



Bomen verkopen is beleving verkopen

Jan Dieter Bruns (Bruns Pflanzen): *Size does not matter*

Jan Dieter Bruns is de vierde generatie van wat waarschijnlijk de grootste boomkwekerij van Europa is. Zijn vader werd beroemd met de kreet; *'Ich bin kein BdB Baumschulist, ich produziere Bruns-Pflanzen.'* Zoon Jan Dieter Bruns, inmiddels ook al weer 61 jaar, probeert manhaftig iets bescheidener te zijn, maar dat is lastig als je aan het hoofd van een bedrijf staat dat eigenlijk op alle fronten de overtreffende trap is.

Auteur: Hein van Iersel

Ik heb bijna vier uur gereden als ik een half uur te vroeg op het terrein van Bruns Pflanzen in Bad Zwischenahn aankom. Aanvankelijk kan ik het kantoor van Jan-Dieter Bruns niet vinden en verdwaal per ongeluk op het enige hectares grote laad en losperron. Het is een drukte van jewelste, hoewel het afleverseizoen nog niet echt gestart is. Het logistieke model is even simpel als slim. Aan de zijkant worden met tientallen platte wagens en busjes planten uit de eigen kwekerijen en van toeleveranciers aangeleverd. Deze worden in een aantal straten klaargezet tegen rekken totdat het tijd is deze te laden op de vrachtwagens richting klanten. Op de logistieke hotspot zie je meteen wat het specialisme van het bedrijf is: groot. En met groot bedoel ik heel groot. De grootste kluitensteker die het bedrijf in dienst heeft kan kluiten maken met een diameter van enkele meters.

Na een korte wandeling over bedrijfsterrein van Bruns weet ik toch het hoofdkantoor te vinden. Een fors kantoor, maar niet overdreven groot. Later blijkt waarom. In het hoofdkantoor zijn alleen stafmedewerkers en medewerkers van algemene zaken en verkoop werkzaam. Alles wat direct betrekking heeft op de kwekerij wordt geregeld vanuit één van de vier vestigingen die in een cirkel van enkele kilometers rondom het bedrijf liggen. Deze bedrijven werken quasi als zelfstandige units. Bruns zal mij later uitleggen hoe dit zit. Het bedrijf bestond oorspronkelijk uit tien verschillende bedrijven. Allemaal gespecialiseerd in een bepaalde soort bomen. Een ver doorgevoerde specialisatie dus. Er bestond onder andere een bedrijf dat exclusief gespecialiseerd was in eiken. Tien, vijftien jaar geleden is het aantal bedrijven teruggebracht naar vier, die allemaal hun eigen specialisme hebben. Het eerste bedrijf is gespecialiseerd in grote solitairen, daarna laanbomen en als derde en vierde specialisme landschappelijke bomen en een containerbedrijf. De focus van het bedrijf is daarmee breed. Variërend van exclusieve beplanting voor een miljardairstuin in Moskou of Azerbeidzjan tot een lading taxus voor een hovenier of sierheesters voor tuincentra. Tijdens de rondrit met Bruns na het interview merk ik wat specifiek dat laatste inhoudt. Hij laat mij de vestiging van het containerbedrijf zien. Ze zijn daar juist bezig om een huishouding in te richten voor de tuincentra die kopen bij Bruns. Ook hier blijkt Bruns geen massaproducteur van sierheesters, maar een sortimentskweker met een productie in de grotere potmaten. Een stevig deel van de eigen productie containerplanten wordt

overigens ook afgezet buiten de tuincentra naar de klanten van de andere Brunsbedrijven.

Planten geen bomen

Het interview met Bruns gaat van start en ik confronteer hem met de spreuk van zijn vader: 'Ich bin kein BDB Baumschulist, ich bin Bruns.' Bruns erkent en herkent dit als een uitspraak van zijn vader, maar ontkent dat dit uit arrogantie voortvloeit. 'Wat mijn vader bedoelde is dat wij geprobeerd hebben Bruns neer te zetten als een kwaliteitslabel voor planten in de breedste zin van het woord.'

Dat aura van het grote en soms ook arrogante Bruns blijkt de huidige directeur behoorlijk dwars te zitten. 'Okay wij zijn groot, maar voor onze klanten moet dat geen verschil maken. Ondanks het feit dat we groot zijn moeten we iedere klant de aandacht geven die hij of zij verdient.'

