



R. Moerings b.v.
— w...ntenkwekerij —

'Anders zijn dan een ander, dan kun je geld verdienen'

Ronald Moerings is binnen zijn waterplantenkwekerij continue op zoek naar vernieuwingen en verbeteringen

Op zijn bedrijf is het begin oktober nog bijzonder rustig. Het is de bekende stilte voor de storm, want over een paar maanden is het weer alle hens aan dek. Toch is eigenaar Ronald Moerings (38) ook nu een druk bezet baasje. Tijdens een rondgang over de waterplantenkwekerij in het buitengebied van Roosendaal meldt zich geregeld het onmisbare mobieltje. En onder het motto 'Zaken gaan nu eenmaal vóór het meisje' wordt iedere vraag aan de andere kant van de lijn door Moerings naar behoren beantwoordt en afgehandeld. 'Een tevreden klant telt immers voor twee'.

Auteur: Ruud Jacobs

Zijn rappe 'Zuidhollandse' tongval verraadt dat de wieg van Moerings bepaald niet in het Roosendaalse heeft gestaan. "Ik ben in Boskoop geboren. Mijn vader had daar een boomkwekerij. Hij kweekte voornamelijk Clematis, Pernettya, Hebe en Citysus. Op mijn zeventiende ben ik van school gekomen en ben gaan werken overal waar maar werk was. Een paar jaar later, ik was twintig, ben ik op de waterplantenkwekerij van mijn oom Kees Koot in Nootdorp aan de slag gegaan. In eerste instantie voor twee maanden, maar uiteindelijk ben ik daar niet meer weggegaan."

Terwijl hij thuis op de kwekerij had gezien hoe veel moeite zijn vader had om de met veel zorg gekweekte planten te kunnen vermarkten, had Moerings na zijn eerste kennismaking met de waterplantenwereld al snel zo iets van: 'Dit moet en kan nog veel beter.' "Dan kom je bij je oom te werken, die vist alles gewoon uit de sloot en het loopt als een trein. Het was allemaal nog wel een

beetje ouderwets, met waterplanten in kistjes. Ik dacht als ik dat nu eens een beetje moderner ga doen, met mooie potjes, schone etikettes en alles een beetje netter, dan moet dat wel handel zijn. En zo ben ik uiteindelijk in de waterplanten terecht gekomen."

Na twee jaar in loondienst volgde op 1 januari 1995, met de overname van de kwekerij van zijn oom, voor Moerings uiteindelijk de stap naar het zelfstandig ondernemerschap. "In 1994 kweekten we nog zo'n 150.000 waterplanten, in 1995 gelijk 300.000 stuks, 450.000 in 1996, in 1997 700.000 planten en met de overgang in 1998 van Boskoop naar Brabant zijn we meteen overgestapt naar 1,6 miljoen planten. Nu kweken en verkopen we jaarlijks 7 miljoen waterplanten."

In eigen land wordt inmiddels 80 procent van de waterplantenmarkt beheerst door de etiketten met daarop de gestileerde blauwe kikker.

Alles in eigen hand

Behalve waterplanten in vele soorten, kleuren en maten - 250 soorten waterplanten, 40 soorten waterlilies, 20 soorten zuurstofplanten en 8 soorten zuurstofplanten - handelt Moerings tegenwoordig ook in aanverwante zaken. "We hebben vijf speciale matrijzen laten maken voor de productie van de eigen plastic containers waar we de verschillende planten in verkopen. Deze zogenoemde klikpot met sleuf voor de etiketten hebben wij samen met de firma Van Krimpen op de markt gezet en gemoderniseerd. Ook zijn we grotere en mooiere etiketten laten maken en ook onze eigen vijvergrond wordt volgens een speciaal mengsel samengesteld. Verder hebben we onze eigen plantenvoeding." Om zijn producten zo goed mogelijk onder de aandacht van de consument te brengen, heeft Moerings zelfs de productie van de verkooptafels in eigen hand genomen. "Tuintentra verkochten veelal de waterplanten in kisten en kratten die op de grond stonden.

