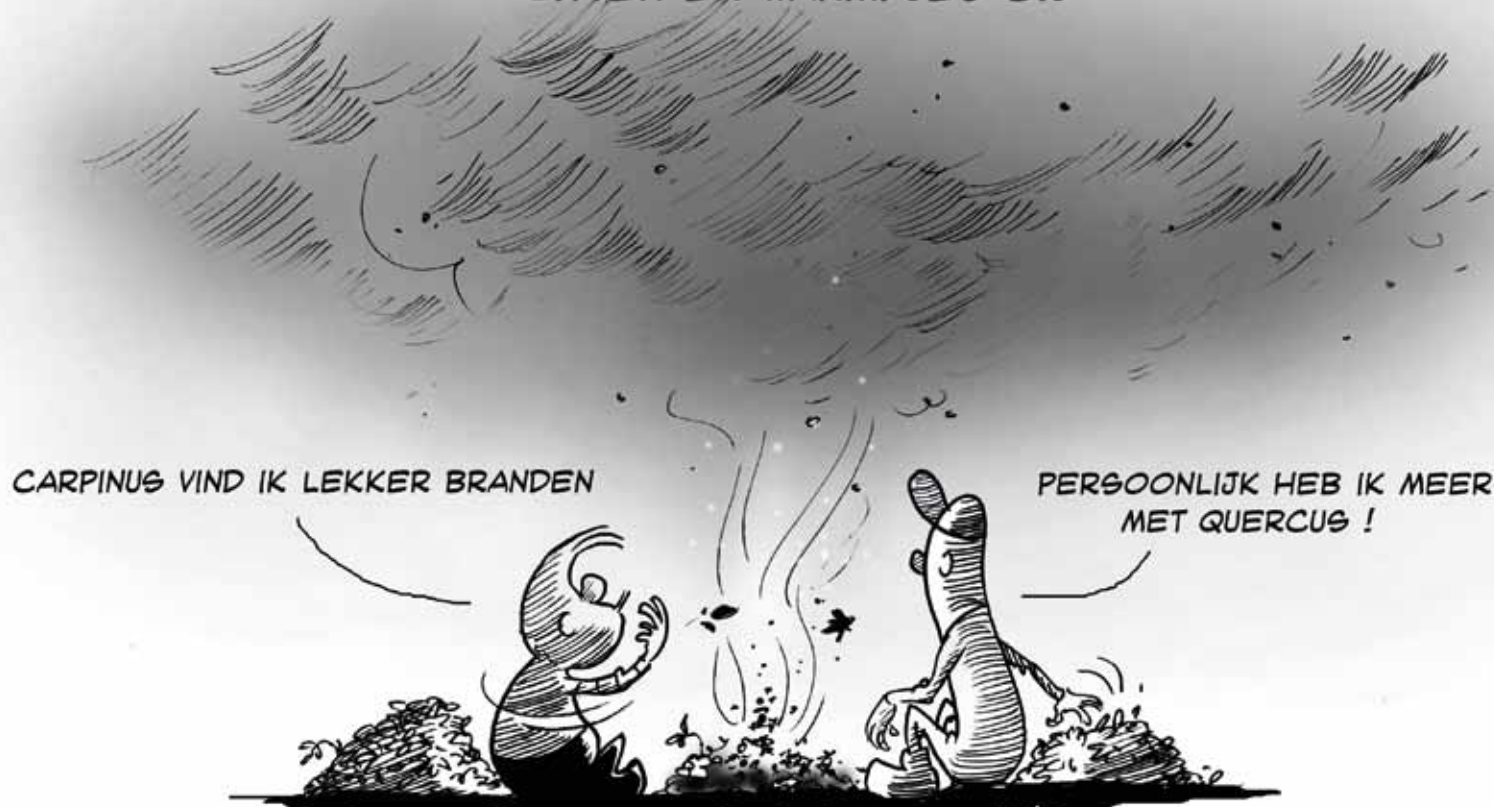


Bart en Boris

ZITTEN ER WARMpjes BIJ



Door de donkere wolken van de stookhoop heen schijnt inmiddels volop de zon

Ook in Zundert is de boomkwekerij in beter weer beland

Veel bedrijven in de boomkwekerijsector hebben de afgelopen jaren slecht gedraaid. Veel kwekers draaiden zelfs rode cijfers en besloten om hun plantschop aan de wilgen te hangen. Dat leidde er in Zundert zelfs toe dat in het vroege voorjaar alle overschot van bos- en haagplantsoen op een hoop werd geschoven en in vlammen opging. Die tijd hebben we gelukkig achter ons gelaten.