Om diezelfde reden wil Bruns ook niet zeggen hoe groot zijn bedrijf is. Op internet lees je overal 500 hectares en dat is ook het oppervlak dat ik te horen krijg. Twee zinnen later meldt Bruns al dat het eigenlijk veel meer is, maar dat de precieze omvang niet ter zake doet. Het gaat om de klant en niet om de omvang van het eigen bedrijf. Ik blijf in verwarring achter wanneer ik de uitspraak hoor dat onder Nederlandse boomkwekers het gewoonte is om er een paar procent areaal bij te liegen en dat deze boomkweker er een stuk af 'liegt'.

Dichtgespijkerd

Brunn blijkt meer dan goed geïnformeerd te zijn over de markt in Nederland. Hij weet exact wie het met wie doet en welke bedrijven aan de winnende hand zijn. Business doen in Nederland is er voor Bruns jammer genoeg niet bij of in ieder geval zeer mondjesmaat. 'De Nederlandse markt is daarvoor – aldus Bruns – te veel dichtgespijkerd. In de ogen van Bruns zijn de Nederlandse boomkwekers er heel slim in geslaagd om buitenlandse bedrijven aan de grens te weren. Dat wil niet zeggen dat er geen respect is voor de sector in Nederland. Verre van dat. Volgens Bruns heeft zijn grootvader – net na de tweede wereldoorlog – in Boskoop geleerd hoe het moet. Voor die tijd was het in 1876 opgerichte bedrijf weliswaar al fors van omvang, maar nog niet echt gericht op hoog kwalitatieve boomkwekerijproductie. Die kennis werd gehaald uit Boskoop. Dat betekent overigens niet dat Bruns niet kritisch is naar zijn Nederlandse concurrenten. 'Ik

Brunn Pflanzen is waarschijnlijk de grootste boomkwekerij van Europa en is gevestigd in Bad Zwischenahn in de regio Ammerland. Ammerland is het grootste boomkwekerijproductiegebied van Duitsland, met een kleine 500 bedrijven die gezamenlijk ongeveer 3500 mensen in dienst hebben.

kwam langd die-en-die. Daar zag de kwekerij er slecht uit.'

Europa

Na die eerste contacten met Nederland in de jaren twintig van de vorige eeuw is er natuurlijk veel veranderd. Bruns profileert zich heden ten dage als een exportboomkwekerij die een paar maatjes te groot is voor Duitsland. Van de omzet zou ongeveer 60 procent uit Duitsland komen en de rest uit het buitenland. Oost-Europa is daarbij belangrijk. De Duitse markt is weliswaar een min-of-meer stabiele thuismarkt, maar de toekomst ligt in het oosten. Bruns zelf vindt het overigens aanmatigend om zich als te groot voor Duitsland te profileren. Hij wil dat – politiek correct – graag anders omschrijven. Bruns is met de Europese markt groot geworden en produceert een product dat ook echt bedoeld is voor de hele Europese markt.

Euro

Brunn denkt niet dat hij de euro werkelijk nodig heeft om te exporteren. Bruns: 'Vroeger was de D-mark en de gulden een kwaliteitskeurmerk in de boomkwekerij tegenover de lire en peseta. Door de pan-Europese markt is dat verschil verdwenen en, erger nog, is de markt veel transparanter geworden. Door de grote Europese thuismarkt is concurrentie toegenomen. De bedrijven uit Opheusden die traditioneel onze toeleveranciers waren, zijn nu in zekere zin onze concurrenten.'

De belangrijkste troef die Bruns daarbij achter de hand heeft is zijn echte specialisme. Door zijn omvang kan het bedrijf – wellicht beter als welke andere kwekerij ook – beleving verkopen. Bruns heeft altijd wel die ene boom staan die het verschil maakt in een project van een architect. Wat zijn belangrijkste doelgroep is, is daarmee ook duidelijk: architecten. Uiteindelijk zijn het de architecten die besluiten welke boom wordt

toegepast in een project. De openbare markt zoals wij die in Nederland kennen is daarmee niet onbelangrijk, maar zeker niet de eerste prioriteit. Als ik later met Jan Dieter Bruns langs een partij Amerikaanse eiken kom - toch gauw in de maat 50+ - meldt hij het me zelfs direct. 'Hier kunnen we eigenlijk geen geld meer mee verdienen. Dit soort bomen kan iedereen maken. Wij moeten iets bijzonders leveren.' En gelukkig is dat laatste in overmacht aanwezig.

