

Familie Stolk zet in op gezamenlijke kracht:

# 'Alles draait om goede afstemming met de klant'



Na aanvankelijk aftasten gaan de drie bedrijven Stolk dit jaar gezamenlijke de verkoop opzetten. Van links naar rechts: Piet, Corstiaan, Henry en Jan Stolk.

“Laten zien wat je doet en doen wat je zegt.” Piet Stolk laat daar geen enkele twijfel over bestaan: “Dat is het recept van een goede klantrelatie en die werkwijze gaan we ook in de samenwerking inhoud geven.” Drie families Stolk treden sinds ruim een jaar steeds vaker onder één naam naar buiten. Met Stolk Quality Colors moedigen zij retailpartijen aan gezamenlijk concepten voor hun klanten te ontwikkelen. Dat lukt.

TEKST: PIETERNEL BOUWMAN - VAN VELDEN

BEELD: HENK BOUWMAN

Ze heten Stolk en zijn familie van elkaar. Aan tafel zit Corstiaan Stolk, die samen met zijn broers en ouders het 5 ha grote phalaenopsisbedrijf Stolk & Zn in Waddinxveen leidt. Daarnaast zitten Henry en Piet Stolk, van Stolkplants Bergschenhoek met 6 ha

potanthuriums, een samenwerkingsverband van twee broers en drie zonen. Naast hem zit Jan Stolk, van Stolk Flora bv, met twee locaties in Bergschenhoek en Bleiswijk en ruim 6 ha phalaenopsis. Cock van Bommel, Elsman Marketing, completeert

het gezelschap. Hij is verantwoordelijk voor de begeleiding van het samenwerkingsproces.

Op tafel staan verschillende kleuren orchideeën en anthuriums. Ze schuiven tot dat

[Vervolg op pagina 8](#)

# 'Alles draait om goede afstemming met de klant'



Van links naar rechts: Cock van Bommel, van Elsman Marketing, Jan, Henry, Corstiaan en Piet Stolk. Allen zijn van mening dat alles draait om een goede afstemming, zowel tussen de drie bedrijven onderling, maar ook met de klanten.

## Vervolg van pagina 7

ze een goede combinatie vinden. Vandaag zoeken ze het assortiment voor een mengdoos op kleur bij elkaar.

### Samen naar buiten treden

Het idee voor samenwerking ontstond tijdens deelname aan één van de vele nationale potplantenbeurzen. In 2008 besloten ze al een gezamenlijke stand op Aalsmeer Market in te richten.

Door die samenwerking werd het ook mogelijk om een stapje verder te gaan: beurzen in het buitenland (Angers, Essen). Daarop ontstond in 2009 het idee om steeds nadrukkelijk gezamenlijk naar buiten te treden. De naam Stolk Quality Colors zag het daglicht. Op dat moment besloten de bedrijven ook de gezamenlijke inkoop van potten, toegevoegde waarde en verpakkingsmaterialen op te zetten.

### Fair Flowers Fair Plants

Hoe omschrijven deze telers hun assortiment? Welnu, allereerst zijn dit planten die zich onderscheiden door constante hoge kwaliteit. Piet: "Deze anthurium staat dus met gemak een half jaar te bloeien, zonder dat je daar als consument veel voor hoeft te doen. Alleen een beetje water op z'n tijd. Dat komt door het biologische telen. Dat willen we vooral duidelijk maken in onze concepten." En dat geldt uiteraard ook voor de rest van het assortiment, dat uit phalaenopsis bestaat.

Vervolgens voldoen alle drie de bedrijven aan FFP (Fair Flowers Fair Plants), waarbij zij zich geïnteresseerd hebben aan een duurzame teelt, met respect voor mens en milieu. Sterker nog, Stolk Quality Colors is een van de initiatiefnemers geweest van FFP. De planten zijn dus gekweekt op een manier die het milieu minimaal belast en

waarbij goede sociale omstandigheden op de bedrijven zijn gegarandeerd.

Om het FFP keurmerk te kunnen voeren hebben de bedrijven alle processen moeten beschrijven en verschillende deelcertificaten behaald. Jan: "Dit verhaal moet door de hele keten kloppen. We zijn ons sterk bewust van alle stromen die door ons bedrijf gaan."

Door de grootte van de drie bedrijven zijn ze ook in staat om naast kwaliteit volume te leveren. Tot slot investeren de telers in een bijzonder assortiment, dat wezenlijk anders is dan van andere bedrijven.

