

Pools tuincentrum benader

Met een nieuw tuincentrum aan de rand van Warschau wil het Poolse sierteeltconcern Vitro Flora Group/OwiPlant de consument op conceptmatige wijze verleiden tot aankopen. "We spiegelen ons aan IKEA", zegt directeur Konrad Pawlak. Vandaar naast planten en bloemen ook veel 'hardware' en een fraai restaurant. Want ook voor de Poolse consument is winkelen steeds vaker een vorm van vrijetijdsbesteding.



Konrad Pawlak: 'we moeten inspelen op de eindconsument'

Tekst en foto's: Gerrit Wildenbeest

Het Poolse sierteeltbedrijf Vitro Flora Group/OwiPlant, is een onderneming met vele vertakkingen. De ouders van de jonge directeur Konrad Pawlak zijn al sinds 1977 actief in de tuinbouwbranche. Eerst in de groentenproductie, later in de bloemen met de

nadruk op anjers en gerbera's. In 1987 startte vader Pawlak - in het bezit van een academische tuinbouwopleiding - ook een weefselkweeklaboratorium, dat al spoedig exporteerde naar veel landen en tegenwoordig eveneens een vestiging in Bulgarije heeft. "In de jaren tachtig floreerde de tuinbouw in Polen enorm, verschillende productiemaatschappijen ontstonden toen", vertelt

Konrad. "Maar de meeste bedrijven leefden op te grote voet, in plaats van dat ze zinvolle investeringen deden". Toen na de omwenteling in de eind jaren negentig Polen in een crisis raakte, legde menig bedrijf het loodje. Zo niet het familiebedrijf van de Pawlak's, dat zich op basis van gezonde spaarzin verder ontplooidde.

VOORJAARSEIZOEN

Naast snijbloemen werd men ook actief in de groothandel van potplanten, landscaping en de productie van jonge planten, waarvan er veel op licentie van hun Hollandse of Duitse eigenaren worden geteeld. Dat gebeurt ondermeer onder 25.000 vierkante meter glas. Daarnaast bezit het gelieerde bedrijf Owiplant (waarin de Pawlak-familie grootaandeelhouder is) bij Poznan nog eens een kasareaal van 7 hectare, terwijl er men in Trzemeszów ook nog een farm annex kwekerij heeft van 200 hectare. Het merendeel van de geteelde producten ging en gaat naar het buitenland, maar een deel werd onder de naam Primaflora geteeld voor een vijftiental tuincentra. Ondertussen was vader Pawlak als aandeelhouder van OwiPlant, betrokken bij een tuincentrum annex kwekerij in de buurt van Warschau. Dat rendeerde echter weinig, waardoor het idee ontstond op deze plek aan de rand van Warschau een eigen tuincentrum te vestigen. In een razend tempo werd hier



Prima Flora richt zich op de beter verdienende middenklasse

rt klanten conceptmatig



De inrichting moet de klanten een totaalbelevnis bieden

vanaf december 2008 het tuincentrum onder de naam Primaflora uit de grond gestampt, dat uiteindelijk net op tijd voor het voorjaarsseizoen 2009 open kon worden gesteld.

VERLEIDEN

“Een eigen tuincentrum is helemaal nieuw voor ons”, zegt Pawlak. “We waren altijd actief in de productie, nu moeten we inspelen op de eind-

consument.” Tijdens een rondleiding in het splinternieuwe tuincentrum van 5600 meter oppervlakte, blijkt echter dat er zeer goed is nagedacht over de opzet. “Veel Poolse tuincentra zijn seizoensgebonden, wij willen jaarrondklanten trekken. We hebben ons gespiegeld aan het Ikea-concept”. Dat betekent naast planten, bloemen, en boomkwekerijproducten ook veel decoratief materiaal en ‘hardware’ in de vorm van tuinmeubilair et cetera. Er is een modern restaurant en zelfs een kleine levensmiddelenwinkel. “We gaan uit van de klant, we willen hem een aangename tijdspassing geven, in de hoop dat hij en passant verleid wordt tot kopen”. Wat de groene

producten betreft komt een deel van de eigen productiebedrijven. Veel potplanten worden geïmporteerd uit Holland. “Dit jaar hebben we met bol-op-pot artikelen goede zaken gedaan, het was goede business”. De boomkwekerijproducten komen veel uit Polen zelf en uit Duitsland, terwijl het decoratieve materiaal merendeels van Chinese herkomst is. Primaflora mikt qua kwaliteit en prijsstelling op de beter verdienende Poolse middenklasse. Maar met prijsacties wordt ook de minder koopkrachtige Pool gepaaid. “Je hebt ook hen nodig. We horen van klanten vaak dat we goede producten en goede prijzen hebben”, zegt Pawlak.



