



'Boomkwekerij loopt nog steeds voorop'

Arne Bac nieuwe sectormanager bij onderzoeksafdeling Rabobank



Drie maanden geleden trad Arne Bac als de nieuwe sectormanager in dienst bij de afdeling Food & Agri van Rabobank Nederland. Een mooi moment om samen met collega Cor de Fijter van gedachten te wisselen over de manier waarop de boomkwekerijsector zich ontwikkelt. Beide sectormanagers zijn optimistisch over de toekomst: 'De boomkwekerij loopt nog steeds voorop.'

Auteur: Peter Voskuil

Cor de Fijter (l) en Arne Bac(r).



Cor de Fijter



Arne Bac

'Kennis is niet macht, maar kracht'

Natúúrljik willen de twee heren die zich bij de bank op de afdeling Sectormanagement Food & Agri bezighouden met de boomkwekerij Boom In Business te woord staan. Hoewel ze allebei een superdruk schema hebben, maken ze er meteen

tijd voor vrij in hun agenda.

Veel verandert er met de komst van Arne Bac overigens niet in de aanpak, benadrukken ze. Cor de Fijter blijft doen wat hij altijd deed. Daar komt nog bij dat de nieuwe collega geen onbekende is.

Missie

Bac werkt al meer dan vijftien jaar voor de Rabobank. Toen de vacature vrijkwam door het vertrek van een andere collega, was de stap naar het hoofdkantoor in Utrecht voor hem eigenlijk een volstrekt logische. Hij gaf bij de Rabobank leiding aan diverse agrarische teams en heeft ook een agrarische achtergrond. Sterker nog, hij participeert nog altijd in het akkerbouwbedrijf van zijn familie. De mentaliteit van boomkwekers kent hij ook; zijn geboortegrond ligt op twee kilometer afstand van Boskoop.

De missie van Bac is duidelijk: kennisniveau van de boomkwekerijsector binnen de Rabobank nog verder omhoogtillen en deze kennis beschikbaar

stellen aan de accountmanagers in den lande. Dat betekent om te beginnen contacten met allerlei belangrijke partijen in de sector aanknopen om samen te kijken wat er allemaal gebeurt in de sector. Want, zo zegt hij: 'Kennissen is niet macht, maar kracht'.

Extra ogen

Bac zal te maken krijgen met complexe dossiers, waarbij een paar extra ogen nooit kwaad kan. Vooral de diversiteit in zijn nieuwe functie spreekt hem aan, vertelt hij. 'Je spreekt heel veel klanten. De ene keer is dat een traditionele kweker, de andere keer een ondernemer die enorm aan het groeien is. Iedere situatie is uniek.' Als vertegenwoordiger van de Rabobank, die met een marktaandeel van meer dan tachtig procent marktleider is, merkt hij dat hij meer dan welkom is om aan te schuiven bij gesprekken over de toekomst van de sector.



5 min. leestijd

De boomkwekerijsector stond in 2013 en 2014 onder druk. Nog altijd dreigt marktverzadiging en de markten gedragen zich steeds grilliger. Daar staat tegenover dat er relatief weinig bedrijven in de problemen zitten in deze moeilijke tijden. En dat is knap, na een aantal zware jaren waarin de handel risico's verlegde naar de kweker. Toch is de sector solvabel gebleven, constateert De Fijter. 'Het valt mij niet tegen. De economie is turbulent geweest, maar er verkeren relatief weinig bedrijven in zwaar weer. De jaren 2013 en 2014 zijn nog harder aangekomen dan verwacht, en toch heeft iedereen dat doorstaan.'

Vooruitzien

'Als iedereen het moeilijk heeft, van tuincentrum tot de consument zelf, dan kan een boomkwekerij het niet zomaar beter doen,' zegt de sectormanager Boomkwekerij daarover. De markt is ingewikkeld. Daardoor hebben producenten meer dan ooit een vooruitziende blik nodig, met teelten van twee tot vijf of zelfs zeven jaar. Omdat er veel strategische opties zijn. De Fijter geeft een serie tips: Behoud focus en behoud je financiële buffers. Blijf flexibel. En onderscheid je met je product of met exclusiviteit'. Bac vult aan: 'Tegelijkertijd is het sortiment ook aan het verschromelen. De vraag is natuurlijk voor iedereen afzonderlijk: wat wordt het sortiment van de toekomst?'