### Afstemming van kleuren

Anthuriumbedrijf Stolkplants startte jaren geleden met een tafel voor een tuincentrumketen, voorzien van promotiemateriaal en een display met de eigen naam. Die formule is inmiddels succesvol.



“Alles draait om de goede afstemming is onze ervaring”, vertelt Henry. “Dat is dus tussen onze bedrijven onderling, maar ook met de klant. Dat willen we bereiken met verschillende producten en verschillende kleuren. We willen laten zien wat de mogelijkheden zijn met orchideeën en anthuriums samen. Afstemming van kleuren in het schap, maar ook als één consumentenartikel, toegespitst op de specifieke doelgroep. Het beoordelen waar welk product kan worden verkocht, is voor ons belangrijk. Zo willen we ons blijvend onderscheiden.”

### Limited editions

Nu er naast anthuriums ook phalaenopsis in het gezamenlijke assortiment zit, is het mixen van kleuren de missie voor 2010. Dit kan op één tafel, per kar, maar ook per doos. Een specialiteit is bijvoorbeeld een kar met drie tot vier verschillende potmaten, die vanwege de belading aantrekkelijk is voor langere afstanden. Jan heeft bijvoorbeeld een 13,5 cm pot met een speciaal assortiment zware planten dat daar met uitstekend voor geschikt is.

Met nadruk wordt ingezet op ‘limited editions’, dus de hoeveelheden afstemmen op bepaalde doelgroepen. Toespitsen op een doelgroep is eigenlijk een tweede natuur geworden. Zo bevoorraden de bedrijven ook een hotelketen. Zo’n keten wil bijvoorbeeld sterke planten die lang goed blijven. “Ja, hoe loopt dat zo”, vertelt Piet. “Als je ergens komt en je ziet kunstbloemen staan, dan trek je eens iemand aan zijn jasje en je vertelt dat het ook anders kan. En zo komt soms een bijzondere samenwerking tot stand.”

### Merknaam: Stolk Quality Colors

Dit jaar is het de bedoeling ook gezamenlijk te gaan verkopen. Een speciale website voor de merknaam Stolk Quality Colors is in ontwikkeling. In een aantal gevallen zal onder deze merknaam worden verhandeld. Verder kom je het logo tegen als extra kwaliteitslabel op de verpakkingen van de Stolk bedrijven. De drie bedrijven blijven



Ook bij tuincentrum De Bosrand verzorgt Stokplants een anthuriumtafel die er qua presentatie uitspringt.

verder gewoon op zichzelf functioneren. Ze behouden hun eigen identiteit. Corstiaan: “Je merkt wel dat we steeds meer naar elkaar toetrekken. Dat gebeurt eigenlijk vanzelf.”

Duurzaamheid is het speerpunt voor de toekomst. “We willen gewoon nadenken over onze manier van telen. Of dat eerlijk gebeurt, met minder belasting voor het milieu.” Dat vinden we belangrijk zeggen de mannen in koor. Dat gaat best ver. Alle afvalstromen, tot en met hergebruik van karton, zijn in kaart gebracht.

Piet houdt het laatste woord aan hemzelf. “Het gaat om een manier van denken. Je moet zorgen dat er navraag komt. Bij ons gaat het niet altijd om hele grote orders. Ook voor kleinere klanten staan we klaar. Wat dat betreft is iedereen gelijk. Er moet geen drempel zijn om hier binnen te lopen.”

### Vier “Stolken” over Tuinbouw Relatiedagen:

Jan Stolk: “Ik ga naar ‘Gorinchem’ om bij te praten.”  
Corstiaan Stolk: “Ik ben er al twee jaar niet geweest en wil graag weten wat de nieuwste ontwikkelingen zijn.”

Henry en Piet Stolk: “Als je collega’s en toeleveringsbedrijven wilt bezoeken moet je er zeker naar toe gaan. De openingstijden liggen ook heel gunstig.”

Stolk Quality Colors is de merknaam waaronder Stolk & Zn, Stokplants en Stolk Flora bv samenwerken. De bedrijven willen voor hun klanten met concepten gaan werken. Bij dit aanbod, maar ook in alle andere gevallen, staat een constante hoge kwaliteit, betrouwbaarheid en service voorop.

### SAMENVATTING