

# ‘Een webshop vol beroemd

De donkere dagen voor kerst zijn aangebroken; de tulpen, narcissen en andere voorjaarsgewassen gaan de grond in. Qua assortiment heeft de consument keus te over, zeker de online shopper. Steeds meer kwekers kiezen er namelijk voor om hun producten via een webwinkel te verkopen. Wat beweegt hen en wat komt er zoal bij kijken? Een kijkje achter de schermen bij de webshop van Lighthart Bloembollen.

Tekst: Jeannet Pennings  
Foto's: René Faas

In de kraam van Lighthart Bloembollen uit Den Helder vinden we meer dan 1.000 tulpencultivars. Hoewel een groot deel zich nog in de testfase bevindt, heeft het veredelingsbedrijf ook al tientallen soorten succesvol in de markt gezet. Enkele toppers uit het assortiment zijn ‘Copex’, ‘Purk’, ‘Friendship’ en ‘His Love’, maar ook beroemdheden, zoals ‘Katie Melua’, ‘Prins Willem Alexander’ en ‘Andre Rieu’. “Veel van onze soorten gaan via exporteurs rechtstreeks naar het buitenland. Die bollen ziet de consument uit eigen land nooit terug in het winkelschap”, vertelt Jan Lighthart, oprichter en mede-eigenaar van het bedrijf. “Om de Nederlandse tulpenliefhebber toch te kunnen bedienen, behandelden we particuliere bestellingen voorheen per e-mail.” Die vraag werd volgens

Lighthart steeds groter, waardoor de behoefte ontstond aan een goedwerkend verkoopsysteem. Reden voor dochters Carolien en Helena om een webshop te starten.

## NIEUW-ZEELAND

We bezoeken de 22-jarige Carolien Lighthart op het bedrijf aan de Nieuweweg in Den Helder. Ze werkt momenteel volop mee in Lighthart Bloembollen. Na haar opleiding aan het Clusius College in Hoorn, en vorig jaar gewerkt te hebben in Nieuw-Zeeland en Canada, is Carolien nu in afwachting van haar nieuwe baan. “Ik ga werken bij Stichting Uitwisseling om studenten uit het buitenland te begeleiden bij een stage in de Nederlandse agrarische sector.” Net als Carolien is ook haar zus Helena (27) nauw betrokken bij de bloembollensector. Zij werkt momenteel bij Haakman in Nieuw-Zeeland om mensen te trainen in tulpen selecteren. Als het seizoen voorbij is, vliegt ze naar Canada om

hetzelfde te doen in de broeierij. “Ik ben afgestudeerd aan de Stoas Hogeschool en ben nu agrarisch educatie- en kennismanager”, vertelt Helena via een live Skypeverbinding vanaf de andere kant van de wereld.

Met de iPad op tafel praten we met de initiatiefnemers van de webshop van Lighthart Bloembollen, een typisch familiebedrijf. Vader Jan maakte al op 17-jarige leeftijd zijn eerste tulpenkruisingen. In 1983 startte hij samen met zijn broer Dirk het bedrijf Gebr. Lighthart in ‘t Veld. Toen ieder besloot zijn eigen pad te volgen, ging Jan samen met zijn vrouw José verder als Lighthart Breezand. Eind jaren ‘90 volgde een samenwerking met Rooijackers Breezand die bijna tien jaar heeft geduurd. In 2008 trad zoon Kees (23) toe tot het bedrijf dat sindsdien de naam Lighthart Bloembollen V.O.F draagt.

## ‘Een tulpendoop levert publiciteit en vraag op’

Op de nieuwe locatie in Den Helder gaat de familie Lighthart het derde seizoen tegemoet. De oudste van het gezin, Christina (32), werkt tegenwoordig in de verzorging. Achtereenvolgens komen Helena, Corina (25), werkzaam bij Bloemisterij Dille, Kees, Carolien en Jan-Willem (19), actief in de meubelmakerij.

