



# 'Stop met verkopen, ga adviseren en probeer klanten te binden'

**Ben van Ooijen, directeur/oprichter van de jubilerende Tuinen van Appeltern**

De Tuinen van Appeltern vieren dit jaar hun 25-jarig bestaan. Vakblad Boom in Business vroeg directeur/oprichter Ben van Ooijen om even terug en vooruit te kijken. Wat kan de boomkwekerijsector nog leren van deze tuinpionier?

Auteur: Ruud Jacobs

De Tuinen van Appeltern zijn in 25 jaar getransformeerd van een info-/showtuin naar een groot tuinideeënpark waar beleving centraal staat. Wat kunnen boomkwekers hiervan leren en wat zouden ze in uw ogen moeten veranderen?

*Ben van Ooijen:* 'Ik weet niet of boomkwekers iets kunnen leren van de ontwikkelingen in ons park. Ik denk dat wij in 25 jaar Appeltern steeds ook gekeken hebben naar hoe de consument en zijn verwachtingen zijn veranderd. De consument verwacht een steeds hoger niveau qua presentatie, qua actualiteit en een presentatie met parallellen naar maatschappelijke ontwikkelingen zoals duurzaamheid, energieverbruik en gezondheidsvoordelen. Wij hebben steeds geprobeerd zo innovatief en inspirerend mogelijk te zijn. Daarbij zijn we nooit uitgegaan van een commerciële gedachte, maar van een in eerste instantie bandversterkende insteek. Ik denk dat veel kwekers daar helemaal niet mee bezig geweest zijn; zij hebben al snel een bordje hangen met 'Wij verkopen niet aan particulieren'. Ik denk dat het bij de meesten nog veel verder ging, namelijk dat de particulier hen helemaal niet interesseerde.'

Welke grote verschuivingen op tuingebied hebt u in de afgelopen kwart eeuw zoal voorbij zien komen?

*Van Ooijen:* 'Eigenlijk valt het wel mee met de grote verschuivingen. Er zijn natuurlijk wel veranderingen in producten: grotere maten en meer producten om langer buiten te blijven. Ook meer luxe, meer design. Een verschuiving die veel meer bepalend is geweest, is de marktwerking. Hovenier en kweker hebben verzuimd zich belangrijk te maken; door internet en televisie lijkt de wereld nu in handen van de retailers en de veredelaars. De verschillende belangenverenigingen hebben elkaar ook niet gevonden, en nu al helemaal niet meer. Te veel wilde iedereen zijn eigen speeltje, met als gevolg een enorme verplaatsing van aandacht.'

Welke tuintrends – bomen en planten – voorspelt u, of valt daar moeilijk iets over te zeggen? Waar is dat van afhankelijk?

*Van Ooijen:* 'Het blijft lastig te voorspellen, maar kwekerijproducten die inspelen op actuele behoeftes of aandachtspunten zullen beter scoren dan andere. Onderhoudsarm, gezondheid, geneeskracht, milieubevorderend, allemaal zaken

waar rekening mee gehouden kan worden. Planten hebben een verhaal nodig en hoe meer het verhaal past bij de doorsnee consument, des te beter wordt er verkocht.'

Waar laten (boom)kwekers de bal liggen; met andere woorden: waar liggen kansen om te scoren?

*Van Ooijen:* 'Ik heb het al een beetje gezegd, de boomkweker heeft in de huidige structuur te weinig macht en te weinig verhaal. Neem in de foodsector de ontwikkeling van de A-merken: die zijn de laatste jaren alleen maar gegroeid omdat zij altijd zelf rechtstreeks gecommuniceerd hebben met de consument. De kweker doet dat niet. En alleen is dat ook ondoenlijk, maar met vereende krachten zou dat wel moeten kunnen. En daarbij moet in eerste instantie de soort (het eigen sortiment) worden vergeten, maar vooral de meerwaarde van groen aan de orde worden gesteld. Er zijn al zo veel onderzoeken die het gelijk van de Nederlandse kweker bevestigen, dat het hooguit een kwestie wordt van een podium waarop het verhaal wordt verteld. Wij als Appeltern doen hetzelfde, wij proberen tuinbezitters gelukkiger te maken. Niet door te zeggen

dat ze naar Appeltern moeten komen, maar door ze rechtstreeks te helpen aan het goede tuingevoel in eigen omgeving (zie [www.tuingeluk.nl](http://www.tuingeluk.nl)).'

