

Focus steeds meer op 'the hoopla'

Een bedrijf dat al honderdvijftig jaar bestaat, weet wel hoe de hazen lopen. Toch blijft het ook voor Darwin Plants altijd een kwestie van scherp zijn en overal bovenop zitten om klanten tevreden te houden. Afspraken zijn er om na te komen, daarover mag geen misverstand bestaan. Dat is een belangrijke boodschap voor de toeleveranciers van het exportbedrijf uit Hillegom. 'Wie zijn planning niet haalt, mist de boot.'

Tekst: Monique Ooms
Fotografie: René Faas

Het exportbedrijf aan de Veenenburgerlaan heeft zijn roots in de kwekerij: Jan Witteman begon honderdvijftig jaar geleden (in Hillegom) een bloembollenkwekerij onder de naam Witteman & Co. Al voor de Tweede Wereldoorlog exporteerden zij bollen naar Polen en Duitsland. In 1948 stapte een van de drie broers Witteman op de boot naar New York om uiteindelijk in Minneapolis – Chicago de basis te leggen voor de huidige exportactiviteiten. "Een van onze klanten is al vanaf 1948 bij ons", vertelt de huidige managing director Fred Meiland. Na de oorlog kwam de focus steeds meer op de export te liggen, eind jaren tachtig nam het bedrijf afscheid van de kwekerij. Een van de zonen van de drie broers – Hans Witteman – nam het bedrijf over, samen met een aangetrouwd familielid, Gert van Buren. Onder hun bewind nam de vraag naar vaste planten vanuit Amerika sterk toe. "Ze verkochten containers vol, het was echt een nieuwe markt."

OVERNAME

Zo'n twaalf jaar geleden verdwenen de bloembollen uit het exportassortiment en kwam de focus volledig op vaste planten te liggen. Dat maakte het exportbedrijf interessant voor Ball Horticultural Company in West-Chicago

– marktleider in eenjarigen – dat graag vaste planten aan zijn assortiment wilde toevoegen. In 2007 verkochten Gert en Hans het bedrijf aan de Amerikaanse marktleider. De onderneming heeft wel zijn eigen bedrijfsnaam gehouden: Witteman & Co. voor de Nederlandse markt en Darwin Plants voor alle buitenlandse klanten. Fred Meiland begon achttien jaar geleden als verkoper bij het bedrijf, om via de functie van salesmanager op de stoel van managing director terecht te komen. "Na de overname door Ball zijn Hans en Gert nog een jaar aangetrokken. Bij hun vertrek werd ik gevraagd om deze functie op te pakken."

.....

'Remplacering zonder overleg is de doodsteek voor het vak. Het domme is ook: het komt altijd uit'

.....

Darwin Plants heeft twaalf vaste medewerkers in dienst die in het seizoen worden bijgestaan door zo'n twintig tijdelijke krachten. Het bedrijf exporteert 1300 soorten vaste planten, overzichtelijk gerangschikt in de catalogus die

jaarlijks wordt uitgebracht. Belangrijkste soorten zijn hosta, hemerocallis, astilbe, pioen en dicentra. "Via Ball en de kwekers waarmee wij samenwerken, introduceren we de nodige nieuwe soorten." Noord-Amerika is de voornaamste afzetmarkt. "Daar is Ball onze distributeur, zij hebben 64 vertegenwoordigers voor de verkoop in Amerika. In Engeland werken we samen met een zusterbedrijf, net als in Frankrijk, Japan en Korea. De verkoop en export naar andere Europese landen doen we zelf." Afnemers van Darwin Plants zijn voornamelijk kwekers. "Een deel gaat naar tuincentra die de planten zelf opkweken voor de verkoop en een ander deel gaat naar de grotere kwekerijen die aan het grootwinkelbedrijf leveren. En een deel is bestemd voor de verkoop via postorderbedrijven in Europa."

