

'Sense of Nature' maakt van kweker



Van Heesbeen wil de mensen leren hoe ze met hun zintuigen weer planten kunnen beleven door ruiken, voelen, proeven, zien en horen.

gegroeid naar 5,5 ha. Er is 1,4 ha cabrioletkas, 6000 m² Venlokas, 6000 m² huurkas, 1,7 ha containerveld en 2000 m² werkruimte.

"We hebben cabrioletkassen vanwege de hoge eisen van de markt. Onze cabrioletkas kan ver open. Daardoor kweken we geen opgefokte kasplanten, maar leveren we een mooie kwaliteit."

De kwekerij produceert met elf vaste medewerkers ruim veertig verschillende soorten containerplanten in 1,5 en 5 liter potten.

Van Heesbeen kweekt compacte planten door een reeks van teeltmaatregelen, onder andere tijdig terug snoeien, het op maat toedienen van meststoffen en een goede beheersing van de waterhuishouding en het klimaat.

Nieuwe en andere producten

"Doordat we andere of moeilijke producten telen, hebben we minder last van 'concollega's'. Onze planten komen uit de hele wereld. We hebben een netwerkje van kwekers, tuinliefhebbers en hobbyisten. Zelf houden we 'doe-werk'-vakanties met de kinderen. We hebben Europa al afgereisd en zoeken het nu verder weg."

Van de veertig soorten zijn er tien uniek. Drie van de tien hebben ze zelf gevonden: *Euonymus japonica* 'Heespierrolino', *Lavandula stoechas* 'Melanie' en *Ceanotus* 'Graffiti'.

De handel was niet gelijk over alles even enthousiast. "Over bijvoorbeeld de *Euonymus* 'Harlequin' zeiden ze in het begin: de consument denkt vast dat dit plantje ziek is. Wij hadden al veel informatie van de consument en wisten dat de consument de plant wel leuk en apart vond. De handel werd als het ware de storende factor."

De Van Heesbeens stapten daarop naar zowel een aantal tuincentra als een aantal handelaren met een paar lagen van een Deense kar met de afspraak: als jullie ze verkopen, rekenen we af. Als ze niet verkocht worden, mogen jullie ze terug sturen. "Na een week vond iedereen de planten hartstikke mooi. Iedereen kon er geld aan verdienen en wij konden de leveringen bijna niet bijhouden. Dit traject hebben we vele malen herhaald met andere planten."

Tussen 1997 en 2002 maakten ze reclamefolders en etiketten voor planten, waar ze veel vertrouwen in hadden. In 2001 mondde dit uit in I.D.-plant. "We gaven de

consument op het etiket meer gebruiksideeën mee. De sector nam het idee met sfeerbeelden al snel over en wij besloten iets anders te gaan doen. We hebben er drie jaar veel ervaring mee opgedaan, gekeken wat goed en fout liep en hoe we het zouden kunnen verbeteren."

'Sense of nature'

Dat andere werd het concept 'Sense of Nature'. De kweker plaatst zich daarmee als het ware aan het begin van een nieuw tijdperk. "De nieuwe vrijetijdsbesteding op en rond het huis is tuinieren, natuur en genieten van bloemen en planten. We willen de mensen leren hoe ze met hun zintuigen weer planten kunnen beleven door ruiken, voelen, proeven, zien en horen. Het is toch onvoorstelbaar dat we met zijn allen protesteren dat er bomen gekapt moeten worden voor een vliegveld, terwijl we onze eigen achtertuin volleggen met stenen. Als we alle achtertuinen volzetten met planten, hebben we cultuur-natuur rondom het eigen huis, met vlinders, bijen en vogels."

In het concept 'Sense of Nature' hebben ze de ideeën voor vijf zintuigen uitgewerkt. Als doelgroep kozen de beide ondernemers voor de consument die graag in de tuin werkt, een beetje groene vingers heeft, de tuin als een stukje eigen natuur ziet en graag verandert naar een stukje eigen belevingswereld. Voor de afzet kiezen ze de bovenkant van het segment bij de tuincentra.

"Wij hebben een tuincentrumconcept ontwikkeld dat aansluit bij de consument. Het helpt het tuincentrum om een positie te bepalen in de markt en biedt de kennisoverdracht waarom wij dit plantje zo mooi vinden."

Samenhang

Voor de ontwikkeling van 'Sense of Nature' en mogelijke andere concepten in de toekomst is het bedrijf ANA3 BV opgericht. Ad van Heesbeen tekent op een sheet schematisch hoe alles met elkaar samenhangt.

Centraal staat ANA3 (Annemarie&Ad en drie kinderen én 1+1=3). "ANA3 is ketenregisseur voor een vers product. Iedere dag verse melk is niet zo moeilijk. Wij komen ieder seizoen met nieuwe planten.

een ketenregisseur

Dat is een stuk lastiger", legt hij uit. "Vandaar dat we een merk hebben neergezet. Bij het merk 'Sense of Nature' gaat het om het opbouwen van vertrouwen. Het merk is vanaf juni 2005 wereldwijd beschermd."

Hulp op de achtergrond is Elsman International Consultants. Zij begeleiden niet alleen ANA3, maar ook de bedrijven die met ANA3 zaken doen.