Auteur: Hein van Iersel



4 min. leestijd



Het is een goede traditie dat na een interviewronde voor een Regio-In-Beeld-special met de drie betrokken kwekers wordt nagepraat in een plaatselijk restaurant. Dit keer was de keuze voor het restaurant aan Jean-Pierre van der Peijl, die koos voor *Bij de Nonnen* in de Molenstraat in Zundert. Een absolute aanrader. Zelfs de misser dat dame blanche ontbrak op de menukaart werd, op unaniem verzoek van de drie kwekers én vertegenwoordigers van de Rabobank, direct goedge maakt.

Opvallend aan de vijf diners die Boom-In-Business tot nu toe heeft georganiseerd, is dat de stemming iedere keer beter lijkt te worden. Dat kan liggen aan de geselecteerde regio's die wij hebben bezocht. Waarschijnlijk is het dat de kwekers in Zundert nu als eerste van de vijf regio's een positief seizoen hebben afgesloten. Ook in de andere regio's, zoals Opheusden en Boskoop, werd voorzichtig gehoopt op een positieve afsluiting van dit seizoen, maar daar overheerste de teneur 'eerst zien, dan geloven'.

Zundert is met name afhankelijk van twee sectoren in de boomteeltsector: bos- en haagplantsoen en containerteelt. Voor beide sectoren geldt dat het marktperspectief zich verbeterd heeft. Ruud Matthijssen, senior accountmanager bij het Food & Agri-team Midden-West-Brabant van de Rabobank: 'Wij zien dat het zowel in het bos- en haagplantsoen als in de containerteelt beter gaat. Voor bos- en haagplantsoen is onze inschatting dat de prijzen niet eens zo veel hoger zijn, maar dat kwekers nu veel beter dan in eerdere jaren hun voorraad kunnen leegverkopen en daardoor weer goede rendementen maken. Een aantal bedrijven is gestopt, maar dat zijn vooral kleinere bedrijven. De overgebleven bedrijven kunnen weer geld verdienen.'

Voor de containerteeltbedrijven begon de ervaring al wat eerder. Daar zijn kwekers inmiddels zo ver dat ze betere prijzen kunnen vragen en ook krijgen. Zowel Jean-Pierre van der Peijl als Hans Jochems bevestigt dat beeld.

De belangrijkste uitdaging die Matthijssen ziet voor de boomteeltsector in Zundert, is de factor arbeid. Hoe krijg je als boomteeltsector mensen geïnteresseerd in een carrière in de boomkwekerij? Hetzij als ondernemer, hetzij als medewerker. Nu al is ruim meer dan vijftig procent van de ondernemers ouder dan vijftig jaar. En veel van die bedrijven zullen verdwijnen als de ondernemer in kwestie met pensioen gaat. De verwachting is

daarom dat de daling van het aantal bedrijven in de toekomst verder zal gaan. Wel zullen de overblijvende bedrijven groter worden en meer gaan investeren in mechanisatie om met minder mensen meer productie te kunnen draaien. Investerings zijn ook keihard nodig, omdat de mogelijkheden om gewasbescherming toe te passen zullen afnemen. Dat kun je ook zien in de betrokken bedrijven. Hans Jochems moppert over een huurkasje dat hij graag zou willen vervangen

Onze inschatting is dat de prijzen niet eens zo veel hoger zijn, maar dat kwekers nu veel beter dan in eerdere jaren hun voorraad kunnen leegverkopen en daardoor weer goede rendementen maken

door een goede kas waarin hij effectiever kan werken; Jurgen Denissen laat trots zijn nieuwe tractor zien die een nieuwe, nog aan te schaffen schoffelmachine moet gaan dragen.

