tijd was er rijp voor om verbinding te maken. Door de samenvoeging vormt de

zakelijke dienstverlener Greenform één krachtige, efficiënte organisatie, met één bestuur, één beleid en één doelstelling.'

Vrouw in directeursrol

De samenwerking met bestuursleden/boomkwekers Van Nierop en De Vries loopt voorspoedig. 'Beiden zijn vakgenoten; dat is prettig. We hebben een open, natuurlijke samenwerkingsrelatie waarin ik veel vrijheid heb om te handelen naar eigen inzicht.' Hoogendoorn heeft haar vrouw-zijn nooit als belemmering of als voordeel ervaren in haar management- en directeursfuncties. 'Om het verschil te maken bij het verbinden, helpt het eerder dat ik een open karakter heb. Maar die eigenschap kunnen mannen evengoed bezitten.'

PLANTARIUM |GROEN-Direkt op de kaart

Samen met een beursteam zette Hoogendoorn PLANTARIUM|GROEN-Direkt op de kaart, de najaarsvakbeurs die dit jaar voor het eerst gehouden werd. 'Dat was ook nodig, want met zo'n aftrap moet je er meteen goed staan', verklaart Hoogendoorn. Ze verzamelde daarvoor een sterk team van vijf personen om zich heen. 'We hebben een expert gezet op alle disciplines die een beursorganisatie kent, zoals verkoop, administratie, klantcontact, pr, marketing en operations, dus de opzet en aankleding van de beurs. Zij werken mee aan de vakbeurs, maar dat is niet hun enige klus. Als team komen we op gezette tijden bij elkaar.'

Ook hier zette Hoogendoorn met haar team weer in op zichtbaarheid. 'Het gaat erom wat we als beurs te bieden hebben. Het brede assortiment buitengroenproducten en de kwekers daarvan verdienen een platform om zichtbaar

te zijn voor de tuinplanteninkopers in Europa. Nieuwigheden zijn een belangrijke trekker. Het gaat om kwalitatief goed bezoek in de stand van de exposant. Een beurs is een momentum; precies op die dagen moet het knallen.'

De toekomst

De najaarsvakbeurs was een succes en trok Europese aandacht. 'Voor de toekomst zet de beursorganisatie in op internationale groei, zowel aan de kant van exposanten als van bezoekers. Maar dat is een langetermijndoelstelling, want het kost tijd om aan je merk te bouwen. We hebben een driejarige afspraak met de internationale kwekersorganisatie ALPH. Via haar netwerk komen we in contact met organisaties in verschillende landen die connecties hebben met kwekers of hen vertegenwoordigen. In het buitenland zijn we ook zichtbaar in de vakbladen. Blijvende exposure door te laten zien waarom men een bezoek moet brengen is belangrijk om de vakbeurs naar een hoog internationaal niveau te brengen.'

Gaat ook Varb uitbreiden in het buitenland, naast België? 'Het bestuur laat momenteel een onderzoek uitvoeren om een beeld te krijgen van de internationale markt en de behoeftes die daar spelen. Internationalisering is voor sommige van onze klanten voordelig, maar voor andere minder wenselijk. Dus daar is nog geen ei over gelegd.' Hoogendoorn sluit af: 'Er zijn genoeg spannende dingen voor de toekomst; stilzitten hoort daar niet bij!'