Bruns belooft me een korte rondrit door de kwekerij. Een VW Tiguan 4 x 4 wordt gestart en vol gas maken we racerondje door de kwekerij. Het is duidelijk: dit is een van die Duitsers die je op Duitse Autobahn vol gas voorbij komt blazen. De kwekerij ziet er in één woord fantastisch uit. Ieder perceel valt mijn mond weer een stukje verder open. Ik rij met Bruns door een perceel rodo-dendrons, geplant in een bos van vliegdennen en vraag in mijn naïviteit waarom hij rodo's kweekt in een bos. Het blijkt niet om een deel van de kwekerij te gaan, maar een speciale vijftiendertig hectares grote showtuin met in totaal duizend verschillende variëteiten. Bruns: 'De tuin is niet puur voor de show, maar levert ons ook belang-

rijke gebruiksinformatie over rodo's op.' Net daarachter ligt een tweede verrassing. Midden op een enkele hectares groot grasveld ligt een paviljoen, dat - ver weg van de dagelijkse drukte van het bedrijf - gebruikt wordt om bijzondere klanten te ontvangen en te fêteren.'

Nieuwe koers

Bruns laat me een van de oorspronkelijke filialen van zijn bedrijf zien. Een kleine romantische boerderij in de stijl van de streek, waar Bruns zelf nog heeft gewerkt als jongeling. Al deze vestigingen zijn inmiddels verruild voor grote moderne bedrijfsgebouwen. Heel toepasselijk allemaal in dezelfde stijl.

Bruns: 'We zijn vijftien jaar geleden met die ombouw begonnen. Iedere keer als een vestigingsleider met pensioen ging werd het bedrijf samengevoegd met een grotere eenheid. En daar is maar een reden voor: meer efficiency en dus minder kosten. Op die manier hebben we in de laatste tien á vijftien jaar feitelijk het hele bedrijf vernieuwd.'

Duitsland-Nederland

Bruns uit zijn bewondering over het feit dat bij Nederlandse bedrijven vaak al op jonge leeftijd de verantwoording over gaat van vader op zoon. Dat vind hij goed, maar het kan ook te snel gaan. Van zichzelf hij heeft gemerkt dat je met het klimmen der jaren ook flexibeler kunt worden. Bijvoorbeeld waar het gaat om prijsonderhandelingen. De essentie is dat het goed is om aan je prijs vast te houden, maar als de markt naar beneden gaat, zul je mee moeten. Bruns geeft een voorbeeld, maar wil er niet bij zeggen over wie het gaat: 'Wij waren aan het onderhandelen met een Nederlandse kweker en zijn zoon en zij bleven maar vasthouden aan een prijs van 70 euro voor een *Tilia cordata* 'Greenspire', terwijl de markt veel eerder 60 euro aangaf. In de middagpauze zijn we toen naar een concurrerend bedrijf gestapt en hebben daar deze winterlindes gekocht. Na de middag hebben we de onderhandelingen verder opgestart, maar niet na gemeld te hebben dat de lindes niet meer op de lijst stonden.'

De ondernemer laat hier duidelijk een andere kant van zijn persoonlijkheid zien. Niet alleen de





raschameur, maar ook de keiharde onderhandelaar. Bruns: 'Ik heb er zelf van geleerd dat je niet koste wat kost aan je prijs moet vasthouden. Je moet flexibel zijn en deze jonge boomkweker was dat nog niet.'

Volgens Bruns zou de kweker in kwestie dat later meer dan voldoende ingehaald hebben.