Ruud Matthijssen: 'Wat de sector in Zundert op dit moment mist, is een aantal toonaangevende bedrijven en ondernemers.' Matthijssen bedoelt daarmee ondernemers die in woord en daad laten zien dat samenwerken loont. Tijdens het Regio-In-Beeld-groepsgesprek met de vertegenwoordigers van de Rabobank en de drie ondernemers Jurgen Denissen, Hans Jochems en Jean-Pierre van der Peijl, is dit thema een belangrijk onderwerp, vooral in relatie tot Treeport Zundert. Matthijssen opent deze discussie met de opmerking dat je als ondernemer bijna verplicht bent om dit soort initiatieven ruimhartig te ondersteunen. De drie ondernemers, of in ieder geval twee daarvan, zijn het daar niet mee eens. Jurgen Denissen heeft geen goed woord over voor Treeport Zundert. Hij ziet hierin geen enkele meerwaarde. De kritiek van Hans Jochems van About Plants richt zich met name op



de Tree Run en het ondiplomatieke gedrag van de directie van Treeport: 'Wij zijn een van de eerste en grootste aandeelhouders van Treeport Zundert. Toen men bezig was met het opzetten van de Tree Run heeft men weliswaar aan de ondernemers gevraagd welke transporteur hun voorkeur had, maar dat advies is vervolgens gewoon terzijde geschoven. Dat was voor ons een stap te ver. We zijn er toen uitgestapt. Ik snap dat ook niet. Het initiatief is toch voor de ondernemers? Dat betekent toch dat je luistert naar wat die ondernemers vinden.' Jochems verwijt overigens het bestuur niets: 'De Tree Run werd opgericht door een commissie en niet door het bestuur. Ik verwijt het bestuur hierbij niets, alleen de persoon die de Tree Run op moest zetten die sloeg de plank helemaal mis. Dat is de reden dat we minder actief zijn geworden bij Treeport, maar wij zijn wel lid gebleven.'

Vertrouwen van kwekers onderling is in ieder teeltgebied een ingewikkelde zaak. Iedereen weet dat bepaalde zaken alleen te realiseren zijn door samen te werken, maar in de dagelijkse praktijk heeft dat met meer zaken te maken, zoals onderlinge concurrentieverhoudingen en de angst om bedrijfsgeheimen prijs te geven. Jurgen Denissen is daar uitgesproken in. 'Dan zit ik bij een bijeenkomst tussen allemaal mensen die niks te melden hebben. Dan heb ik het idee dat ik niks terug krijg en zeg ik dus ook niets.' Jean-Pierre van der Peijl is opvallend stil als dit onderwerp ter sprake komt. Hij geeft juist aan wel goede ervaringen te hebben met een studieclub. Verder is Van der Peijl deelnemer aan een masterclass die georganiseerd wordt door de Rabobank, met als doel ondernemerscompetenties te verbeteren. Ook daarover is hij enthousiast.



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-6699



Stap voor stap werken aan de ontwikkeling van het bedrijf

Jurgen Denissen: 'De zaken gaan nu goed. Moet ik dan nog veel groter worden?'

Jurgen Denissen (31 jaar) nam drie jaar geleden met zijn broer Kevin het bedrijf van vader Jos Denissen over. Voor beide broers een natuurlijk moment om met een gedegen plan het bedrijf weer toekomstproof te maken. Jurgen Denissen: 'Ik hoef niet groot te worden. Veel belangrijker is een goede balans.'

Auteur: Hein van Iersel



4 min. leestijd



Opkomend beukenzaad

Jurgen Denissen heeft het constant over zijn *broertje Kevin*. Dat blijkt wel mee te vallen. Broer Kevin is anderhalf jaar jonger dan Jurgen, maar wel een kleine kop groter. Jurgen en broertje Kevin lijken verder ook totaal niet op elkaar. Jurgen Denissen heeft – in goed Brabants – wat meer *giff* in zich; Kevin lijkt wat rustiger. Dat vertaalt zich ook in de rollen van beide broers in het bedrijf. Jurgen doet klanten en het kantoor en Kevin is verantwoordelijk voor de kwekerij, met name ook voor gewasbescherming.