In het schema staan de kwekers die de planten gaan leveren vóór ANA3. Een van die bedrijven is kwekerij Van Heesbeen. Maar er leveren nog zes kwekerijen planten voor het merk. Met deze kwekerijen zijn duidelijke afspraken gemaakt. Zij mogen bijvoorbeeld de noviteiten alleen voor 'Sense of Nature' kweken in aantallen, die vooraf in gezamenlijk overleg zijn afgesproken. Ze moeten een zekere kwaliteit leveren. ANA3 regelt de afzet."

Helemaal vooraan in het schema staat Van Heesbeen Cultures BV, waar de 'nieuwe' planten vandaan komen. De nieuwe planten worden uitgetest op de eigen kwekerij of op een van de aangesloten kwekerijen. Ná ANA3 staan de dealers en/of exporteurs in het schema. Deze beleveren de tuincentra. De ondernemer heeft een heel handboek ontwikkeld, waarin zijn conceptontwikkeling staat beschreven. Daarmee geeft hij de deelnemende tuincentra de achtergronden van het concept en de afspraken hoe ze met het concept moeten omgaan.

Het bedrijf ANA3 sluit contracten met de dealers en de individuele tuincentra. "Zij betalen een inleg en wij bieden ze de promotie-artikelen die nodig zijn voor het concept en de exclusiviteit."

Vijf jaar verder

Het concept is vorig jaar bedacht en in augustus gepresenteerd door Rob Verlinden bij Bloem&Tuin 2005. Na de bekroning in augustus op Plantarium met de beste nieuwigheid is het concept getest bij 36 Nederlandse tuincentra. "Het positieve resultaat heeft ertoe geleid, dat we dit jaar maart met een veelvoud van geselecteerde tuincentra in Nederland en ons omringende Europese landen van start gaan."

Na het hele verhaal over ANA3 lijkt de kwekerij van enorme ontwikkeling van



De cabrioletkas kan ver open. Daardoor kweekt Van Heesbeen geen opgefokte kasplanten, maar levert hij een mooie kwaliteit planten.

uit het niets, een klein radertje in een groot geheel te zijn. De ondernemer weet echter goed waar hij over vijf jaar wil staan. "Kwekerij Van Heesbeen zit nog steeds op deze plek en is op een gezonde manier doorgroeid. De kwekerij wordt onder goed management gerund. 'Sense of nature' heeft tegen die tijd een volledige Europese dekking. Daarnaast kunnen er andere merken of ideeën staan. We denken vanuit ANA3 met ongeveer veertig kwekers samen te werken. Het logistieke deel zit dan hoogstwaarschijnlijk op een andere locatie."

Vanuit het niets bouwden Annemarie en Ad van Heesbeen een moderne kwekerij op. Onder de naam Van Heesbeen Cultures BV zoeken ze naar nieuwe en onderscheidende planten. Daarnaast richtten ze ANA3 op als ketenregisseur om bijzondere producten onder het merk 'Sense of nature' op de markt te zetten. ANA3 is bedrijfsoverstijgend omdat het de planten van diverse kwekerijen onder het concept gaat afzetten.

SAMENVATTING

Kamerstraatjes

Zelden zag ik zo'n overeenstemming, zelden waren ze het zo ontzettend eens, 150 kamerleden zongen in koor hun lof over het RWI. Ze rolden over elkaar heen in hun haast de minister te manen om met spoed het voorstel over te nemen. Het voorstel de regelgeving rondom de Witte Werkster grondig te herzien en terug te brengen tot nul.

Sinds 1995 bestaat er al zo'n "Witte Werkster" regeling, ingesteld om de huishoudelijke hulp bij particulieren te "witten". Dit leidde er toe dat deze hulp werd aangeboden voor zo'n 12 euro per gewerkt uur inclusief alles. Er werd dus enkel betaald voor de tijd dat iemand bij u poetst of maait, zonder bijkomende kosten. De opzegtermijn is 1 week. Een compleet geliberaliseerde arbeidsmarkt, "het kan dus wel" denk je dan.

Maar toch, het was nog lastig want er moest een formuliertje ingevuld en wat belasting betaald. Dat vonden de Kamerleden en de werksters maar niets. Als je de berichtgeving rondom het project de afgelopen tien jaar volgt, dan zie je een terugkerend patroon van roep om vereenvoudiging, en... "Vooraf niet afschaffen". De Kamer vroeg afgelopen september het RWI een alternatief te ontwikkelen voor deze regeling, "omdat ze in de praktijk nooit goed heeft gefunctioneerd". RWI, opeens razendsnel, presenteerde eind januari haar plan.

De kern is "lekker door witten" en 500 euro per maand vrij van belasting, lasten en papierwerk. PvdA-kamerlid Jet Bussemaker kan daar wel wat mee en noemt het een "enorme doorbraak". RWI-voorzitter Van Zijl geeft toe dat het in feite niets meer is dan het legaliseren van iets wat tot nu toe illegaal was. Het "onthypocritiseren" van een bestaande situatie.

Beetje een opmerkelijk contrast met de even kamerbreed gedragen illegalenjacht in de tuinbouw vindt u niet? Zal dat nu komen omdat de Kamerleden zelf een paar WW'tjes hebben? Of denkt u dat dit verschil in aanpak "toevallig" is? Of dat het misschien zelfs het begin van een nieuwe trend zal zijn? Als dit laatste het geval is, dan is Den Haag voorlopig nog niet klaar, er valt er in ons land nog enorm veel te "onthypocritiseren"!

Hans@JdeVries.nl

Potplantenkweker uit De Kwakel