



‘Een bedrijf runnen is als een weg vol rotondes: bij twijfel rijd ik nog een extra rondje’

Voor pionierende *Young Grower* Moerings is contact met de klant even belangrijk als de plant

Moerings' vader startte de *Skimmia*-teelttraditie, samen met broer Piet. Moerings werkte al op jonge leeftijd mee en zou Gebr. Moerings later overnemen. Op zijn zestiende was hij klaar om op de loonlijst te komen en tegelijkertijd te leren op school. Maar het noodlot sloeg toe toen zijn vader overleed. Omdat de jonge Moerings door zijn familie nog in de luwte werd gehouden om hem te beschermen, werd het bedrijf na een jaar verkocht. Hoe is het Moerings daarna vergaan?

Auteur: Santi Raats



 6 min. leestijd

Wanneer Moerings erover praat, klinkt er emotie door in zijn stem: 'Tja, ik was te jong, zestien jaar.' Graag had hij het anders gezien, vast en zeker ook om zijn vader eer te bewijzen: letterlijk in zijn voetsporen te treden. 'Maar in een kas van mijn moeder ben ik *Skimmia* blijven kweken. Door de jaren heen werd deze kas te klein; daarom huurde ik een ruimte van 2,5 hectare bij een kwekerij. Inmiddels heb ik mijn eigen bedrijf voldoende opgebouwd om deze ruimte nu aan te kopen.'

Zo is het Moerings dus vergaan: hij maakte zijn opleiding af (plantenteelt op het Wellant College) en bouwde zijn eigen bedrijf, Moerings *Skimmia*, beetje bij beetje op, naast banen in loondienst, zoals bij Intratuin en bij *Skimmia*-kweker John van Zuilen, om het vak onder de knie te krijgen. Moerings *Skimmia* draait nu een productie van 250 duizend *Skimmia* per jaar in P13 tot en met 12-literkuipen, op 2,5 hectare en in ruim 0,5 kas en schaduwhal, wat verderop in Boskoop.

Inkoop

'Ik haal de stek uit Frankrijk en Nederland', vertelt hij. 'Vorig jaar ben ik voor het eerst zelf naar Frankrijk gegaan om de producten te bekijken. De productie van *Skimmia* vindt plaats van februari tot en met december. De grote drukte start in het voorjaar, maar door de najaarshandel is het ook later in het jaar aanpoten.'



Vakblad *Boom in Business* gaat op zoek naar de meest getalenteerde jonge kwekers, jonge mannen en vrouwen die de toekomst van de sector zeker moeten gaan stellen. Een aantal van die jonge talenten wordt aan u voorgesteld.

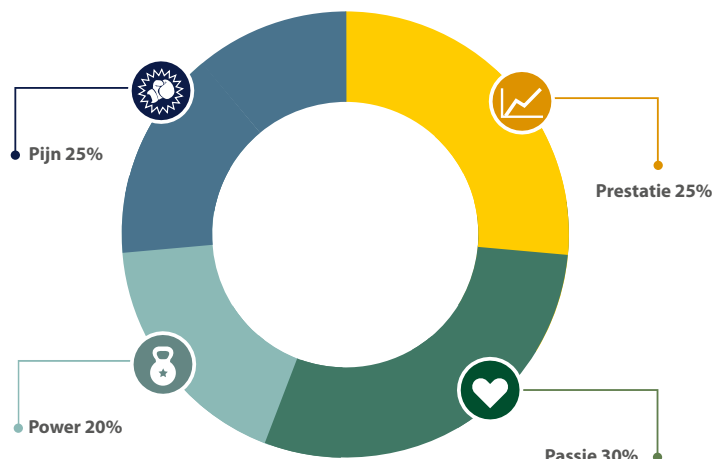
Alles zelf opbouwen

Een bedrijf van de grond af opbouwen is natuurlijk heel andere koek dan een lopend (familie)bedrijf overnemen. Niet alleen financieel, maar ook qua kennisoverdracht. 'Ik had jarenlang een liquiditeitsprobleem en zat in een voorfinancieringscyclus; dat betekende potten, grond en stekken kopen en in het najaar betalen', zegt hij goudeerlijk. 'Met creativiteit heb ik zoveel mogelijk opgebouwd; ik heb alles alleen moeten ontdekken. Ik neem alle beslissingen en maak alle keuzes zelf. De leerschool van een bedrijf runnen is als een weg vol rotondes: soms twijfel ik en dan rijd ik nog een extra rondje. Maar terugtrekken is geen optie. Ik wil verder.'

