

# ‘Steeds sneller en op maat l

Het is geen alledaags beeld in economisch zwaardere tijden: nieuwbouw. In het Brabantse plaatsje Molenschot wordt momenteel de laatste hand gelegd aan 1,3 hectare kassen. Ruimte die Snepvangers Tuinplanten nodig heeft om het aanbod heesters in pot kwijt te kunnen en om efficiënt te kunnen werken. Stephan Snepvangers (37), die het bedrijf in 2006 van zijn ouders heeft overgenomen, speelt in op de toenemende vraag naar flexibiliteit.

Tekst: Jeannet Pennings  
Foto's: René Faas

**T**erwijl de kassenbouwers nog rondlopen, is ook het afleverseizoen van de najaarsproducten in volle gang bij Snepvangers Tuinplanten. Als we Stephan opzoeken op zijn bedrijf aan de Rimpelaar in Molenschot treffen we dan ook een boomkwekerij in actie aan. “Onze focus ligt op het najaar”, legt Stephan uit. “Wij telen groenblijvende, visueel aantrekkelijke heesters in potten. De hoofdteelt is Skimmia, goed voor de helft van onze omzet. Het voorjaarsproduct Camellia vormt de tweede teelt. Daarnaast zijn Viburnum tinus, Nandina, Pieris, Leucothoe en Photinia belangrijke gewassen. Met name Nandina, een compacte plant die in het najaar knalrood kleurt, is een teelt die we komende jaren zullen uitbreiden. We hebben een aantal nieuwe variëteiten en zijn een van de weinige boomkwekers die deze

telen. Alle producten die we afzetten, in totaal zo'n veertig verschillende soorten, proberen we in een zo breed mogelijk assortiment aan te bieden. Skimmia kunnen we bijvoorbeeld van p9 tot 3 literpot leveren. De kleinste maten worden veel gebruikt in potjes en kerststukjes.”

## FOLIEKAS

De meeste producten die bij Snepvangers van het erf gaan zijn twee jaar oud. Het assortiment wordt op 6 ha grond geteeld, waarvan 3 ha 'glas'. Stephan: “Een deel van onze kassen was verouderd; we konden er qua ruimte en automatisering niet meer mee uit de voeten. Uiteindelijk zijn we afgelopen voorjaar gestart om dit deel te vervangen voor 13.000 vierkante meter foliekas. We hebben gekozen voor folie, omdat dit meer UV-licht doorlaat dan glas en dat is vooral voor de najaarsproductie belangrijk.” Ongeveer tweederde van Snepvangers' omzet wordt gehaald uit de najaarsproducten, een zorgvul-

dige afweging. “We zien dat er in de najaarsmarkt meer ruimte is voor visueel aantrekkelijke producten dan in het overvolle voorjaar. De concurrentie in het voorjaar is veel groter door onder andere perkgoed en bollen op pot. 's Winters daarentegen kunnen we nog veel doen, vooral voor het terras en balkon. Deze worden steeds meer gezien als een verlengstuk van de huiskamer. Er zijn verschillende producten die hier heel geschikt voor zijn en kou nodig hebben.”

Stephan is sinds 2006 de volledige eigenaar van Snepvangers Tuinplanten. Een kleine tien jaar geleden besloot hij de overstap naar het bedrijf van zijn ouders te maken en daar heeft hij geen moment spijt van gehad. “Het bedrijf is nu 27 jaar oud, ik ben er dus mee opgegroeid. De interesse in de boomkwekerij had ik al. Tijdens mijn studie Plantenteelt in Wageningen heb ik echter veel onderzoek gedaan en ben ik in het veredelingsvak terecht gekomen.

## ‘Wat men vandaag bestelt moet gisteren afgeleverd zijn’

Dat vond ik heel interessant, en nog steeds. Ik heb drie jaar bij Enza Zaden gewerkt als celbioloog. Dat was heel specialistisch en leuk, maar ik was te veel in het laboratorium bezig en niet in de kas. In 2001 heb ik daarom besloten de zaak van mijn ouders over te nemen. We hebben een plan uitgezet om in vijf jaar tijd de overname te realiseren – die tijd heb je ook nodig – en in 2006 was dit een feit. Waarom mijn keuze? Je bent als boomkweker heel praktisch bezig. Bovendien heb je met een eigen bedrijf alle mogelijkheden. Met alleen kweker zijn red je het tenslotte niet.”

