

Het is herfst, tijd om te shoppen. Geen broeken, truien of andere kledingstukken, maar bollen. Hiervoor hoeven we onze luie stoel niet meer uit, want steeds meer kwekers verkopen hun producten via webshops direct aan de consument. Wat beweegt hen en wat komt er allemaal bij kijken? In deze serie een kijkje achter de schermen van diverse webshops met dit keer Hein Meeuwissen uit Voorhout aan het woord.

Tekst: Jeannet Pennings
Foto's: René Faas

bloembollen bij een specialist, waar zij verzekerd zijn van soortechte producten van goede kwaliteit."

Als bloembollenkweker is Hein Meeuwissen actief bezig met de vermarketing van zijn producten. Je moet namelijk altijd een stap verder kijken, vindt hij. Alleen bollen telen is de kunst niet. En dus nam Hein zo'n drie jaar geleden de postorderhandel van Rita van der Zalm over. De consument, de eindgebruiker van zijn bloembollen, werd een serieuze doelgroep. Om die afnemers nog beter te kunnen bedienen, werd vorig jaar de webshop op meeuwissenvoorhout.nl gelanceerd. "Het eerste jaar liep al een kleine 20 procent van de bestellingen digitaal", vertelt de ondernemer. "Inmiddels worden zes van de tien orders via onze webshop geboekt, een enorme groei. De webshop versterkt de catalogus en andersom. Op zijn beurt versterkt de kwekerij de hele afzet. In deze nichemarkt kopen mensen graag

KLEINE BOLLEN
Op zo'n 7 hectare grond teelt H.M. Meeuwissen in Voorhout vooral kleine bolgewassen. Het bedrijf heeft een focus op miniatuurnarcissen en kleine tuintulpen, zo laat Hein weten. "Mijn vader Henk is al op zijn achttiende begonnen met de teelt. Een hobby waar hij niet van hoefde te leven, maar die wel leuk geld opbracht. Daarmee kon mijn vader zich inkopen in het loonbedrijf van zijn broers. Als loonwerker kwam hij vaak bij vooraanstaande bollenkwekers die hem nieuwe en speciale soorten aanboden. Op die manier is de bollenkraam door de jaren heen uitgebreid met veel leuke dingen." Op zijn 50e heeft Henk Meeuwissen het loonbedrijf van de hand gedaan om zich volledig op de bollenteelt te kunnen storten. Zoon Hein kreeg de passie voor kleine bloemen met



Hein Meeuwissen: "Kwaliteit en betrouwbaarheid staan voorop."

'Zorgen da

de paplepel ingegoten. Ook hij maakte er zijn hobby van en teelde al op jonge leeftijd zijn eigen bollen.

Het besluit om bij zijn vader in het bedrijf te stappen viel voor Hein pas later. "Ik heb eerst onder andere vijf jaar bij een exporteur gewerkt, iets wat meer kwekers zouden moeten doen. Het is dé manier om inzicht te krijgen in de handel en te zien wat je klant wil. Hij is ten slotte een beetje koning." Zestien jaar geleden startte de ondernemer op het ouderlijk bedrijf. De kwekerij omvatte toen zo'n 50 soorten tulpen en 50 soorten narcissen, aantallen die nu verdubbeld zijn. "Via www.narcissen-site.nl verkopen we samen met PC Nijssen meer dan 200 narcissen uit de 'hobbycollectie'. De eigen teelt heb ik teruggebracht van 9 naar 7 hectare door kritisch naar het sortiment te kijken. Ik heb keuzes gemaakt. Als kweker moet je je brood kunnen verdienen en sommige dingen kun je dan beter aan een ander overlaten. Het telen van bollen is op zich niet zo moeilijk, het





in voorop, de prijs komt daarna pas'

at je gezien wordt'

verkopende te meer. Daarom zoek ik samenwerking met andere kwekers. Zij telen de bollen, ik verkoop ze."