'Eurostar'

Ik ben bij Bruns verzeild geraakt op voorspraak van Brienens Brienissen. Brienissen heeft uit het faillissement van Martin van de Bijl het kwekersrecht van *Acer platanoides* 'Eurostar' gekocht en Bruns heeft duidelijk grote plannen met deze esdoorn. Het belangrijkste argument daarbij is dat deze boom in het voorjaar laat uitloopt. In Nederland is dat weliswaar niet zo belangrijk, maar in Zuid-Duitsland en Oost-Europa kan dat een doorslaggevend argument zijn. Het idee is dat Bruns, samen met collega boomkweker Ley in de buurt van Bonn de exclusieve rechten van Eurostar krijgt voor heel Europa met uitzondering van de Benelux. Door het verschil tussen beide kwekerijen zal Bruns dan waarschijnlijk de grote maten gaan verkopen en Ley de kleinere. Brienissen fungeert als toeleverancier voor uitgangsmateriaal in de maten 12-14 en 14-16. Bruns zegt er overigens meteen bij dat het overtuigen van de markt van de kwaliteit van Eurostar niet makkelijk zal zijn. 'De Duitse markt is conservatief', roept de directeur wel drie, vier keer in rij. En cultivars zijn sowieso niet erg gewild. Duitse beheerders kiezen heel vaak voor zaailingen, omdat ze daarmee hun risico's kunnen spreiden. Het duurt daardoor net als in de Nederlandse markt vaak heel lang om andere soorten en variëteiten op beplantingslijsten te krijgen. Bruns: 'Nieuwe soorten introduceren is moeilijk. Wat

wel gaat is het introduceren van nieuwe vormen, blokvormen, bogen, pilaren en dergelijke.' Het op de markt brengen van Eurostar is een aantal jaren eerder ook al geprobeerd door een drietal Duitse kwekers, maar is weinig succesvol geweest. Bruns en Ley willen het nu groot gaan aanpakken met ettelijke duizenden bomen per jaar. Wat daarbij helpt is natuurlijk dat de esdoorn in Duitsland een veel groter product is dan in Nederland. Waar in Nederland een eik wordt geplant, valt de keuze in Duitsland vaak op een esdoorn.

Gebiedeneigen

De Duitse voorkeur voor zaailingen hangt waarschijnlijk ook samen met de Duitse wet die boombeheerders verplicht om in het buitengebied gebiedseigen materiaal aan te planten. Bruns zegt het niet met zoveel woorden, maar tussen de regels door is het duidelijk dat hij niet veel van deze wet moet hebben. Volgens hem is deze vooral ingestoken op het geven van een voorsprong voor regionale kwekers bij de verkoop van gebiedseigen materiaal. Ook uit het oogpunt van duurzaamheid leidt de wet tot bijzondere situaties. Bruns legt uit: 'De keten begint met het winnen van gebiedseigen zaad in bijvoorbeeld Beieren. Dat zaad wordt dan uitgezaaid in Noord-Duitsland in productiegebied Pinneberg, doorgeweekt in Opheusden en vervolgens afgekweekt tot marktklare bomen bij Bruns of een andere Duitse kweker.'

Brunsvolgt: 'Wat bedoeld was als marktprotectie en het creëren van een niche is inmiddels zo verwaterd dat wij bomen, die bedoeld waren voor Beieren, verkopen in Frankrijk'. Ook Nederlandse toeleveranciers in vooral Opheusden zouden helemaal ingericht zijn op de nieuwe

wetgeving. Bruns heeft er dus mee leren werken, maar is duidelijk niet gelukkig met de Duitse voorkeur voor gebiedseigen materiaal, al was het alleen maar omdat een en ander natuurlijk niet te controleren is en bijna schreeuwt om marktpartijen die het niet zo nauw nemen met de regels.

Logistiek

Brunsvolgt nogmaals een keer uit dat 'size does not matter'. Wat zijn klanten willen zijn bijzondere producten, een goed prijs/kwaliteit verhouding en vooral een snelle levering. Voor het bedrijf houdt dit in dat producten die op maandag besteld worden al op woensdag bij de klant op het werk geleverd kunnen worden.

In Duitsland kennen ze het begrip niet, maar het bedrijf werkt daarmee feitelijk als een soort Cash & Carry, hoewel dat laatste natuurlijk een woord is dat Bruns als een vloek in de oren klinkt.

Brunsvolgt me een korte ronde door zijn bedrijf beloofd, maar inmiddels scheuren we al twee uur door zijn kwekerij en een lange terugreis wacht. Ik neem afscheid van een goede verkoper en met een dikke knipoog meld ik hem nog een laatste keer dat ik nooit geloof dat zijn bedrijf 500 hectares groot is.



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

<http://www.boomzorg.nl/artikel.asp?id=19-4286>