

# Marktkeuze, een bewuste keuze

In de rubriek Vasteplantenvaria geeft teeltadviseur Henk van den Berg zijn visie op actuele onderwerpen en belangrijke thema's in de vasteplantensector. Centrale vraag dit keer: Hoe kun je profiteren van een sterk groeiende markt als deze niet te sterk mag groeien?

Tekst: Henk van den Berg  
teelt- en bedrijfsadvies  
0252-340 301 / 06-513 122 07  
Fotografie: René Faas

**D**e markt voor vaste planten is niet alleen afhankelijk van de vraag en het aanbod. Soms zijn er externe factoren die ondanks een goede markt en een goede vraag belemmerend werken op de afzet. Belangrijke verstoringen zijn extreme valutawaardewisselingen, zoals nu in Rusland, en handelsblokkades door internationale conflicten. Dit zijn factoren waar zelfs de beste marketier machteloos tegenover staat. Eigenlijk is de enige bewapening tegen deze factoren dezelfde als de bewapening tegen slecht betalende klanten. Een klant mag niet te groot worden.

## KORTE EN LANGE TERMIJN

Kwekers die vol voor een nieuwe markt gaan, zullen hier op de korte termijn vrijwel altijd beter van worden. De eisen zijn nog niet te streng en de prijzen die gemaakt worden, zijn hoog genoeg voor een goed rendement. Bovendien, als je je als eerste op een markt begeeft en je doet het goed, zijn ook de eerste vervolgoeders voor jou. Maar dan... een groeiende markt

vereist aanpassing van het assortiment. Doordat je als eerste op de markt actief bent, heb je direct goed inzicht in de behoefte van deze markt en de eisen die deze stelt. Je bent in staat hierop in te spelen. De kraam wordt op de nieuwe markt aangepast en dit is - als het goed gaat - tevens een bescherming tegen concurrenten die ook deze markt willen veroveren. Er wordt op de lange termijn geïnvesteerd in een nieuwe markt. Gevaar ontstaat als er buiten jouw schuld en invloedssfeer om een handelsblokkade wordt opgeworpen. Als dan een te groot deel van het bedrijf is ingesteld op deze markt, kan dit zelfs de sterkste bedrijven in de problemen brengen.

## KEUZES

Hoe aantrekkelijk een nieuwe markt ook lijkt, het blijft gevaarlijk om er volledig op in te zetten. Als een nieuwe markt zich aandient, zorg dan dat een deel van het bedrijf hier alles voor doet en dat de rest zich bezig blijft houden met de markten die al werden bediend. Een deel van het bedrijf zou altijd op zoek moeten zijn naar nieuwe markten en gewassen, waar uitgebreid kan worden als er elders iets spaak loopt. Volledig inzetten op een nieuwe markt, zonder op de gevestigde markten en de nieuwe kansen te letten, is niets minder dan blind gokken.

Als er geen bewuste keuze wordt gemaakt, dan is er op de nieuwe markt minder risico, maar zijn er meestal ook beduidend minder kansen. Meestal kun je dan in een nieuwe markt voor de moeilijke gewassen of de tijdelijke tekorten van de voorlopers gaan zorgen. Het komt er dus op neer dat een nieuwe markt geen kansen biedt als er niet vol voor wordt gegaan. Het is alleen niet zinvol om te gaan voor succes op de korte termijn, want dat brengt risico's met zich mee voor de voortgang van het bedrijf op de lange termijn. Keuzes durven maken betekent niet gokken op succes, maar weloverwogen kiezen voor een nieuwe markt zonder de continuïteit van het bedrijf uit het oog te verliezen.

## GLAZEN BOL

Toegegeven: dit is een lastig onderwerp om advies over te geven. De risico's waar ik het over heb zijn immers die risico's die niemand kan voorspellen. Omdat je niet in de toekomst kunt kijken, moet je naar het verleden durven kijken. De bedrijven die het echt goed doen, zijn vaak de bedrijven die in het verleden risicovolle beslissingen hebben genomen. Daar tegenover staan de bedrijven die keihard zijn afgerekend op risicovolle keuzes en nu niet meer bestaan. Deze bedrijven hadden hetzelfde lef als de succesvolle bedrijven, alleen net iets meer pech. Een beetje geluk bij een grote beslissing kan erg veel verschil maken. Zoals mijn vader vroeger zei: 'Wie het raad, is de wijste'. Maar nogmaals, een markt is alleen te winnen door er vol voor te gaan. En dat betekent dus niet dat de rest geen aandacht meer vraagt. Een verstandig bedrijf heeft altijd een plan B in de kast liggen. Dit plan B zal te allen tijde aandacht en tijd vragen en mag niet vergeten worden door de successen van plan A.