Zoals gezegd zit boomkwekerij Denissen pas heel recent op de nieuwe locatie. Daarvoor zat het bedrijf onder het bewind van vader Jos aan de Kapellekestraat. Jurgen Denissen: 'Mijn vader heeft ons gevraagd of wij het bedrijf wilden overnemen. Anders had het natuurlijk geen zin om het bedrijf naar een nieuwe locatie te brengen. Dat was voor ons geen vraag. Ik wilde dat eigenlijk altijd al.' Boomkwekerij Denissen moest weg van de vorige locatie door een uitbreiding van Zundert. Vader Jos Denissen wordt trouwens Jos junior genoemd, omdat diens vader ook Jos heette en de oprichter van het bedrijf is.

Groot

Boomkwekerij Denissen zou kunnen worden omschreven als een klassiek Zundertse boomkwekerij en is gespecialiseerd in bos en haagplantsoen met en zonder pot. Op dit moment werkt het bedrijf op ongeveer 30 hectare, inclusief één hectare pottenveld. Dat is inclusief een aantal hectares contractteelt. Denissen wil niet vertellen

hoe groot zijn eigen areaal en zijn jaarlijkse omzet zijn. Wel wil hij graag delen dat de afgelopen jaren weer goed zijn geweest en dat hij op dit moment vier mensen in dienst heeft. Dat is exclusief beide broers, vader Jos en moeder Marion, die ook nog steeds meewerken.

Belangrijker dan de omzet en de oppervlakte van de kwekerij zijn de plannen die de broers hebben met het bedrijf. Direct nadat de kwekerij in 2007 op de nieuwe locatie aan de Stuivezandseweg in Zundert werd geopend, begonnen de ondernemers met het uitrollen van een plan dat het toen vijftig jaar oude bedrijf weer klaar moest maken



voor de toekomst. Jurgen Denissen heeft in zijn hoofd een nauwkeurige stappenlijst voor de dingen die hij wil aanpakken. Het personeelsbeleid hoorde daarbij, maar ook de eigen kwekerij, processen op het kantoor en marketing en sales.

Over het personeelsbeleid zegt Denissen dat hij mensen zo veel mogelijk dingen zelf wil laten regelen. 'Natuurlijk moet er sturing zijn in de zin van een planning vanuit het kantoor, maar mensen moeten zo veel mogelijk hun eigen werk kunnen indelen.' Als ik later met de beide broers over het bedrijf loop, zie ik hoe dat mogelijk is. De kweker lijkt een ervaren team op de *payrol* hebben staan.



Jurgen Denissen en broer Kevin Denissen (links)



Om diezelfde reden is de ondernemer er ook geen voorstander van om veel met losse krachten of met buitenlanders te werken. Jurgen Denissen: 'We werken natuurlijk wel met buitenlanders, maar vooral in de pieken. Sinds vorig jaar hebben we een potbedrijf ingehuurd om heel snel het bosplantsoen op te potten dat in de planning staat. Verder werken we veel samen met een aardbeienkwekerij hier vlakbij. In de periodes dat zij mensen over hebben, huur ik die in om onze pieken weg te werken, bijvoorbeeld als het gaat om het sorteren van de beste zetstammen voor onze klanten die de zaailingen verder doorkweken als spullen.' Zetstammen sorteren wij zelf omdat dat vrij lastig is.'

Jurgen Denissen: 'Van oudsher hadden wij de naam dat we een handelsbedrijf waren. Daar wil ik eigenlijk vanaf. Het klopt ook niet. Ik denk dat we op dit moment meer dan tachtig procent van de planten die we verkopen zelf opgekweekt hebben.' Denissen merkt dat zijn klanten het liefst bij de bron willen kopen en geen planten willen van handelaren, omdat die duurder zouden zijn. Voor de buitenlandse markt geldt dat natuurlijk minder, maar die markt is voor de kwekerij niet belangrijk in de zin van directe afzet. Die directe afzet gaat naar hoveniers, spilenkwekers, tuincentra en handelaren.

Het tweede bedrijfsaspect dat Jurgen en broer Kevin onder handen hebben genomen, is de eigen kwekerij. Als je rondloopt op het bedrijf, lijkt dat dik voor elkaar te zijn. Het bedrijf ziet er strak uit – hoewel Jurgen Denissen als we door de sorteerruimte lopen, meteen roept: 'Als ik had geweten

dat je hier ook foto's zou nemen, had ik even opgeruimd.'

Zaken die onder handen zijn genomen, zijn onder andere het stratificeren van zaad en andere processen op de kwekerij. Volgens Denissen was dat succesvol; de rendementen zijn beter en er wordt weer geld verdiend.

