

# ZUIDOOST-LIMBURGSE SIERPLANTENBEDRIJVEN IN DE KIJKER (2)

Met Genker Plantencentrum en de samenwerking van de perkplantentelers Hendrix, geven we u het tweede deel van onze kijk achter de schermen van een aantal Zuidoost-Limburgse sierteeltbedrijven. Dit sluit aan bij het artikel in het vorige nummer n.a.v. de bedrijfsbezoeken van 27 februari ll. georganiseerd door de bloemistenkringen Antwerpen en de Pot- en Perkplantentelers Limburg. Op elk van de vijf bedrijven zagen we een hoge mate van professionaliteit en visie die aansluit bij de eigenheid van Zuidoost-Limburg, een regio waar sierteelt een geschiedenis en toekomst heeft.

.....  
*Koen Tierens*

## **Genker Plantencentrum: sierplantenboeket voor de consument**

Het Genker Plantencentrum is een succesverhaal van een familiebedrijf dat werd opgericht in 1993 en in 2014 werd verkozen tot beste tuincentrum van het land. Basis van dit succes zijn drie keuzes die samen uitgewerkt zijn tot één strategie. Wij kregen uitleg van bedrijfsleider Bart Hiemeleers. Bart licht de gerichte keuze voor een plantencentrum toe. Anders dan bij een tuincentrum staat de plant volledig centraal. Naast het logische toebehoren zoals plantmateriaal, potten, potgrond en meststoffen zijn er op het plantencentrum dan ook weinig tot geen andere tuinbenodigdheden te vinden. Wel is er een assortiment van meer dan 4.400 soorten en daarmee wordt een heel groot sierplantenboeket aan de consument aangeboden. Voor elke plantensoort gaat men ook op zoek naar kwalitatief materiaal tegen een eerlijke prijs, ook voor de producent. Maar door het uitschakelen van tussenschakels kan men vaak ook grotere partijen aankopen en de eindklant een aantrekkelijke prijs bieden. Tegelijk is er de planten kennis van het personeel. Veel vaste medewerkers zijn mensen die planten door en door kennen en die de klant te woord kunnen staan met raad en daad. Een tweede keuze is niet alleen de



▲ Genker Plantencentrum stelt de plant volledig centraal in zijn aanbod

plant, maar ook de klant. Een juiste taakverdeling in het bedrijf laat toe dat de klant optimaal geholpen wordt. Daarbij wordt ook bewust gekozen voor lokale mensen als medewerkers. Zij vertegenwoordigen dezelfde multiculturele mix die typisch is voor de regio. Zo is er steeds wel iemand die de klant in zijn moedertaal kan te woord staan. Genker Plantencentrum staat dan ook sterk op de thuismarkt. 70 tot 80% van de klanten komt uit

Limburg zegt Bart. Daarnaast bereikt men een kleine 10% klanten uit Vlaams Brabant en uit het Brusselse, maar ook evenveel uit Nederland en andere regio's. Vooral de Nederlandse nummerplaten op de parking geven het plantencentrum extra uitstraling, legt Bart Hiemeleers uit. Men redeneert al gauw dat als men al van ginds komt om planten te kopen, de Limburgers hier dan toch zeker ook hun planten zullen vinden. Om het de

klant gemakkelijk te maken, is er op het terrein zelf opvallende en duidelijke communicatie aanwezig. Belangrijk is ook dat men de klant tijd en ruimte geeft om te kuieren en zelf zijn keuze laat bepalen. Medewerkers laten klanten dan ook met rust, maar zijn tegelijk dankzij hun de gele bedrijfskledij steeds zichtbaar voor vragen. De derde basisgedachte van het bedrijf is promotie. Dit gebeurt via een juiste uitstraling op het terrein en via verschillende media. Op het terrein staat het grote en visueel aantrekkelijke plantenassortiment midden een groene oase met oude bomen. Tegelijk is dit terrein dankzij zijn ligging in de buurt van de oude Genkse mijnsite goed ontsloten. De mijnsite is namelijk een succesvolle multifunctionele trekpleister.

