



'We ontwikkelen als sector een 'Action-klantenkring''

Boom in Business presenteert een nieuwe terugkerende rubriek, waarin we een ondernemer vragen stellen over zijn bedrijf, afzet en vooral ook zijn toekomstplannen. Deze keer Wilbert Stek bv.

Auteur: Dick van Doorn



5 min. leestijd

ACHTERGROND

Wanneer is het bedrijf opgericht en hoe groot is het nu?

'Voordat ik vijftien jaar geleden voor mezelf begon, heb ik bij een rozenkweker gewerkt als voorman en daarvoor als bloemeninkoper bij de bloemenveiling in Naaldwijk. Ik kom dus van oorsprong uit de snijbloemenbranche; mijn vader was varkenshouder. In eerste instantie begon ik in 2000 met een huurkas van 5.000 vierkante meter, hier vlakbij in Huissen. Mijn assortiment bestond in het begin uit amaryllisbollen, buxusstek en perkgoed. In 2005 besloot ik echter om het over een andere boeg te gooien. Ik dacht: ik moet één ding goed doen, niet drie totaal verschillende doelgroepen voor 90 procent bedienen. Vandaar dat ik me vanaf dat moment helemaal ben gaan specialiseren in buxus. Tegelijk met deze keuze besloot ik in eigen beheer in Gendt een kas van 7.000 vierkante meter te bouwen. In 2009 huurde ik er in Gendt nog een kas bij van eveneens 5.000 vierkante meter. In 2010 bouwde ik in eigendom nog eens 4.300 vierkante meter aan de kas in Gendt. Twee jaar geleden ten slotte besloot ik hier om de hoek in Gendt aan de Langstraat een kwekerij van één hectare over te nemen. Het is trouwens niet zo dat ik dit alleen door hard werken heb kunnen bereiken. Een aantal klanten van mij is gegroeid, waardoor ik ook snel kon groeien. En ik heb er veel nieuwe klanten bijgekregen.'

'Ik wil toch niet helemaal alleen op buxus leunen'

Naam: Wilbert van Luenen

Bedrijf: Wilbert Stek bv uit Gendt

Leeftijd en opleiding: 40 jaar, eerst de havo, daarna middelbare tuinbouwschool (MTuS) in Nijmegen

Wat is je bedrijfsfilosofie?

'Een van de punten van mijn bedrijfsfilosofie is een zeer goede prijs-kwaliteitverhouding. Daarmee kun je simpelweg de markt veroveren. Een van de nieuwe speerpunten van mijn bedrijf wordt een breder assortiment. In 2005 heb ik me meer gespecialiseerd, maar nu trek ik het weer iets breder, omdat ik toch niet helemaal wil leunen op alleen buxus. Dat vind ik gezien de marktontwikkelingen toch een iets te groot risico. Met een bredere klantenkring loop je minder risico. Een ander punt van

onze bedrijfsfilosofie is het op maat produceren voor onze klanten. Bijvoorbeeld qua snoeiopbouw en het aantal stekken per cup. Bij buxus moet je soms meerdere stekken per cup hebben of de cup aanpassen, zodat er meer in passen. Verder kan de klant kiezen uit variaties in trays c.q. aantal gaats per tray. Nog een onderdeel van mijn bedrijfsfilosofie is mensen met een arbeidshandicap een kans bieden. We hebben een aantal medewerkers van de sociale werkplaats Presikhaaf. Zowel op de locatie van Presikhaaf als hier in Gendt hebben we een productiegroep zitten. Verder zijn hier nog vijf medewerkers in loondienst met een Wajong-status. Het is leuk om mensen met een arbeidshandicap die wel willen, maar moeilijk kunnen, een kans te geven, vind ik.'

Wat is het belangrijkste assortiment?

'Ons assortiment bestaat voor het overgrote deel, zo'n 70 procent, uit buxus, en daarnaast nog zo'n 15 procent Thuja. De resterende 15 procent bestaat uit *Prunus*, *taxus* en *Juniperus*. We hebben er echter al zo'n vijf soorten bij waarmee we ons assortiment hebben verbreed. De reden daarvoor is meer diversiteit voor mijn klantenkring, en ik weet niet zeker of buxus altijd op dit niveau zal blijven. Tijdens de IPM in Essen in januari 2016 gaan we deze vijf soorten tonen aan onze klanten. En we gaan twee nieuwe soorten buxus tonen die veel minder gevoelig zijn voor *Cylindrocladium buxicola*. Dus stel dat het hoofd groenvoorziening van Paleis Het Loo in Apeldoorn toch weer buxus wil, dan kan hij altijd bij mij terecht. Wij vinden dat buxus toch eigenlijk een soort cultuurhistorisch erfgoed is, dat bij dit paleis hoort.'