Jurgen Denissen: 'Wij willen wel groeien, maar niet per se in de grootte van het bedrijf, maar liever in het optimaliseren en finetunen van alle bedrijfsprocessen. Dat betekent niet dat we niet hoeven te investeren. Binnenkort gaan we bijvoorbeeld investeren in een nieuwe schoffelmachine. De tractor daarvoor is al aangeschaft. Misschien kopen we nog weleens wat nieuwe grond, maar een goede balans tussen werk en privé is belangrijker dan alleen maar groeien. Ik wil ook nog een privéleven hebben, en tegelijk een goede boterham verdienen. In principe wil ik veertig uur per week werken, maar af en toe kan dat best een keer zestig of tachtig uur zijn, als dat nodig is. Maar niet structureel.'

Normaal heeft Jurgen Denissen op vrijdag zijn klantendag. Hij probeert dan buiten het afleverseizoen zo veel mogelijk op pad te zijn om klanten te bezoeken. Dat was het afgelopen jaar wat minder omdat hij bezig was met zijn nieuwe huis, net naast de kwekerij gelegen. Maar hoewel Jurgen Denissen zijn klanten het afgelopen jaar wat minder heeft bezocht dan gepland, lijkt hij wel een goed beeld te hebben van wat zijn klanten vragen. Denissen ziet een doorgaande groei richting haagplantsoen in pot. Er wordt nog steeds haagplanten

in kluit gevraagd, maar in pot groeit harder en de kweker lijkt daar voor de eigen bedrijfsvoering een voorkeur voor te hebben. Planten in pot kun je zo pakken in het afleverseizoen; veel makkelijker dan het maken van kluiten. Denissen: 'Als wij morgen onze productie sterk zouden verhogen, moeten we op zoek naar nieuwe klanten. Grote kans dat dit prijsskopers zijn. Ik lever liever aan een selecte groep vaste klanten die ons kennen en betalen voor de kwaliteit die wij leveren.'

De kunst voor zijn soort bedrijf, denkt Denissen, is dat je klanten ontzorgt en het product zo levert dat de klant er makkelijk mee uit de voeten kan. Denissen geeft een voorbeeld: 'Van zoete kers zoeken wij heel precies die zaailingen uit die perfect recht zijn. Die zijn ideaal als zetstam. Eerst lieten we dat aan de spilenkweker over, nu doen wij dat voor hem. Dat kost iets meer, maar bespaart de spilenkweker veel werk. Verder bieden wij bij veel soorten de keuze om de planten met of zonder stok te leveren. Zo kun je extra waarde leveren voor de klant, maar ook extra rendement voor jezelf.'



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-6700

Anders doen dan anderen, dan kun je geld verdienen

Jean Pierre van der Peijl produceert ieder jaar ongeveer één miljoen planten

Van der Peijl Tuinplanten is een grote op zijn gebied, maar wil zeker geen massabedrijf zijn. Het bedrijf is gespecialiseerd in bloeiende tuinheesters, zoals *Viburnum* en *Hortensia* voor tuincentra. Dat is een markt die vraagt om grote aantallen. Van der Peijl probeert door selectie van de juiste cultivars en slimme marketing toch onderscheidend te blijven.

Auteur: Hein van Iersel

Druk, druk, druk, roept Jean Pierre van der Peijl, als ik op een vrijdagmiddag zijn kantoor binnen loop. Die vrijdag wordt de laatste hand gelegd aan een grote order voor een grote Duitse retailer, waarvan Van der Peijl de naam liever niet in de krant wil hebben. De dag erop moeten er zeven opleggers gevuld worden met ruim 13.000 Hortensia's. Het is geen order waarmee het bedrijf zich wil profileren, maar het is wel business. En tussen de regels door hoor je van de kweker dat hij van de retailer een goede prijs heeft gekregen. De planten staan voor € 4.99 bij de retailer in de folder. De kweker krijgt

**Eigenlijk te druk; ik heb
zeker twee mensen
extra nodig**

daarvan iets meer dan de helft. Van der Peijl: 'Ik vind het knap dat ze het daarvoor kunnen doen.' Achter in de kas staat een Deense kar als voorbeeld. 'De keurmeester is net geweest om deze kar te beoordelen en vond het allemaal prima. Morgenvroeg moeten we met een club mensen vol aan het werk; volgende week staan deze planten in de folder en in de winkel.'