Creatieve duizendpoot

Moerings doet alles zelf: van de administratie, de teelt – waarbij elk plantje door het handje gaat –, het bedenken van concepten en plannen en het ontwerpen van labels en etiketten tot de verkoop. Alleen in het seizoen heeft hij twee flexibele medewerkers en in de vakantie scholieren, die stekken

Ambitie kan langs veel wegen vorm krijgen. De ene keer zit het tegen; dan komt doorzettingsvermogen om de hoek kijken. De andere keer krijgt passie alle ruimte, omdat je in een flow zit. Wij vroegen alle kandidaten hun inspanningen af te zetten langs de meetlat van de vier P's: power (slagkracht), pijn (doorzettingsvermogen), passie en prestatie (strategisch inzicht). Dit is de meetlat van David Moerings.






NAAM	David Moerings
GEBOortedatum	16-07-1990
GEBOORTEPLAATS	Boskoop
BURGERLIJKE STAAT	Ongehuwd, partner Iris. Eén dochter: Luana (3)
FUNCTIE	Eigenaar
BEDRIJF	Moerings Skimmia
HOBBY'S	Waardevolle oude Pokémon-kaarten verzamelen en verhandelen
WILDE VROEG WORDEN	Skimmia-kweker



‘Na deze groei wil ik eerst stabiliseren, voordat ik verder ga opschalen’

maken, steken, potten en onkruid wieden. Moerings doet het ontzettend goed. In 2015 produceerde hij 30 duizend *Skimmia*; drie jaar later zijn het er 250 duizend. Het gaat om zes soorten in vier maten: P13, P15, P19 en P32. Ook levert hij gemixte karren en verzorgt hij totaalconcepten voor tuincentra. Zijn klanten, zo’n twintig in totaal, zijn exporteurs, tuincentra en handelaren in Duitsland, België, Engeland, Denemarken en Noorwegen. Wat overblijft, gaat naar de bloemenveiling in Aalsmeer. Veel van zijn klanten komen jaarlijks terug.

Moerings begeeft zich in een moeilijke markt die draait om aantallen. ‘De huidige kwekers hebben hun afzet al bepaald. Ik moet er nog tussen zien te komen. Ik onderscheid me door dingen anders aan te pakken dan andere kwekers. Dat kan ik, doordat ik bij Intratuin heb gewerkt en heb opgepikt hoe mensen tegen producten aankijken. Ik heb gezien dat klanten in een impuls kopen. Ze hebben wat centjes over en voelen zich vervolgens aangetrokken door een mooi plantje, maar ook door het potje, de kleurige labels, de uitleg op het etiket en natuurlijk door de prijs. Ik lever de *Skimmia* dan ook in diverse soorten potten en schalen in verschillende kleuren en met verschillende etiketten, of als potplant in combinatie met een zinken bakje of rieten mandje. Er kan veel bij mij.’

Doe-het-zelfkerststukjes

Daarnaast is Moerings in 2016 begonnen met snijgroen in kerstdoosjes voor supermarktketens in binnen- en buitenland, de zogeheten *Creative Christmas Kit*. ‘Dat zijn doe-het-zelfpakketjes, waarmee klanten hun eigen kerststukjes kunnen maken’, legt hij uit. ‘Maar ik merk nu dat ik in de najaarshandel hiervoor wat tijd te kort kom, dus ga ik er andere partijen bij betrekken. Ik heb nu heel veel bestellingen die ik vanaf half november klaarmaak, zodat ik ze na 5 december kan aanbieden. Het concept is goed. Ik ga het breder trekken, zodat ik ook snijgroen in doosjes kan aanbieden met Pasen, Halloween of andere feestdagen.’





Over vijf maanden is de kas leeg. Moerings overweegt om dan een siergrassenlijn te starten, vijf of zes soorten gras in een 12-centimeterpot voor tuincentra.

