

Hoe sterk is de keten?



Gevestigde merken hebben het moeilijk en worden in dit geval zelfs vervangen door ketens die zich alleen maar richten op goedkoop

'Hoe sterk is de keten van de eenzame boomkweker?' Dat zou je bijna gaan neuriën, in deze tijd dat het allemaal niet zo geweldig gaat in de boomkwekerij. Het is duidelijk dat ondernemers die de juiste keuze hebben gemaakt wat betreft afzet het nog wel aardig doen, maar als je wat meer in de oude modellen bent blijven hangen, heb je een serieus probleem. 'Alles wordt anders', om nog maar eens een platgetreden cliché uit de hoge hoed te halen. Maar het klopt natuurlijk wel. De crisis in de boomkwekerij is op dit moment een optelsom van bezuinigingen bij de overheid en

Als boomkwekers denken wij dat je alleen met kwaliteit een boterham kunt verdienen, maar op hetzelfde moment draaien de kassa's van ketens als Action, Primark en Cranenbroek overuren

matig draaiende tuincentra. Toevallig las ik dit weekend nog een artikel in de plaatselijke krant: een groot lokaal tuincentrum gaat de deuren sluiten en waarschijnlijk plaatsmaken voor een vestiging van Cranenbroek. Het lijkt behoorlijk symbolisch voor de toestand van de Nederlandse retailers. Gevestigde merken hebben het moeilijk en worden in dit geval zelfs vervangen door ketens die zich alleen maar richten op goedkoop. En de consument? Die vindt dit prachtig. Als boomkwekers denken wij dat je alleen met kwaliteit een boterham kunt verdienen, maar op hetzelfde moment draaien de kassa's van ketens als Action, Primark en Cranenbroek overuren.

Ook de boomkwekerij gaat last krijgen van deze ontwikkelingen, of heeft daar zelfs al last van. Als traditionele afzetkanalen zoals tuincentra het moeilijk hebben, heeft dat ook zijn beslag op deze sector.

De veranderingen zullen natuurlijk verder doorzetten. De markt staat niet stil. De grote Nederlandse tuincentra zullen best weer een keer de groei te pakken krijgen, maar ondanks dat zal er een verdere ontwikkeling naar online verkoop plaatsvinden. Als kweker ben je dan snel geneigd te zeggen: dat kan niet. Onze business is te complex en heeft te veel advies nodig en het transport is te lastig. Misschien is dat wel zo, maar hebben kledingfabrikanten en schoenenwinkels dat ook niet ooit gedacht? Als er straks iemand opstaat die in een online tuincentrum een interessant businessmodel ziet en die begint met echt grootschalige verkoop van planten en andere tuincentrumproducten via internet, dan zal dat de andere ontwikkelingen enorm versnellen. Er zijn al wat voorbeelden op internet, maar ik heb het idee dat dit allemaal nog behoorlijk beperkt is. Echt nieuw is een online tuincentrum overigens natuurlijk niet. Kent u de postorderbedrijven uit de jaren zeventig en tachtig nog? Ook voor internet geldt dat er eigenlijk niets nieuws onder de zon is.

Hein van Iersel
hein@nwst.nl
Hoofdredacteur



Stuur of twitter dit artikel door!
Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-4989