Grote deals als deze zijn natuurlijk welkom voor de Zundertse tuinplantenkweker, maar het is niet waar de oorlog mee gewonnen wordt.



4 min. leestijd



Complete lijn Little Hortensia



Display Little Hortensia

Jaarlijks verkoopt het bedrijf een miljoen planten.

C2, twee liter is daarbij de belangrijkste potmaat

Van der Peijl begint te vertellen over zijn eigen merk Little Hortensia. Dat is een lijn boeren-hortensia's (*Hydrangea macrophylla*) die Van der Peijl zelf bij elkaar heeft gezocht en die na vijf jaar geen van alle hoger dan 60 centimeter worden. En dat zonder de plant te remmen.

Van der Peijl: 'Ik ben begonnen door overal op kwekers- en liefhebbersdagen *Hortensia's* bij elkaar te zoeken en daar de goede soorten uit te selecteren. Daar ben ik tien jaar mee bezig geweest. De nieuwe lijn *Hortensia's* begon met een witte laagblijvende *Hortensia*, maar is inmiddels al uitgebreid met nieuwe kleuren: blauw, paars en roze.' En de kwekerij selecteert en beproeft op dit moment nieuwe soorten, die ook gaan meedraaien in de Little Hortensia-lijn. Afgelopen seizoen kweekte Van der Peijl al 40.000 van deze planten, voor-namelijk in potten van twee liter. Voor dit seizoen staan er ongeveer 100.000 Little Hortensia's op de planning.

Bij deze eigen soort doet Van der Peijl meer dan het leveren van goed ontwikkelde planten. Hij heeft ook een eigen display ontwikkeld. Een aantal steigerplanken is met een transfer bespoten met het Little Hortensia-logo, en een meetlat die moet aangeven dat de planten echt niet groter worden dan zestig centimeter. Een simpele en goedkope oplossing, maar het ziet er wel goed uit en door de keuze van steigerplanken blijft het ook lang goed op het pottenveld van het tuincentrum.

Van der Peijl had duidelijk plezier in het ontwikkelen van dit display en heeft er naar eigen zeggen ook succes mee. Van der Peijl: 'Je moet eens naar het Genker Plantencentrum in Genk gaan, in België. Behalve dat dit een fantastisch mooi tuincentrum is, staan daar meerdere exemplaren van dit display. Zij zijn zeer succesvol in het verkopen van deze *Hortensia*. Soms moeten daar wel twee keer per week planten naartoe.'

Miljoen planten

Jaarlijks verkoopt Van der Peijl ongeveer een miljoen planten. C2, twee liter is daarbij de belangrijkste potmaat. Een gedeelte hiervan, wordt speciaal opgezet voor de doorkweek naar een grotere pot, 5 of 7,5 liter. Volgens Van der Peijl is ook daar een gezonde markt voor, ook al zijn dat planten die in het tuincentrum al gauw meer dan twintig euro moeten kosten.

Anders

Ik loop met Van der Peijl door zijn kas. De kweker legt uit wat zijn motto als ondernemer is: 'Ronald Moerings zei altijd: "Anders doen dan de anderen, dan kun je geld verdienen." De kweker probeert dat met zijn Little Hortensia-merk ook te doen. Van der Peijl is ook zeer succesvol met het kweken van de *Hortensia* Little Lime. Hij heeft de licentiehouder al gevraagd of hij deze soort ook onder zijn eigen lijn mag brengen, maar dat is niet geaccepteerd. Natuurlijk verkoopt de kwekerij niet alleen



Jean Pierre van der Peijl

Hortensia en *Viburnum*. Andere belangrijke soorten zijn *Rhododendron*, *Photinia*, *Ceanothus* en *Ilex crenata* 'Dark Green'. Een belangrijke soort is ook *Hydrangea arborescens*, waarvan Van der Peijl vooral 'Annabelle' en de verbeterde 'Strong Annabelle' kweekt. 'Annabelle' is natuurlijk al jaren een succesnummer voor de moderne tuin en de kweker was aanvankelijk wat sceptisch toen 'Strong Annabelle' op de markt kwam. Maar deze nieuwe soort zou volgens hem echt veel beter zijn dan zijn voorganger. 'Annabelle' had de neiging om na een zware regenbui te gaan doorhangen; met 'Strong Annabelle' zou dat veel minder zijn.

het laden van zijn vracht. Van der Peijl reageert onderkoeld beleefd, maar is tegelijk ook pissig. 'Het zijn altijd dezelfde met een kapotte laadklep. En als er ongelukken gebeuren omdat zij hun zaken niet voor elkaar hebben, krijg ik de rekening gepresenteerd.'