Hoe heb je de inkoop geregeld?

'In Gendt en Angeren hebben we vijf hectare moervelden, waar we van stekken. Hierdoor kunnen we voor 90 procent in onze eigen behoefte voorzien. De resterende 10 procent kopen we onbeworteld aan, vaak via eigen klanten of via specialistische bedrijven. De belangrijkste reden om veel eigen materiaal aan te maken is, behalve dat het goedkoper is, dat we de kwaliteit kunnen garanderen. Zo kweken wij de stekjes rustiger op dan veel collega-bedrijven.'

Hoe heb je de verkoop geregeld?

'Ik reis heel Europa door. Ik ben pas nog in Italië geweest, maar dan voor de zoektocht naar nieuwe soorten. En verder ben ik in Polen geweest voor gesprekken over de afzet. Mijn basisafzetmarkt is toch wel Nederland, België en Duitsland. Maar daar blijft het niet bij; ik zoek nog in het oosten naar andere afzetgebieden.'



Wie zijn je klanten?

'Mijn klantenkring bestaat vooral uit boomkwekers. Zowel kwekers in de volle grond, met containerteelt, als natuurlijk kwekers onder glas en in foliekassen. Eén soort buxus verkoop ik het meest, namelijk Buxus sempervirens. Vooral Buxus sempervirens 'Select', maar ook wel de microphylla-soorten 'Faulkner' en 'Herrenhausen'. Naar sempervirens is nog steeds heel veel vraag. Ik denk echter dat dat uit een soort traditie is, terwijl er nieuwe microphylla-soorten zijn die heel erg op de sempervirens-varianten lijken.'

Hoe zie je de toekomst van het bedrijf?

'Ik heb dus twee jaar geleden nog één hectare aan productiekassen erbij gekocht, hier in Gendt, dus qua productiecapaciteit heb ik voorlopig genoeg vierkante meters. Ik wil me de komende tijd vooral richten op nieuwe soorten, dus uitbreiding van het assortiment. Verder wil ik meer automatiseren, vooral het plaatsen van de trays op de teeltvloeren en het snoeien van de stek. Ook wil ik óf mijn personeel hoger opleiden, óf hoger opgeleid personeel aantrekken. Ik wil mijn bedrijf naar een hoger plan tillen. Ik wil meer "meedenkers" in dienst hebben in plaats van mensen die vooral "uitvoerders" zijn.'

Belangrijkste uitdaging voor de nabije toekomst?

'Pff, uitdagingen zat en als de ene uitdaging afgehandeld is, staat de volgende meestal al te wachten. De belangrijkste uitdaging blijft om in een snel veranderende markt de juiste keuzes te maken. Daarbij blijft een slechte beslissing mijns inziens altijd beter dan geen beslissing.'

Wat wordt de grootste uitdaging voor onze sector de komende jaren?

'We moeten milieuvriendelijker gaan produceren. En als we het als sector niet zelf doen, dan zal de markt ons op den duur gaan dwingen. Verder zie ik dat we als sector een "Action-maatschappij" aan het creëren zijn, zoals ik het zelf noem. Het probleem is dat we met zijn allen aan de eisen voldoen, maar dat onze afnemers en de consument dit nog wel financieel moeten gaan waarderen. Ik vind dat we er als sector veel meer aan moeten doen om de retail en de consument op dit vlak te bereiken.'

Wat doe je als je niet aan het werk bent?

'Nou, tijdens de Vierdaagse van Nijmegen ga ik altijd naar de Vierdaagse-feesten. Dat vind ik fantastisch; het is dan zo gezellig in Nijmegen! De hele feestweek ben ik dan ook in Nijmegen te vinden. Ik sport best veel, vooral hardlopen en fitness. Sporten is een heerlijke manier om je hoofd even helemaal leeg te maken. Verder kijk ik ook veel sport, voornamelijk voetbal, maar ook de Tour de France volg ik op de voet. Wielrennen is dus ook een van mijn favoriete sporten.'

Wat is een onderdeel van het ondernemerschap dat je soms lastig vindt?

'Wat ik minder leuk vind om te doen – en dat besteed ik dan ook volledig uit – is de (loon)administratie en alles wat je moet bijhouden voor MPS en dergelijke. Wat ik verder moeilijk vind, is de juiste mensen bij mijn bedrijf zoeken die het bedrijf naar een hoger plan kunnen tillen. Daar loop ik nu echt tegenaan. Ik heb voor mezelf wel een duidelijke bedrijfsvisie, maar hoe ik die concreet kan uitvoeren, dat vind ik nog een hele uitdaging.'



Be social

Scan of ga naar:

<http://www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-5486>