Moerings is dus niet voor één gat te vangen. 'Ik denk voortdurend in oplossingen en wil mijn dromen waarmaken. Ik denk als een pionier en heb het altijd druk, omdat ik alles nog zelf doe. Kweker zijn is eigenlijk mijn passie en hobby. Maar niet ten koste van alles: ik heb van mijn vader geleerd altijd tijd vrij te maken voor belangrijke privédingen. Hij werkte keihard, maar was altijd aanwezig als wij thuis iets belangrijks hadden. Als ik een voetbalwedstrijd had, was hij er ook altijd bij. Mijn partner Iris is verpleegkundige en werkt op ongezette tijden. Vooral door de zorg voor onze dochter ziet mijn dagelijks leven er dus heel afwisselend uit.'

Zelfreflectie en afstemmen op de klant

'Door het overlijden van mijn vader heb ik al vroeg veel meegemaakt,' zegt Moerings. 'Dat heeft me gevormd, maar op een bepaalde manier kijk ik daardoor verder dan mijn neus lang is. Niks is vanzelfsprekend voor mij. Ik heb een sterke drive om me te blijven ontwikkelen.'

Hij heeft nog niet zo lang geleden een masterclass gevolgd op het gebied van bedrijfsmanagement. Daarbij keken deelnemers kritisch naar hun persoonlijke en bedrijfsprofiel, om de richting van hun onderneming te herijken en waar nodig de focus aan te scherpen. 'Uit mijn persoonlijke profilering bleek dat ik vertrouwen heb in mezelf, in

het nemen van beslissingen en in mijn aanpak. Ook ben ik optimistisch en heb ik plezier in mijn werk. Ik ben resultaatgericht, leg de lat hoog en streef naar perfectie. Ik houd van winnen, in elke wedstrijd. Ik ga voor goud. Ik bedenk makkelijk concepten en nieuwe bedrijfsontwikkelingen. Presteren betekent voor mij de producten 100 procent aandacht te geven door de planten en kassen na te lopen en door alles onder controle te hebben, van de teeltechnische kant tot het zakelijke gedeelte. Kernwoorden zijn zelfdiscipline, perfectie en klanten binnenhalen. Want als je een plant produceert, daarna in je pak bij de klant staat en niet zeker weet of hij wel op jouw product zit te wachten, ben je niet goed bezig.'

Verkoop

'Bij mij lopen de inkopers over het bedrijf en dan maken we een praatje en soms een geintje. Een goede klik, de gunfactor en planten van goede kwaliteit zijn belangrijke voorwaarden voor een deal. Wanneer we na de rondleiding nog even naar binnen gaan om het een en ander op papier te zetten of te bespreken, dan ben ik zakelijker ten opzichte van de inkoper.' Soms belt Moerings ook koud potentiële klanten op. Hij is niet bang aangelegd. 'Ik vraag dan bijvoorbeeld aan supermarkten of ze interesse hebben in mijn *Creative Christmas Kit*. Nee heb je, maar ja kun je krijgen!'

Bij verkoop komt dus meer kijken dan een aanbodlijst op je website zetten. 'Het draait allemaal om durven ondernemen en weten wat de klant wil,' zegt Moerings. 'Daarvoor moet je je klanten

kennen. Gelukkig heb ik sterke voelsprietten uitstaan. Maar de website blijft natuurlijk belangrijk, en tegenwoordig ook Facebook. Je kunt op een Facebook-pagina allerlei updates kwijt. Zo houd je (potentiële) klanten nieuwsgierig. Ook presenteren we ons op beurzen zoals Plantarium en Groen-Direkt.'

De toekomst

'Liquiditeit is altijd de beer op de weg geweest bij mij. Maar ik ben nu zo ver gegroeid dat ik mijn eerste grote mijlpaal heb bereikt met de aankoop van de 2,5 hectare. Na deze groei wil ik eerst stabiliseren, voordat ik verder ga opschalen. Maar wellicht is een teeltechnisch medewerker in de toekomst een optie, zodat ik me meer kan richten op het doorontwikkelen van Moerings *Skimmia*.'

Zijn vader zou beretrots op hem zijn geweest. 'Dat denk ik ook. Ik ben een ander type kweker. Hij kweekte kleinschalig en had grotere maten en altijd nieuwe soorten. Dat zag je terug in zijn goede verkoopprijs. Maar hij maakte veel rendement. De tijden zijn veranderd. In de huidige tijd zou ik niet meer op die manier kunnen kweken. Ik probeer het beste te halen uit de realiteit en ben daar creatief in. Dat is mijn sterke punt.'



Be social

Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-7541