De ondernemer is gelukkig wel zo eerlijk om hier de conclusie uit te trekken: 'Ik ben eigenlijk te druk; ik heb zeker twee mensen extra nodig. Ik maak op dit moment misschien wel zeventig uur.' De vrouw van Jean Pierre van der Peijl, die in het kantoor zit om de boekhouding te doen, hoort dat aan en zegt half spottend: 'Zeventig uur, ja, ja, en het restje.'

Zeventig uur, ja, ja, en het restje

We zijn inmiddels weer terug in het kantoor van de ondernemer. Het bellen gaat gewoon door en tussen alle bedrijven door worden er ook nog orders aangenomen. Logisch. Een interview in Boom In Business is leuk, maar er moeten wel orders geschreven worden; daar is het uiteindelijk om begonnen. In de tussentijd komt er nog een chauffeur vragen of hij wat hulp kan krijgen bij



Be social

Scan of ga naar:

www.BoomInBusiness.nl/artikel.asp?id=23-6701



Van der Peijl Tuinplanten is zeven hectares groot, waarvan ruim twee onder glas.



Voorbeeld Deense kar die klaarstaat voor de keurmeester van een Duitse retailer



Boerenhortensia Rembrandt 'Rosso Glory' (*Hydrangea macrophylla*)



'Ondernemen is leuk, maar dan moet het wel leuk gaan'

Hans Jochems, About Plants Zunder BV: 'Onze heesters zijn top'

Samenwerken in de kwekerijsector is maar voor weinig mensen weggelegd. Het bedrijf About Plants, dat eigendom is van de zwagers Ron van Opstal en Hans Jochems, is daarop een zeldzame uitzondering. Al bijna tien jaar groeit dit bedrijf in omvang en aantal personeelsleden, en de beide moeder-bedrijven lijken daarbij te floreren.

Auteur: Hein van Iersel



3 min. leestijd



Het bedrijf van Jochems draait goed. Dat is in het recente verleden weleens anders geweest. Ondernemer Hans Jochems concludeert tijdens het interview een paar keer dat ondernemen dan ineens veel minder leuk is. Hans Jochems is naast vijftig procent aandeelhouder in About Plants ook directeur-eigenaar van Jochems-van Opstal BV. Acht jaar geleden begon hij met zijn zwager Ron van Opstal van boomkwekerij Ron van Opstal BV een nieuw bedrijf: *About Plants*. Jochems zegt over de reden daarachter: 'We waren allebei te groot geworden om alles nog zelf te doen. We zijn als kweker gestart. Daar ligt onze passie, maar voor de verkoop hebben we een andere oplossing gevonden. Op 1 augustus 2008 kwam Peter Vriends in dienst als eerste medewerker.' Het eerste doel van het nieuwe bedrijf is het leegverkoppen van de twee eigen boomkwekerijen. Daarnaast kan het handelsbedrijf ook actief zelf op zoek gaan naar nieuwe handel. Inmiddels zitten in de commerciële afdeling van het nieuwe bedrijf al vier mensen. Naast Peter Vriends zijn dit Leo Duyndam, die nu ongeveer vier jaar bij de handelskwekerij werkt, Jelle Havermans en Petra Nouws. De aansturing van het bedrijf lijkt bijna vanzelf te gaan: 'Ongeveer iedere vier weken is er een verkoopoverleg, waarin wordt besproken hoe zaken gaan.' Die relaxte manier van samenwerken lijkt ook samen te hangen met de specialismen van de betrokken verkopers. Peter Vriends doet de export en Leo Duyndam doet voornamelijk de veiling. Tussen de regels door blijkt dat beide verkopers daarin hoofzakelijk vrij worden gelaten. Leo Duyndam: 'Als het niet goed is, dan hoor ik het wel. Het blijft

tenslotte hun bedrijf.' Waar het specialisme van Vriends gericht is op handel naar het buitenland, is Duyndam de erkende specialist in verkopen op de veiling. Niet het simpele veilen onder de klok, maar wel via bemiddeling. Hans Jochems is als directeur niet te groot om zijn bewondering voor de kennis en kunde van zijn medewerkers uit te spreken: 'Vooral dat verkopen via de veiling is iets wat wij als Zundertse kwekers nooit zullen leren. Dat is echt een vak dat Leo goed verstaat.'