## TULPENDOOP

De tulpenveredeling heeft altijd de hoofdrol gespeeld bij Lighthart. Daarnaast worden verschillende soorten Colchicum geteeld en ‘s winters 1,5 miljoen tulpen afgebroeid. “We hebben net een nieuwe kas aangebouwd, waar half december de eerste tulpen in komen te staan”, vertelt Carolien. “De broeierij met onze grootste soorten start net na Nieuwjaar en loopt door tot Pasen. Daarnaast broeien we tulpen om het nieuwe assortiment te testen en in de markt te kunnen zetten.” Volgens Helena wordt er in de veredeling op een aantal belangrijke aspecten gelet. “Een tulp moet stevig, goed houdbaar, ziekteresistent en snel en gemakkelijk te verwerken zijn, en een goede knopkleur hebben.” Het assortiment van Lighthart wordt gekenmerkt door een aantal bekende namen, waaronder ‘Piet Paulusma’, ‘Hans Klok’, ‘Marjolein Bastin’, ‘Piet Veerman’ en de vorig jaar gedoopte ‘Jan Peter Balkenende’. Ook zijn een aantal tulpen vernoemd naar bekende Polen, waarvan een speciale mix wordt aangeboden in de webshop. Met enige regelmaat staat veredelaar Jan Lighthart in de schijnwerpers met een tulpen-



# heden'



Carolien Ligthart: 'We willen mensen de mogelijkheid bieden om tulpensoorten te kopen die ze elders niet kunnen vinden'

doop door een bekende. "Dat levert veel publiciteit op," leggen Carolien en Helena uit. "Mensen gaan vervolgens op zoek naar de bollen en komen bij ons uit. Soms hebben we te maken met fans die de tulp van hun idool willen hebben, andere keren zijn het gewoon tuinliefhebbers."

De consumentenverkoop (per e-mail) bij Ligthart is de laatste jaren langzaam gegroeid. Om die vraag makkelijker te kunnen reguleren bleek een webshop uitkomst te bieden. "Je kunt klanten veel beter bereiken. Zij kunnen eenvoudig en snel hun bollen kopen. Op onze beurt hoeven wij de bestellingen niet allemaal handmatig te verwerken en steeds te kijken of betalingen binnen zijn." Na wat speurwerk op internet vond Helena het juiste concept voor een webshop. "Deze hebben we toegevoegd aan onze bestaande website [ligthartbloembollen.nl](http://ligthartbloembollen.nl)", vertelt zij. "De webshop is afgelopen voorjaar online gegaan en heeft nu één seizoen gedraaid. Natuurlijk zijn niet al onze tulpenkruisingen te vinden in de webshop, maar wel alle tulpen uit de catalogus, aangevuld met *Colchicum*. De tulpen zijn gesorteerd op kleur

en de cultivars, vernoemd naar bekende mensen, zijn ook rechtstreeks te benaderen."

## POOLSE PRESIDENTSVROUW

Niet alle soorten in de webshop zijn volgens Carolien even groot. "Van sommige tulpen kunnen we hooguit een paar honderd stuks verkopen. Je wilt voldoende bollen behouden om de eigen teelt uit te breiden. Toch willen we mensen op deze manier in ieder geval de kans geven om aan bepaalde soorten te komen. Tulpen die het afgelopen jaar goed scoorden waren 'Sanne-Mei', vernoemd naar een overleden meisje, en 'Maria Kaczynska', de verongelukte Poolse presidentsvrouw." Volgens de zusjes Ligthart valt de webshop goed te combineren met de reguliere werkzaamheden op het bloembollenbedrijf. "Als het 's zomers een beetje rustig is in de schuur, maken we de bestellingen klaar. Dat betekent de juiste bollen bij elkaar zoeken en deze in het juiste formaat doosje doen. We hanteren drie maten, waar vaste prijzen aan verbonden zijn. Dat werkt voor ons erg prettig, en de klant weet waar hij aan toe is. Alle bestellingen worden voorzien van een postkaart en plantinstructies. De pak-

ketjes brengen we bij een centraal punt in Den Helder, van waaruit de verdere verspreiding verzorgd wordt."

Klanten krijgen hun bollen in augustus of september thuis gestuurd. De echte tuinliefhebbers begrijpen dat, maar dat geldt niet voor iedereen. "Sommige mensen vragen in het voorjaar al waar hun bollen blijven. Daarom vermelden we dit duidelijk op de website en in de orderbevestiging. Mensen kunnen tot eind oktober bollen bestellen. Het afgelopen seizoen hebben we 2.300 bollen via de webshop verkocht. Niet gek, voor een eerste jaar. Bovendien hebben we niet expliciet bekendheid aan de webshop gegeven. Mensen weten ons blijkbaar toch goed te vinden. We gaan nu kijken hoe we dit komend jaar gaan aanpakken. Naar verwachting zal de omzet via de webshop verder groeien, maar het moet voor ons wel te behappen blijven. We worden geen Bakker Hillegom. Het doel was om mensen de mogelijkheid te bieden tulpensoorten te kopen die ze elders niet kunnen vinden, en dat blijft zo. Daarom kiezen we er bewust voor om alleen soorten uit de eigen teelt te verkopen."