De verkoopoppervlakte telt ruim 2 ha planten, maar de parking is met 3 ha nog ruimer én is inspirerend aangekleed met aangepaste beplanting. Aan de ingang van het plantencentrum zijn 400 plantenkarretjes beschikbaar die op een drukke voorjaarszondag allen in roulatie zijn, zegt Bart. Het verkoopsterrein is ook thematisch ingedeeld volgens de bomen- en plantengroepen. Promotie voor het product wordt ook bereikt door de thematische indeling van het verkoopsterrein, zoals eerder gesteld. Daarnaast zijn de personeelsleden opgeleid om snel de gepaste informatie mee te geven, zoals bijvoorbeeld over artikelen (zoals snijbloemen) die het Genker Plantencentrum niet in zijn assortiment heeft. Zo keert de klant niet teleurgesteld terug. Elk van hen kent dan ook het antwoord op een standaardlijstje van 20 meest gestelde vragen. En om de consument actief te bereiken wordt ook behoorlijk wat publiciteit gevoerd. Nagenoeg 10% van het budget wordt besteed aan advertenties. Dat is heel veel, maar ook reclame van collega's en de campagnes van VLAM zoals 'Plant nu de lente' werken positief voor ons, zegt Bart. Ook werkt Genker Plantencentrum mee aan een bewustwordingscampagne bij jongeren. Het gaat over de actie 'zie ze groeien' ([www.ziezegroeien.be](http://www.ziezegroeien.be)). De volledige actie bereikt honderden klassen en laat kinderen aan de slag gaan met plantjes die ze letterlijk zien groeien in functie van hun inspanningen. De campagne gaat uit van een commercieel meststoffenmerk en gaat naast sierplanten ook over de moestuin. Maar kinderen zijn de toekomstige consument en dus steekt



▲ Genker Plantencentrum: het verkoopsterrein is thematisch ingedeeld volgens de bomen- en plantengroepen en het personeel is opgeleid om snel de gepaste informatie te kunnen meegeven

Bart daar geheel in de filosofie van het bedrijf graag tijd en energie in!

### Perkplantenbedrijven van de broers Hendrix: kwaliteit en marktkennis onder twee daken

De studieuitstap werd afgerond met een bezoek aan de perkplantenbedrijven van de broers Peter en Koen Hendrix. Zij zijn de tweede generatie telers en ze runnen elk hun eigen bedrijf. Naar assortiment toe wordt wel sterk samengewerkt. Daarbij spelen teelttechnische keuzes mee, maar zeker ook de gezamenlijke marktbenadering. Zo wordt er bewust ingezet op grotere potmaten en op een breed assortiment geraniums, stekperk-

planten, violen en zeker ook potchrysanthen.

Beide bedrijven telen op een vergelijkbare manier. Er wordt geteeld in breedkapserrres, waarin elke vierkante meter maximaal wordt benut. Zo is er meerlagenteelt met hangpotten en vooral ook met geraniums in pot bovenin de kappen. De potjes daarvan staan in kistjes in een extra laagje substraat voorzien van druppelaars voor water en voeding als buffer en dit bovenop buizen in de nok van de serres. Op die manier wordt er over de twee bedrijven samen, de helft extra oppervlakte beteeld. De keuze voor deze manier van telen werd gemaakt met de kwaliteit van de plant alsook



▲ Bedrijf Hendrix: er wordt geteeld in breedkapserrres waarin elke vierkante meter maximaal wordt benut

die van de kas in het achterhoofd. Dit laatste leidt alvast tot een aangename werkomgeving. Een van de bezoekers merkte dan ook op dat men in tegenstelling tot bij serres van het type venlo, niet kon zeggen dat het merendeel van deze breedkappers al in 1994 werd gebouwd. Toch hebben Peter en Koen door de jaren heen bewuste keuzes moeten maken. Zo werd vroeger volledig geteeld vanaf eigen geworteld stek. Dit werd echter steeds moeilijker door de stijgende energieprijzen, maar ook door de hiervoor noodzakelijke extra teelthandelingen in de wat normaal een rustigere winterperiode zou moeten zijn. Er werd ook beslist om het assortiment meer te gaan verdelen tussen beide broers. Ieder heeft zijn specialiteiten en legt zich toe op specifieke kleuren of potmaten. Zo is het gezamenlijk aanbod naar de tuincentra zeker ruim genoeg, maar is er ook extra oog voor maximale kwaliteit. Kwaliteit en een gericht assortiment zijn natuurlijk het streefdoel van veel bedrijven, maar de keuze voor herkenbare kwaliteit op beide bedrijven vertaalt zich misschien nog het best in de specifieke teelt van potchrysanten bij de broers Hendrix. Zij hebben



▲ *Bedrijf Hendrix: naar sortiment toe wordt samengewerkt en daarbij spelen teeltechnische keuzes mee*

een buitenteelt van chrysanten met druppelaars. De planten staan gedrukt in plantgaten die zijn gemaakt in antiworteldoek volgens een specifieke eindafstand en een bijhorende potmaat. Er zijn weinig bedrijven die dit doen, maar het maakt maximale sturing van meststofgift mogelijk en men bekommt ook een erg proper eind-

product. De potten kunnen immers niet worden besmeurd met aarde van opspattend gietwater en ook onkruidbeheersing is vrij eenvoudig. Met deze potchrysanten wordt dan ook geheel volgens de bedrijfsvisie gemikt op het hogere segment in tuincentra. ■