## NA-IJLEN

De jonge ondernemer werkt met 14 man vast personeel, waarvan zes fulltime, en 's zomers schakelt hij de hulp in van vakantiekrachten. “Dat is voor ons een piekperiode qua werkdruk. We maken nagenoeg alle stekken zelf en hebben daarvoor bijna jaarrond een stekafdeling met vier werknemers. In de zomer worden alle Skimmia's gestekt. Als die piek voorbij is begint het afleverseizoen met september als drukste maand. Oktober is wat rustiger en nu (november) leeft de handel weer enigszins op richting kerst.” Over de handel is Stephan positief gestemd, zeker gezien de economische ontwikkelingen. “2009/2010 was voor ons een heel goed seizoen en dit jaar verloopt tot nu toe ver-





# everen'



Stephan: 'Als de economie aantrekt zal de crisis misschien na-ijlen in onze branche'

gelijkbaar. De crisis is nog niet merkbaar. Mensen stellen vakanties en grote aankopen uit, maar besteden juist meer aandacht aan gezelligheid in en rond het huis. Als de economie weer aantrekt zal de crisis misschien nog wel na-ijlen in onze branche. Dat zag je althans ook na de recessie in de jaren '80. Het is dus belangrijk om te zorgen dat je onder de aandacht blijft bij je klanten. Dat doe ik onder andere op Plantarium en onlangs op de FloraHolland Trade Fair. Het draait op deze beurzen niet zozeer meer om directe verkoop, zoals vroeger, maar om het spreken van bestaande en nieuwe relaties."

De heesters van Snepvangers gaan voor een groot deel rechtstreeks naar tuincentrumketens in de Benelux. De rest vindt zijn afzet via de export (70%) en de bloemenveilingen (10%). Belangrijkste afzetlanden zijn volgens de ondernemer onze buurlanden. "Engeland was jaren het belangrijkste afzetland, maar dat verschuift langzaam naar Frankrijk. Oorzaken zijn de crisis en de koers van het pond. Onze producten die altijd goedkoper waren, zijn nu te duur, dus gaan Engelse kwekers meer zelf telen. Gelukkig trekt de export wel weer iets aan. Kansen komende jaren liggen er volgens mij in Oost-Europa. Zeker voor Skimmia, een winterhard artikel. Overigens ben ik niet van

plan verder te groeien met deze teelt. De markt is aardig verzadigd - een paar jaar geleden is de teelt opgepakt door veel potplantenkwekers in het Westland - en uitbreiding past niet binnen onze bedrijfsactiviteiten. Zowel qua afzet als arbeid hebben we momenteel een goede spreiding binnen het bedrijf. Zoals gezegd focussen we nu meer op een product als Nandina, dat veel potentie heeft."

### NIEUW LABEL

Om nieuwe producten extra onder de aandacht te brengen heeft Stephan een nieuw label opgezet. Onder de titel 'Enjoy Your Choice' probeert hij nieuwe en onbekende producten voor balkon en terras onder de aandacht te brengen bij zijn afnemers. "Het is voor mij een platform om bepaalde (nieuwe) producten te introduceren. Nu vallen hier onder andere twee soorten Rhaphiolepis onder. Dit zijn heesters die in het voor- en najaar bloeien met witte en roze knoppen. Zodra deze en nog drie andere producten via 'Enjoy Your Choice' de nodige aandacht hebben gekregen, schuiven ze door naar ons reguliere assortiment. De bedoeling is om elk jaar andere producten achter het label te zetten. Voor 'Enjoy Your Choice' heb ik promotiemateriaal en een website laten ontwikkelen en deze afgelopen jaar geïntroduceerd. De reacties zijn erg goed."

December en januari zijn doorgaans rustige maanden op de kwekerij in Molenschot. Met een strenge winter ligt de handel stil. In het vroege voorjaar trekt deze nog wat aan voor producten als Camellia en Skimmia. De echte drukte begint pas met de afzet van de voorjaarsproducten. "De meest hectische periode", zegt Stephan. "En dat terwijl dit maar een derde van onze omzet betreft. Het komt doordat de leveringstijd veel korter is. Bepaalde soorten van Pieris zijn van week 15 tot en met 17 op z'n mooist, dus moeten ze in korte tijd de deur uit. Tegelijkertijd zijn we in het voorjaar bezig met het oppotten van veel planten." Volgens de jonge kweker maakt de voorverkoop plaats voor de daghandel. "Alles moet steeds sneller en op maat geleverd worden. Wat vandaag besteld wordt, wil men gisteren nog hebben. Dankzij onze eigen vermeerderingsafdeling kunnen we makkelijk schuiven met personeel en dus op de vraag inspelen. We zijn erg flexibel, waardoor we tuincentra die wekelijks bestellen goed kunnen bedienen. Een groeiend afzetkanaal voor boomkwekerijproducten is de retail. Ons bedrijf is hier echter niet op ingericht. We kunnen niet voldoende op prijs concurreren en hebben de aantallen er niet voor. Toch zie ik het niet als bedreiging. Supermarkten en bouwketens trekken een ander koperspubliek. Het verbreedt juist de markt."