Op een gegeven moment zie je dat sommige tuincentra de kisten op tafels zetten en dat die een stuk beter verkopen. Dan zeg je tegen je afnemers 'Zet de waterplanten nu op tafels', maar die hebben ze dan weer niet. Voor onze klanten zijn we toen speciale verkooptafels laten maken en zo leveren we nu eigenlijk het hele verhaal." Volgens Moerings is het dan ook niet alleen het product zelf, maar zeker ook de gehele verpakking en presentatie die voor succes of een flop kan zorgen. "Mooie grote duidelijke etiketten op de potten en ook op de verkooptafels zijn gewoon heel belangrijk. We hebben eigenlijk constant gekeken en geluisterd wat het probleem is op de tuincentra en hebben samen geprobeerd om daar een oplossing voor te vinden. En na een aantal jaren noemen ze dat een concept. Nu is het al bijna 2011 en behalve dat we nu zo'n 7 miljoen planten kweken, is onze kracht dat we de hele presentatie in handen hebben. We verkopen het hele verhaal van planten tot tafels."

Service

Bij Moerings op de kwekerij zijn netheid en orde, snelheid van leveren - "Vandaag besteld, is morgen in huis" - en een goede service dé kernbegrippen van het bedrijf. "Behalve dat we het hele verhaal - van plant tot etiket - verkopen, is bij ons zeker ook de service erg belangrijk. Zo worden door ons alle planten die bij de tuincentra dood gaan gecrediteerd. Ook halen we na afloop van het seizoen altijd alle niet verkochte planten terug naar de kwekerij. Die worden door ons voor 75 procent gecrediteerd. Dat heeft boven-

dien als voordeel dat je in maart met een compleet verse handel kunt beginnen." Volgens Moerings moet je als ondernemer verder gewoon goed naar de wensen van je klanten luisteren. "Het is eigenlijk zoals het behoort te zijn, maar als je dit inderdaad allemaal zo doet dan ben je tegenwoordig al nummer 1. De rest ligt gewoon te slapen."

Afzet en internet

De producten van Moerings worden door heel Europa weggezet. "De verkoop in Nederland en België doen we zelf, de rest van Europa verloopt via een aantal exporteurs. We gaan hierbij echt voor de lange termijn en gaan ook zelf met de exporteur naar de klanten toe."

Na Nederland is Duitsland voor Moerings binnen Europa de grootste markt. "In het buitenland zijn de lokale kwekers eigenlijk onze grootste concurrenten. In Frankrijk bijvoorbeeld kopen de mensen liever voor 1,10 euro een plant bij een Franse kweker dan voor 1,00 euro bij een Nederlandse kweker." Voor de verkoop overzee beschikt de Roosendaalse ondernemer in het Amerikaanse Stevensburg (Virginia) over nog een kwekerij. "Daar kweken we waterplanten voor zowel de Amerikaanse en Canadese handel."

Omvang

Moerings kweekt het hele scala planten dat rond en in de tuinvijver thuis hoort: oeverplanten, moerasplanten, waterplanten, waterlelies, zuurstofplanten en drijfplanten. Op de kwekerij in Roosendaal die inmiddels 8 hectare beslaat,

waarvan 2,5 hectare onder glas, werken 15 man in vaste dienst en in het seizoen nog een vijftigtal losse krachten. Verder kweekt een tweetal bevriende kwekers in het Westland 2,5 hectare onder glas ook waterplanten voor Moerings en levert een andere kweker in Venlo nog eens 1 miljoen planten. Op de dependance in de VS kweekt de driehoofdige Nederlandse bedrijfsvoering met hulp van 20 Mexicanen, behalve 1 miljoen waterplanten in 2,5 hectare kas, ook 20 hectare sedumdaken. "Die groene daken is in de Verenigde Staten echt een groeiende business", zo laat de waterplantenkweker weten. Het uitgangsmateriaal voor de Europese markt komt deels uit eigen land en deels uit China. Moerings: "In Nederland kweken een drietal bedrijven voor ons jonge planten die daar worden gescheurd en gezaaid. De andere helft van de planten - met name waterlelies - komt uit China. Sinds 1997 werken we daar samen met een aantal kwekerijen die onze planten opkweken. Niet de bedrijven, maar alleen de planten zijn daar ons eigendom. Deze planten gaan binnenkort weer per schip op transport en na een reis van zo'n vijf tot zes weken komen die in oktober/november hier in Nederland aan." Op het bedrijf in Roosendaal worden de Chinese waterlelies in betonnen bakken, compleet met vloerverwarming, onder glas verder opgekweekt, om vervolgens in het voorjaar aan de Europese klanten te kunnen worden uitgeleverd.

