

100 JAAR JAC. UITTENBOGAARD & ZONEN B.V.

‘Elk jaar groei realiseren’

Op 17 maart bestaat Jac. Uittenbogaard & Zonen b.v. uit Noordwijkerhout honderd jaar. Dat is op zich al vrij uniek. Opvallend is daarnaast dat de onderneming drie takken kent: kwekerij/veredeling, broeierij en handel. Redenen genoeg om eens in gesprek te gaan met de mannen van de derde en vierde generatie die aan het roer staan van deze onderneming. ‘We steunen elkaar in voor- en tegenspoed.’

Tekst: Monique Ooms
Foto's: René Faas

In de hal van het relatief nieuwe bedrijfspand aan de Robijnslaan in Noordwijkerhout hangt een foto van Jacob Uittenbogaard: hij startte de onderneming in 1910 in Oegstgeest op boerderij Kweeklust. Om de risico's te spreiden en een redelijk zeker inkomen te kunnen garanderen, koos hij voor een gemengd bedrijf met bloembollen, rozen, aardappelen en groenten. Zijn drie zoons – Jan, Jaap en Ruud – kwamen in het bedrijf. In 1943 vertrok Jan naar Noordwijkerhout om daar een kwekerij te beginnen. Ruud bleef in Oegstgeest om zich toe te leggen op de broeierij, terwijl Jaap de handel – aanvankelijk met name richting hoveniers en broeiers – ontwikkelde. “In die tijd zijn de drie takken binnen onze onderneming ontstaan. Een ideale constructie die het mogelijk maakt om jaarrond een optimale arbeidsfilm te realiseren”, vertellen de vertegenwoordigers van de derde en vierde generatie. We zitten aan tafel met Jaap (65) – de zoon van Jan uit de tweede generatie – en zijn zoons Jaap-Jan (37) en Robbert (35), en met de broers Rudolph (57) en Frank (47), beide zoons van Ruud uit de tweede generatie. Hun broer Jacob is om gezondheidsredenen uit het bedrijf gestapt. Vanaf april 2010 zal de directie gevoerd worden door Robbert, Frank en Jaap-Jan.

SUCCESSFACTOREN

Sinds 1971 is het volledige bedrijf in Noordwijkerhout gevestigd. In november 2007 verhuisde Uittenbogaard naar de Robijnslaan. “Wij wilden uitbreiden, maar de gemeente had andere plannen voor die locatie. Uiteindelijk mochten we nieuwbouw plegen op onze eigen grond, net buiten het dorp.” De kwekerij omvat inmiddels 35 hectare met tulpen, narcissen en hyacinten. Een groot deel van de tulpen is bestemd voor de eigen broeierij, die jaarlijks zo'n drie miljoen tulpen produceert. Een ander deel van de opbrengst uit de kwekerij is bestemd voor de droogverkoop waarmee Uittenbogaard zich tegenwoordig richt op tuincentra, hoveniers, gemeenten en groothandelaren in Europa en Noord-Amerika. De onderneming heeft – buiten de familie Uittenbogaard – zo'n twintig vaste medewerkers in dienst. ‘Elkaar steunen in voor- en tegenspoed’ noemen zij als een van de succesfactoren van het bedrijf. Maar ook ‘verantwoord omgaan met geld’. “Wat er werd verdiend, is altijd geïnvesteerd in het bedrijf. Zo hebben we het kapitaal voor de zaak weten te behouden en een solide basis opgebouwd. Verder hebben we ons in al die jaren steeds meer geprofessionaliseerd.”

De naam Uittenbogaard is geen automatische entree tot een functie in de onderneming. “Er moet ruimte zijn en je moet capaciteiten hebben. Het mooie is dat wij allemaal onze eigen

specialiteit hebben en zo elkaar aanvullen”, vertellen de ondernemers. Zo richt Frank zich op de broeierij en de schuurbehandeling, doet Jaap de algemene inkoop en handel, en is Jaap-Jan verantwoordelijk voor de handel richting retail en tuincentra en doet hij bovendien de logistiek. Robbert richt zich op de handel richting gemeenten en hoveniers en stuurt de vertegenwoordigers aan, en Rudolf is verantwoordelijk voor de kwekerij. Het nieuwe bedrijfspand is zo ingericht dat alle takken optimaal kunnen functioneren en bovendien op verschillende momenten van dezelfde ruimtes gebruik kunnen maken, waardoor alle ruimtes maximaal worden benut. “Vooraf hebben we er veel tijd aan besteed om te bedenken hoe we het gebouw het beste zouden kunnen indelen. Het resultaat is nu dat de logistiek van de broeierij, de kwekerij en de handel volledig gescheiden is.

.....
‘Het mooie is dat wij allemaal onze eigen specialiteit hebben en zo elkaar aanvullen’
.....