Wie verzandt in kopieergedrag, krijgt het moeilijk, voorspelt De Fijter. Gewassen als hortensia, buxus, taxus en lavendel laten groei zien. Overproductie ligt daarmee op de loer, omdat het aanbod snel groeit. Tegelijkertijd wordt de markt steeds grilliger. 'De best presterende bedrijven hebben ondernemers met een goed ontwikkelde antenne, die signalen uit markt onmiddellijk oppikt.'

Overlevingsmodus

Achterover leunen kan niemand zich permitteren; voor de meeste bedrijven zal het voorlopig nog even overleven geblazen zijn. Bedrijven doen er goed aan in de tussentijd hun risicomanagement te versterken. Waakzaamheid wat betreft de kostprijs is een constante must, om niet op korte termijn uit de markt te worden gedrukt.

In essentie zijn De Fijter en Bac positief over de boomkwekerij. De Fijter constateert dat er de laatste jaren een groep koplopers in de markt is ontstaan, die bereid is tot samenwerking. Ook telers weten deze koplopers te vinden. Bac: 'Een aantal partijen is goed in contacten en handel met grote retailers en ketens. Kleine telers benaderen

dat soort partijen steeds vaker, om toch met hun assortiment binnen te komen bij die partijen.'

Deze kopgroep heeft al met al een positieve invloed op een grote groep van 'achterblijvers', zoals De Fijter ze na enig aarzelen noemt. Deze groep kan nog stappen zetten. De Fijter: 'En die term gebruik ik niet denigrerend. Ik bedoel daarmee dat die bedrijven vaktechnisch vaak enorm goed in elkaar zitten, maar nog op zoek zijn naar de juiste strategie.' 'Voor wie teel ik? En hoe benader ik mijn klanten?' De Fijter: 'Dat is de moeilijkste vraag. We hebben als Rabobank in 2012 al geprobeerd ondernemers op dat gebied te stimuleren met schetsen van vier scenario's.' 'Het is soms verstandiger niet voor het beste resultaat op korte termijn te kiezen, maar voor een investering op lange termijn, om het bedrijf aan te passen aan de veranderde omstandigheden in de markt.'

In deze groep zijn nog slagen te maken als het gaat om bijvoorbeeld financieel management. Een nog beter inzicht in bedrijfscijfers en kostprijs is essentieel om de grillige markt de baas te blijven. Daarnaast kan het personeelsmanagement vaak beter. Jongeren moeten worden aangetrokken en goed opgeleid. Ook op directieniveau wordt soms te weinig geïnvesteerd in opleidingen. De Rabobank probeert hierbij te helpen. Voor de fruitsector ontwikkelde zij een vier dagdelen omvattend programma dat ondernemers op weg helpt om meer marktgericht te gaan denken. 'We onderzoeken of we dat programma kunnen doorvertalen voor de sierteelt en de boomkwekerij,' vertelt Bac.

Samenwerking

Toch vindt De Fijter dat de sector in het algemeen goed bezig is: 'Meer telers zijn bewuster en gericht met afzet bezig.' Oeroude mechanismen om andere partijen vooral als concurrent te beschouwen, zullen volgens hem steeds meer verdwijnen. In plaats daarvan zullen partijen gaan samenwerken. Bac daarover: 'Als je niet kunt delen, kun je ook niet vermenigvuldigen.'

Meer samenwerking is iets waar de Rabobank al jaren op hamert in haar visies, onderzoeken en rapporten. Positieve aanknopingspunten genoeg, wat dat betreft. De lobby in de belangenbehartiging is volgens de heren goed opgepakt in de sector. Regionale greenports, pacts, platforms om zaken collectief bespreekbaar te maken. Ook op het gebied van logistieke samenwerking komen allerlei

initiatieven van de grond.

'De mogelijkheden zijn nog altijd enorm,' aldus De Fijter. 'Ga maar eens langs Plantarium, om te kijken wat er op dat gebied allemaal gebeurt. Dat is nog altijd zeer indrukwekkend.' *Storytelling* rondom producten heeft potentie. Product- en conceptvernieuwing blijkt sowieso enorm te lonen.

Volgens De Fijter is het niet alleen zaak goed naar de consument te luisteren. Je kunt hem ook inspireren en zo verleiden tot aankopen. Ook als het gaat om oog voor duurzaamheid staat het licht nu (letterlijk) op groen. 'Daar is momenteel heel veel podium voor.'

INTERVIEW



Be social

Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-5445