Trends

Op de vraag wat zo'n beetje de trends in water-







plantenland zijn, antwoordt Moerings: “Trends zijn er niet, die moet je zelf maken. Zo heb ik zelf twee jaar geleden de terrasvijver geïntroduceerd. Dat is een echte knaller. De terrasvijver bestaat uit een plastic schaal van 40 centimeter doorsnee, met daarin twee waterplanten, een zuurstofplant en een waterlelie. Die kun je zo kant en klaar op het terras zetten. In de winkel is die terrasvijver tussen 14,95 euro en 19,95 euro te koop. En dan zeg ik altijd een bos bloemen kost 20 euro en die gooi je na vijf dagen weg, dit staat heel de zomer op je balkon of terras. Met zo’n product kun je naar iedereen toe stappen. Caravan, balkon, terras, voordeur of achterdeur. Iedereen kan dit gebruiken. Vaderdag, Moederdag, of gewoon als cadeau. In het eerste jaar heb ik er meteen 50.000 stuks van verkocht. We zien dat dit de mensen aanspreekt. Simpel en makkelijk, klant en klaar.”

En denk nou niet dat Moerings het hierbij laat. “Ik ben echt van de verzinnerij. Volgend jaar komen we weer met iets nieuws. Dat is ook weer een mand met drie waterplanten daarin, maar dan met een drijfring. Die kan heel goed in een koi-karpervijver, regenton, zinken teil of een oude badkuip. De komende jaren gaan we echt nog meer dingen verzinnen voor al die mensen zonder vijver. Slechts 14 procent van de gezinnen heeft slechts een vijver. Vroeger probeerden we om die 14 procent meer planten te laten kopen en nu gaan we proberen om die 86 procent te

bereiken, wat op zich veel makkelijker is. Wij staan geregeld bij de tuincentra om te horen en luisteren hoe de consument denkt. Die zijn gewoon bereid om ook wat te betalen, mits het maar mooi, leuk en kant en klaar is.”

Marketing

Om al zijn producten en ideeën onder de aandacht van de eindgebruiker - de consument - te brengen, geeft Moerings onder de titel De VijverTuin (oplage 50.000 stuks) ook een eigen magazine uit en sponsort hij het televisieprogramma De Tuinruimers. “Het is gewoon een kwestie van anders zijn dan een ander, dan pas kun je geld verdienen”, zo laat Moerings geheel overtuigd weten. Volgens de ‘import’-Brabander gaat het er bij waterplanten vooral om dat het geheel mooi wordt gepresenteerd. “Omdat je de planten in het voorjaar verkoopt, kan de klant niet zien hoe de plant er eigenlijk uit ziet. Ik zou bij wijze van spreken zelfs een dode plant kunnen verkopen, want dat kun je in het voorjaar nu een maal niet zien. Bij waterplanten is de presentatie daarom veel belangrijker dan bij andere planten.” Hoewel Moerings zijn afzet tot nu toe volledig op de tuincentra en bouwmarkten richt, verliest de waterplantenkweker de eindgebruiker thuis zeker niet uit het oog en maakt daarvoor handig gebruik van internet. “Zo komen er straks op alle Moerings-etiketten de websiteadressen van www.vijvertrends.nl en www.pondtrends.com te staan,

die de consument uiteindelijk weer naar de tuincentra verwijzen.”

Duurzaamheid en energie

Moerings kijkt bij de teelt ook steeds naar nieuwe en betere teeltomstandigheden. Zo is er in de kas geen enkel stukje grond, maar louter beton te zien. “De vloeren in de kassen zijn gemaakt van vloeistofdichte beton. De verschillende bakken kunnen we ’s nachts onder water zetten en overdag laten we het water dan weer wegvloeden. Dat heeft als voordeel dat er geen verdamping door de zon optreedt, dat we ’s nachts van goedkope stroom gebruik kunnen maken en dat we overdag gemakkelijker kunnen werken. Bovendien gaat het transport dan ook veel beter.”

Toekomst

Moerings heeft niet alleen in de afgelopen jaren keer op keer een groei qua omzet in de boeken weten te bewerkstelligen. Ook voor de toekomst is en blijft hij optimistisch. Zelfs de financieel-economische crisis gaat naar eigen zeggen tot op heden geheel kan zijn bedrijf voorbij. Het tegendeel is zelfs waar. “Afgelopen jaar was voor ons het beste jaar. Er is niks aan de hand. Of het hier met het bedrijf wel of niet goed gaat heeft meer met het weer te maken. Sneeuwt het bijvoorbeeld nog in april dan verkoop ik geen waterplant. Kortom, het voorjaar is gewoon heel belangrijk.”