Een display met droogverkoopartikelen



Vanuit het tuincentrum kan het publiek een kijkje nemen in de kas

Poolse Clematisspecialist combineert wetenschap en commercie

Dat wetenschap en commercie zelden een gelukkige combinatie vormt, wordt weersproken door de levensloop van de Poolse ondernemer Szczepan Marczyński. Hij is eigenaar van een wereldwijd bekende clematiskwekerij en heeft daarnaast vele wetenschappelijke artikelen over Clematis geschreven.

Tekst en foto's: Gerrit Wildenbeest



Szczepan Marczyński: 'de markt groeit niet vanzelf'

Het is een wel meer voorkomende figuur in voormalige Oostbloklanden: wetenschappers die in het communistische tijdperk op enig moment een eigen bedrijf zijn begonnen. Misschien omdat ze daar beter dan in hun universitaire staatsbetrekking hun creativiteit kwijt konden, omdat ze meer dan anderen de juiste buitenlandse contacten hadden, of misschien ook als aanvulling op hun inkomen. D. Sc. Szczepan Marczyński is een voorbeeld van zo'n type wetenschapper. Hij studeerde in 1969 af in de tuinbouw aan de agrarische universiteit van Warschau, aan de zelfde universiteit haalde hij in 1974 een doctorsgraad. Daarna werkte hij vanaf het midden van de jaren zeventig tot halverwege de jaren negentig als docent aan deze universiteit met uitstapjes naar de Cornell University in Amerika (1977-78) en het toenmalige Proefstation voor de Boomkwekerij te Boskoop (1987-1988). Marczyński heeft een vijftiental wetenschappelijke artikelen op zijn naam staan, naast meer dan

honderd populaire-wetenschappelijke verhalen in vele tijdschriften. Onderwerp in vrijwel alle gevallen: Clematis.

EXPORT

In 1988 begon hij naast zijn wetenschappelijke activiteiten een clematiskwekerij annex groothandel aan de rand van Warschau. "In het begin was dat niet meer dan 400 vierkante meter, in 1995 konden we het perceel kopen waar we nu zitten, in totaal 10 hectare. Momenteel hebben we daarvan 6 hectare in gebruik voor de productie, waarvan 8000 vierkante meter bedekte teelt. We hebben gekozen voor plastic tunnels, de isolatie is minstens zo goed als bij glas en de bouw is voordeliger". Bovendien vinden er in de winter geen productieactiviteiten plaats, de tunnels worden puur gebruikt voor de overwintering van de potten Clematis. Het bedrijf telt 40 medewerkers. De kwekerij omvat 250 verschillende Clematissoorten, die als potproduct (p7, p9 en containers C2/14 cm) en als

droogverkoopartikel ('bare rooted') verkocht worden. De aflevertijd voor de potten begint in augustus met de nadruk op september en oktober. Jaarlijks komen er nieuwe cultivars bij uit de veredelingsafdeling van het bedrijf. Eigen cultivars zijn ondermeer 'Julka', 'Hania' en de dubbele 'Mazury'. "We exporteren naar 32 landen, ook naar Nederland, de Verenigde Staten en Japan". Bijna de helft van de productie wordt geëxporteerd. Marczyński ziet ook perspectief in de Clematis als snijbloem.

PROMOTIE

Marczyński en zijn partner Wladyslaw Piotrowski doen veel aan promotie. Er wordt een prachtige kalender en catalogus uitgegeven en Marczyński is een graag gezien gast in diverse tuinprogramma's op de Poolse tv. Het bedrijf is verder aanwezig op diverse binnen- en buitenlandse shows, zoals IPM Essen en Plantarium. "In september gaan we ook naar Moskou. De markt groeit niet vanzelf".