Zo hoeven we niet met een hefruck uit de kwekerij door de verpakte bollen van de handel te rijden. Maar, als bijvoorbeeld de narcissen voor de export binnenkomen, kunnen ze drogen voor de droogwand van de kwekerij. Waar nu de broeierij is, is in de zomermaanden het logistieke systeem voor de kleinverpakkingen ingericht. We lopen elkaar nooit in de weg en kunnen toch optimaal gebruik maken van alle faciliteiten.” Ook de medewerkers zijn flexibel inzetbaar. “Als er in de ene tak weinig werk is, is er volop werk in de andere tak. Zo kunnen we onze medewerkers jaarrond aan de slag houden. Overigens prijzen wij ons gelukkig met een betrokken team van gemotiveerde medewerkers. De meeste mensen werken hier al jaren, er is nauwelijks verloop.”





V.l.n.r. Rudolf, Robbert, Jaap, Jaap-Jan en Frank: allemaal een eigen taak in het bedrijf

AANBIEDING

Een ander voordeel van de drie takken verenigd in een bedrijf is dat vraag en aanbod goed op elkaar kunnen worden afgestemd. “De handel levert belangrijke informatie op die we goed kunnen gebruiken in de kwekerij en broeierij. Daar proberen we optimaal op in te spelen. Toch blijft het lastig om dit af te stemmen, omdat je in het bollenvak nu eenmaal niet direct kunt reageren: je bouwt een kraam op en daar werk je een aantal jaren mee. Bovendien: in een slechte markt staan ook bij ons de prijzen onder druk. Voordeel van onze drie takken is natuurlijk wel dat wij gerichte acties kunnen organiseren. Als een bepaald soort niet zo goed is verkocht, kunnen we bijvoorbeeld een speciale aanbieding doen of een mengsel maken. Verder proberen wij ons te onderscheiden met goede, zwaardere soorten. We zijn aangesloten bij kwekersvereniging Remarkable, waardoor we ons sortiment kunnen blijven vernieuwen. In de droogverkoop richten we ons met name op de ontwikkeling van concepten. Soms doen we dat in overleg met en op verzoek van de klant, maar we zetten ook zelf concepten in de markt die qua uitstraling en verpakking onderscheidend zijn. Daarvoor werken we samen met een ontwerpster die een goede blik heeft op trends en op wat consumenten aanspreekt. We spelen steeds meer in op de giftmarkt. Tegenwoordig hebben nog maar weinig consumenten kennis van het product; belangrijk is dan ook dat de verpakking er mooi uit-

ziet zodat de consument wordt verleid om te kopen.” Uittenbogaard brengt geen bollen-oppot op de markt. “Dat hebben we wel overwogen, maar dit is een heel eigen tak van sport waar wij onvoldoende in thuis zijn. Wij focussen ons liever op de tulpenbroeierij.” Ondanks de tegenvallende resultaten in de sector, heeft Uittenbogaard elk jaar nog groei-cijfers kunnen realiseren. Ze noemen ‘kwaliteit’ als een belangrijke succesfactor. “Partijen die onze bloemen op de veiling kopen, moeten dit op onze naam kunnen doen en verzekerd zijn van een goed product.” In de droogverkoophandel is vooral een goede begeleiding, nazorg en service van belang. “De markt voor landscaping loopt bijvoorbeeld nog lang door, dan is het zaak dat je ook tot aan het einde van dat seizoen kunt blijven leveren. Voor tuincentra houden wij de voorraad hier en leveren we op afroep. Daarmee kun je klanten aan je binden en marktaandeel behouden. Bovendien hebben wij onze markt de laatste jaren flink kunnen uitbreiden mede doordat we de handel konden overnemen van collega’s die ermee stopten. Zo zijn we vrij recent actief in Noord-

Amerika, en daar is ook nog wel wat groei mogelijk. Dat biedt kansen.” Als uitbreiding van het bedrijfspand noodzakelijk blijkt, kunnen ze op de huidige locatie nog doorgroeien. “Er is ruimte voor een uitbreiding van zo’n duizend vierkante meter. Daar denken we over na, maar de plannen zijn nog niet concreet.”

FEEST

Nu staat eerst de viering van het honderdjarig jubileum op stapel. “We organiseren een ochtendprogramma voor gemeenten en hoveniers, en ’s middags is er een receptie voor tuincentra en overige klanten. Bij de opening, twee jaar geleden, hebben we een groot feest gegeven voor toeleveranciers, relaties, familie en bekenden, en nu richten we ons specifiek op de klanten.” Bij die gelegenheid wordt bovendien een boek gepresenteerd over de geschiedenis van het jubilerende bedrijf. Zo blijft het verleden ook voor volgende generaties leven. Overigens is het nu nog onduidelijk of er ook een vijfde generatie Uittenbogaard in het bedrijf zal stappen. “Daar laten we de kinderen volledig vrij in. Dat zal de toekomst wel uitwijzen.”

Resumé

Jac. Uittenbogaard & Zonen b.v. bestaat op 17 maart 2010 exact honderd jaar. Voor de kwekerij, broeierij en handelsonderneming uit Noordwijkerhout is dat aanleiding om klanten uit te nodigen voor een feestelijke bijeenkomst. Bovendien komt er een boek uit over het jubilerende bedrijf. Voor BloembollenVisie was het jubileum aanleiding voor een interview over het verleden, heden en de toekomst van de onderneming.