Het eerste doel van About Plants is het leegverkoppen van de eigen kwekerijen. Dat wil niet zeggen dat de beide aandeelhouders zelf niets meer verkopen. Verre van dat. Zowel Jochems als Van Opstal blijft gewoon direct verkopen aan de eigen klanten, hoewel voor beiden inmiddels meer dan de helft van de omzet via About Plants loopt.

Nieuwe handel

Nieuwe handel is niet zo moeilijk in de tijd waar we nu in zitten, is de stellige mening van Hans Jochems. 'De grootste uitdaging is om nieuwe klanten tevreden te houden.'

Een belangrijk nieuw verkoopargument is de eigen lijn tuinheesters die About Plants begin dit jaar samen met Plantipp heeft opgezet. Dit merk, Topheesters, bestaat uit visueel aantrekkelijke tuinheesters, die zich uitgebreid hebben bewezen op het gebied van winterhardheid, sierwaarde en onderhoudsgemak. Voorbeelden van de heesters zijn *Nandina domestica* 'Obsessed' en *Leucothoe axillaris* 'Curly Red'. Deze lijn Topheesters wordt onder andere via het tv-programma van Rob Verlinden in de markt gezet. Plantipp heeft voor de lijn heesters een aantal bijzondere kwekersrechtelijk beschermde soorten geselecteerd. Hans Jochems: 'Doordat mijn zwager Ron de laatste jaren meerdere nieuwe planten op de markt heeft gebracht weten de bedrijven die licentieplanten op de markt brengen hem ook te vinden.'



About Plants Zundert BV is het samenwerkingsverband tussen boomkwekerij Ron van Opstal BV en boomkwekerij Jochems-van Opstal BV. Op een totaaloppervlakte van 5 ha kas en folie en 20 ha containerveld worden visueel aantrekkelijke tuinplanten van hoogwaardige kwaliteit gekweekt, op basis van 20 jaar ervaring. De doelgroep omvat de zakelijke markt, bestaande uit veilingen, exporteurs, groothandel, tuincentra en buitenlandse afnemers.

De verkoop richt zich op een breed sortiment visueel aantrekkelijke tuinplanten in container: *Abelia, Acer, Buxus, Choisya, Gaultheria, Helleborus, Hydrangea, Leucothoe, Pieris, Skimmia, Viburnum, Nandina, Calluna*, siergras in verschillende soorten en dwergconiferen.



Tevens heeft hij de gave voor het vinden van nieuwe soorten, die aanslaan in de markt. Ik heb daar wat minder talent voor. Het is best lastig om goede soorten te vinden. Wie zit er nu te wachten op de honderdste nieuwe lavendel? Een nieuwe soort moet wel iets toevoegen.'

Overlap

Beide bedrijven kweken visueel aantrekkelijke tuinheesters in pot voor het retailkanaal. Daar houdt

de overlap wel zo'n beetje op. Alleen *Gaultheria*, oftewel bergthee, wordt door beide bedrijven massaal gekweekt.

Hans Jochem heeft er duidelijk weer zin in om te ondernemen. 'Een paar jaar geleden was de zin een heel eind weg, toen de cijfers wat minder waren. Maar nu krijg ik er weer energie van. Zeker nu mijn zoon en dochter interesse in het bedrijf krijgen. Mijn zoon Ruud is werkzaam als hovenier bij hoveniersbedrijf de Seizoenen, en mijn dochter, Ilse Jochems, volgt een studie aan de Has en loopt nu stage bij Plantipp. Dat gaat heel goed. Zij heeft veel nieuwe ideeën over het bedrijf.'



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom-in-Business.nl/artikel.asp?id=23-6702