AFSPRAKEN

De inkoop van vaste planten verloopt via inkoop Mark van Duyn. "Wij werken veel rechtstreeks samen met een vaste groep kwekers, dat zijn er zo'n twintig. Daarnaast vullen we ons pakket aan met inkoop via bemiddelingsbureaus." Wie tot de groep van toeleveranciers aan Darwin Plants wil behoren, moet niet alleen kwaliteit kunnen leveren, maar ook strikt zijn in het nakomen van afspraken. "De klant beoordeelt ons op 'delivery in full and on time': dus volledig en op tijd. Kom je de afspraken niet na, kost het je omzet; dan gaan ze naar een ander die wel de vereiste professionaliteit kan bieden. Kun je daar als kweker/leverancier niet aan voldoen, dan kunnen we niet met elkaar samenwerken." Wat Fred betreft, is het ondenkbaar dat een kweker pas op de dag van levering laat weten niet of niet volledig te kunnen leveren. "Dan zouden we daarover op z'n minst vooraf contact met elkaar moeten hebben gehad. Je bent een schakel in de keten. Als wij het product hier binnen krijgen, hebben we nog zeven dagen nodig om het klaar te maken voor transport - met keuren, spoelen en verpakken. Daar moet je rekening mee houden. Daarbij heeft onze afnemer - de kweker in het





Fred Meiland: 'De klant beoordeelt ons op volledige en tijdige levering'

buitenland - zijn planning gebaseerd op onze leverdatum. Hij heeft mensen ingehuurd om op een bepaalde datum te gaan planten. Als wij te laat leveren, heeft hij een probleem. Daarna zal hij niet meer zo snel zijn planten bij ons bestellen, we zijn immers onbetrouwbaar en leveren hem geen geld op, het kost alleen maar. Je niet aan de afspraken houden, kost klanten."

Fred is ervan overtuigd dat - naast kwaliteit - de focus steeds meer komt te liggen op - wat zijn Amerikaanse collega's noemen - 'the hoopla around it'. "Wij zetten nooit in op de laagste prijs, daar win je het uiteindelijk niet mee. Belangrijker is dat je op tijd en volledig kunt leveren, de administratieve zaken op orde hebt, de logistieke zorgen uit handen neemt, kortom: je zaken voor elkaar hebt. De regels rondom fyto en dergelijke worden alleen maar strenger, ook daarop moet je anticiperen. Als je zo werkt, kun je jezelf onderscheiden in deze markt." Fred benadrukt dat in de samenwerking met toeleveranciers en afnemers alles

draait om goede communicatie. "Een aantal van onze kwekers zien we regelmatig, we lopen samen door de velden en bespreken wat er speelt. Er komen ook kwekers hier op bezoek, maar ik geef toe dat we daarin zelf wat meer initiatief zouden kunnen tonen. Zo zouden we kwekers best eens kunnen uitnodigen als wij hier aan het verpakken zijn zodat ze een beeld krijgen van wat er allemaal bij komt kijken. En dat het dus echt zo is dat producten die te laat binnenkomen, letterlijk en figuurlijk de boot missen."

SOORTECHTHEID

Na binnenkomst wordt het materiaal gekeurd. "Partijen moeten kwalitatief in orde zijn, schoon en vrij van aaltjes, onkruid en grote maatverschillen. Ook het papierwerk moet in orde zijn. Voldoet een partij niet aan de eisen, dan nemen we contact op met de kweker; hij krijgt dan de kans dit te herstellen. Van elke partij zetten wij een plant op pot, die gaat in ons kasje zodat we zelf een beeld krijgen van

de kwaliteit en de soortechtheid. Alle informatie over partijen wordt vertaald naar barcodes zodat we altijd kunnen terughalen bij welke kweker welke partij vandaan komt en wat het resultaat in de kas was. Daarmee kunnen we ook goed ingaan op vragen van onze afnemers." Over remplacering zonder overleg en soortechtheid merkt Fred nog op: "Dat is de doodsteek voor het vak. Het domme is ook: het komt altijd uit. Uiteindelijk gaat het erom dat de consument een succeservaring heeft met jouw product. Als hij wordt teleurgesteld zal hij jouw product niet nog eens kopen."

Fred wil vooral niet de indruk wekken dat hij ontevreden is over zijn toeleveranciers. "Veel kwekers doen het goed, wij zijn tevreden over de samenwerking. Belangrijk is echter wel dat we onszelf allemaal realiseren dat het niet makkelijker wordt in dit vak, de lat ligt steeds hoger. Dus zorg dat je daaraan kunt blijven voldoen. En blijf communiceren. Om de afnemer tevreden te kunnen houden, hebben we elkaar allemaal nodig."