Klaar voor de verkoop



Containervelden Clematis buiten



Plastic tunnels voldoen goed

Stevig geworteld in Polen

Ruim 20 jaar heeft het weefselkweekbedrijf Vitro Westland BV al een vestiging in Polen, waar jaarlijks vele miljoenen plantjes 'gesneden' worden. Tezamen met de vestiging in het Turkse Antalya is zo'n tachtig procent van de weefselkweekproductie van Vitro Westland BV afkomstig uit het buitenland; slechts twintig procent is nog afkomstig van de Nederlandse thuisbasis. "De goedkope arbeid was de belangrijkste reden om ons hier te vestigen", vertelt directeur Marcel Zimmerman.



Marcel Zimmerman: 'afharden wordt belangrijker'

Tekst en foto's: Gerrit Wildenbeest

In de weefselkweek is arbeid een belangrijke kostenfactor. Dat wordt direct aanschouwelijk gemaakt bij ons bezoek aan de vestiging van Vitro Westland BV in Warschau (Vitro Warszawa sp. Z 0.0). Zo'n 40 Poolse dames zijn daar bezig met de snijwerkzaamheden. Ze komen merendeels niet uit Warschau zelf maar uit de plattelandsomgeving op zo'n 80 kilometer afstand, vertelt directeur Marcel Zimmerman. Grondlegger van Vitro Westland Dirk van Erven zag bij zijn eerste bezoek in 1988 meteen de mogelijkheden van een nevenvestiging in Polen. In 1989 - ten tijde van de val van het communistische regime - werd het eerste lab van 1100 vierkante meter gebouwd. Momenteel omvat het totale complex naast het lab een kassencomplex waarvan een deel wordt gebruikt voor het afharden van de planten. "We zijn begonnen met gerberas", herinnert Marcel Zimmerman zich. "Daarvan lag de piek vooral

in het voorjaar". Al spoedig ging het bedrijf zich meer richten op vaste planten, eerst de grotere soorten als Hosta en Hemerocallis, later voor een groot aantal andere, vaak in licentie geweeffelde, vaste planten. "Daardoor zijn we van de pieken af en kunnen we ons personeel beter jaarrond aan het werk houden". Ook wordt er veel gedaan in Phalaenopsis. Daaruit is in 2004 VE Orchidee ontstaan, dat in Nootdorp een eigen sortiment orchideeën produceert. In Polen wordt het VE sortiment tot een halffabriek opgekweekt. Vervolgens vindt bij VE in Nootdorp de opkweek tot klantgereed eindproduct plaats. De hele keten is op deze manier in eigen hand.

KLIMATEN

Werd in het begin in de Poolse vestiging alleen geweeffeld, door het afharden van diverse planten en voor diverse opdrachtgevers erbij te nemen, is een stukje extra toegevoegde waarde gecreëerd. Daartoe zijn in het kasgedeelte

diverse klimaatzones ingericht. "Het labgedeelte zal voorlopig niet verder uitgebreid worden, we denken wel dat de vraag naar afharden zal toenemen", zegt Marcel. Alle productie gaat naar Nederland - Vitro Westland gaat nieuw bouwen in Nootdorp - dat als distributiecentrum fungeert. Het inzetten van nieuwe soorten gebeurt ook merendeels in Holland. Marcel, die vanaf het begin bij de Poolse vestiging betrokken is en vloeiend Pools spreekt, blijft bezig met het zoeken naar kostenbesparingen. Zo is hij aan het experimenteren met Led-verlichting, wat in theorie een forse energiebesparing oplevert. Energie is naast arbeid de tweede grote kostenpost. Daarom is hij zeer gelukkig dat voor de komende winter een aardgasaansluiting gereed is. In de strenge afgelopen winter met temperaturen tot minus 28 graden Celsius moest nog verwarmd worden met propaan/butaangas dat drie keer zo duur is als aardgas. "We hebben toen in de koudste periode in zes dagen tijd 22.000 liter verstuoft".



Arbeid is in de weefselkweek altijd een grote kostenpost



Met toename vaste planten meer jaarrond werk