## 'Wij hebben steeds geprobeerd zo innovatief en inspirerend mogelijk te zijn'

Missen we in Nederland nog iets in het uitgebreide palet van sortimenten? Of zijn er juist te veel varianten, waardoor de klant door de bomen het bos niet meer ziet?

*Van Ooijen:* 'Ik denk niet dat er veel ontbreekt in het palet van sortimenten. Ik heb het gevoel dat het probleem meer in 'de keten' zit. Hoe weet de consument wat er allemaal wordt gekweekt? Hoezo kan een gemiddelde hovenier jaar in jaar uit hetzelfde scala aan planten verwerken? De kwekers die nog altijd verkopen aan de consument zijn bijna allemaal gegroeid; hun klanten zijn benieuwd naar hun nieuwe variëteiten vanuit hun betrokkenheid. Persoonlijk vind ik dat veel kwekerijproducten zo 'bedacht' en overgecultiveerd lijken. Misschien moesten we wat meer bij Moeder Natuur blijven.'

Vijf tips waarmee kwekers hun boomkwekerijproducten beter zouden kunnen vermarkten?

*Van Ooijen:* 'Mijn vijf tips voor een betere (ver)

mark(e)ting:

- Zorg voor minder afhankelijkheid, creëer je eigen 'schapruimte', omdat klanten ernaar vragen.
- Stop met verkopen, ga adviseren en probeer klanten te binden voor het leven. Iedereen die de band met tuin en buiten koestert, blijft daar geld aan uitgeven.
- Haal consumenten naar binnen, vertel en luister; zij bepalen de markt.
- Zoek naar een passend verhaal bij uw product, een prijskaartje alleen is onvoldoende.
- Presenteer uw product als een verrijking van het leven en het milieu. Planten zijn niet moeilijk, planten zijn om van te houden omdat ze van u houden.'

Elke boomkwekerijregio profileert zich vandaag de dag met een eigen regionale beurs. Uw mening over de stelling 'Nederland verdient zijn eigen IPM, dat is beter voor de hele sector'?

*Van Ooijen:* 'De boomkwekerijregio profileert zich op regionale beurzen. Zolang de beurzen niet ook bedoeld zijn voor de consument en de consumentenmedia, zal het niet veel uitmaken of het regionaal of landelijk gebeurt. Ik geloof niet dat de sector beter wordt met één landelijke beurs, ofwel een eigen 'IPM'. Zolang hoveniers en architecten zo behoudend zijn en kunnen blijven, zal het weinig uitmaken waar de Nederlandse kweker zich presenteert.'

Uw eigen boomkwekerij top-10?

*Van Ooijen:* 'Ik heb niet echt een top-10. Ik heb ook geen tien meest favoriete platen, films of boeken. Voor mij heeft dat allemaal te maken met de situatie, het tijdstip en de emotie van het moment.'

- Ik ben een 'fan' van landschapseigen beplanting, althans als die zichtbaar is voor de buitenwereld. Een 'palm' hoort eigenlijk niet in de polder, daar heerst de knotwilg. Toch wil dat niet zeggen dat ik in tuinen (binnentuinen) geen 'palmen' zou toepassen.
- Ik hou van ongecompliceerde planten, niet te moeilijk om in toom te houden en al helemaal niet om in vorm te houden. Toch ook hier: als het juist om de vorm te doen is (blokken en leibomen), dan kies ik daar zeker de meest geëigende soorten voor.
- Bomen, struiken en planten moeten er voor mij zo natuurlijk mogelijk uitzien en met elkaar harmoniëren. Planten met een bijzonder 'spikkeltje' of 'bontglanzend' huidje genieten niet mijn voorkeur.
- Als ik kleur wil, dan maar gelijk de zo stevig en lang mogelijk bloeiende soorten.
- Grassen vind ik fantastisch, niet vanwege de wellicht uitzonderlijke kleuren, maar vooral vanwege het 'wuiven'. Gewoon vriendelijk, zoals het hoort.'



### Cultuurboom voor 25 jaar De Tuinen van Appeltern

Tuinseizoen 2013, een jubileumjaar voor De Tuinen van Appeltern. Het hele jaar is het tuininspiratiepark in feeststemming. Speciaal voor het jubileum is er tijdens de winter gewerkt aan een kunstwerk. Vrijdag 1 maart is de zogeheten cultuurboom onthuld. Het kunstwerk omvat een compilatie van alle ontwikkelingen die 'Appeltern' in de afgelopen 25 jaar heeft ondergaan. Het feestelijke kunstwerk is onthuld in het bijzijn van alle door De Tuinen van Appeltern Exclusief Geselecteerde Hoveniers, en ook de eerste gasten waren getuige.