GEZIEN WORDEN

Terwijl de eigen kwekerij qua oppervlakte gekrompen is, is het handelsassortiment van H.M. Meeuwissen breder geworden. De najaarscollectie telt bijna 300 cultivars, waarin het hele droogverkoopssortiment vertegenwoordigd is, en de voorjaarscollectie zo'n 200 soorten zomerbollen en vaste planten. Consumenten hebben drie mogelijkheden om aan al dit moois te komen: bestellen via de catalogus, online via de webshop of kopen op een markt. Dat laatste is waar de particuliere verkoop van Meeuwissen ooit mee begon. "We stonden voorheen alleen op de Bollenmarkt op Keukenhof. Verder stuurden we particulieren door naar onze afnemers Rita van der Zalm, PC Nijsen, Van Tubergen en anderen. Met de overname van de postorderhandel van Rita van der Zalm is de vermarkting om de hoek komen

kijken. Je moet zorgen dat je gezien wordt. Of mijn bestaande afnemers – postorderbedrijven en exporteurs – nu concurrenten zijn? Nee, ieder heeft zijn eigen markt. We vullen elkaar juist aan en gebruiken elkaars sterke punten."

H.M. Meeuwissen is jaarlijks present op een groot aantal markten, variërend van de Hortus in Leiden tot de Boschhoeve in Wolfheze. "Het leuke van zo'n markt is het contact met klanten, dat werkt van alle kanten positief", zegt Hein. "Ik leer van de ervaringen van klanten en andersom kan ik mijn kennis met hun delen. Daar kun je je als kweker mee onderscheiden. Ik zie de markten en beurzen als waardevolle aanvulling op onze catalogus en webshop. En ik hoop dit over 20 jaar nog te kunnen doen, ondanks de opkomst van het internet. Tegelijkertijd blijven we onze webshop ontwikkelen en optimaliseren. Het is van toegevoegde waarde op onze handel en biedt groei mogelijkheden. Een webshop is snel en makkelijk bereikbaar. De kinderziektes zijn er inmiddels uit en we zien het

aantal bestellingen in de webshop groeien. Het is niet ondenkbaar dat straks 80 procent van de orders digitaal gaat. Voorlopig zie ik de catalogus echter niet verdwijnen. Zoals gezegd vult het elkaar aan. Mensen willen in hun stoel rustig de catalogus bekijken en gaan daarna op internet hun bestelling plaatsen. Bovendien is er nog altijd een groep die de bestellijst in de catalogus gebruikt en dat zijn niet alleen 70-plussers."

MOOISTE BAAN

Volgens Hein is zijn webshop goed te combineren met de kwekerij. De orders worden klaargemaakt in perioden dat het rustiger is met afleveren aan groothandels. De ondernemer heeft er veel plezier in. "Ik heb de mooiste baan van Nederland en zou niets anders willen. Het is leuk om op deze manier meer uit je eigen kwekerij en product te halen."

.....

'Een webshop is snel
en makkelijk
bereikbaar'

.....

Alleen maar bezig met de teelt en op tijd leveren aan de export paste mij niet meer. Er moet steeds vroeger geleverd worden, waarbij soms vergeten wordt dat we met natuurproducten werken. Met onze postorderhandel is het anders. Als andere kwekers klaar zijn op 15 augustus met de verwerking en het afleveren, begint het bij ons pas met de kleine klusjes. We maken alles op maat klaar en pakken de bollen kort van tevoren in om de kwaliteit te kunnen waarborgen. Momenteel verwerken we 40 tot 50 orders per dag met een waarde van gemiddeld 80 euro. Het is een nichemarkt; van sommige soorten zijn er maar 500 stuks te verkopen." Omdat het in de postorderverkoop vaak om kleine aantallen gaat valt de medewerking van kwekers volgens Hein helaas niet altijd mee. Ook al maakt de prijs hem niet uit. "Dat is jammer, want het is goede promotie voor het product. Het zijn echte liefhebbers die bij ons kopen, vaak de trendsetters op tuingebied. Voor deze kopers is de prijs naar mijn idee nauwelijks een issue. Zij kiezen bewust uit wat ze willen hebben. Kwaliteit, vertrouwen en soortechte producten zijn daarbij het belangrijkste, de kosten komen daarna pas. De prijs speelt veel meer in de supermarkthandel. Voor die markt kan ik niet produceren, dat is een keuze die ik heb gemaakt. Naar mijn idee zou het bollenpak zich ook minder moeten focussen op de prijs en meer op het product en de vermarkting ervan. We moeten ons veel meer beseffen dat we een prachtig Hollands product in handen hebben dat enorme uitstraling heeft, ook in het buitenland. Dat moeten we benutten."