



RM PLANTS AMSTELVEEN BESTAAT TIEN JAAR

‘ONS SEIZOEN STOPT NOOIT DOOR DE MIX VAN PRODUCTEN’

Elke week een nieuw filmpje online met actuele promo's, én twee monsterbussen vol planten die naar klanten rijden. Die nieuwe en oude wereld combineert hij moeiteloos met elkaar. Januari dit jaar vierde RM Plants haar tienjarig bestaan. Eigenaar Rémi van Adrichem bouwde zijn kwekerij in Amstelveen uit tot een wereldonderneming met hechte samenwerkingspartners in onder meer Italië, Spanje en Honduras.

Je noemt jezelf een allround kwekerij. 'Omdat we van begin tot eind het hele proces in handen hebben; ook de productie en het vervoer. We zijn begonnen met een klein sortiment mediterrane producten. Nu, tien jaar verder, zijn we gespecialiseerd in tropische en mediterrane planten; in de import en op- en afkweek ervan. En zijn we dagelijks met zestig man aan het werk in Amstelveen op de kwekerij van 25.000 m². Dat is een hele ontwikkeling geweest.'

Je hebt ook een oeroude palm opnieuw in productie genomen. 'De palm *Adonidia merillii*, ook wel de *Manilla* of kerstpalm genoemd.

Het is een oeroude palm, die oogt als een kruising tussen een *Kentia* en een *Areca*; heel bijzonder om die nu in het assortiment te hebben. Een zeer decoratieve plant, eenvoudig in onderhoud, ook dat is belangrijk. Daarmee ben ik drie jaar geleden op de kwekerij in Honduras begonnen. Ik heb er heel veel energie – en geld – ingestoken; sinds januari is ie leverbaar. Het leukste is het naleveren: dan weet je dat het product goed verkoopt.'

Hoe ben je het coronajaar doorgekomen? 'Coronastress hebben we zo goed als niet gehad. De periode is het bedrijf goed doorgekomen, al heeft de handel uit Midden-

Amerika wel vier weken stilgelegen. Jammer was wel dat ons tienjarig jubileumfeestje in januari niet door kon gaan. Helaas.'

Hoe gaat de samenwerking met partners in het buitenland? 'De aandacht en energie die het kost werpt zijn vruchten af. Voor ons, en ook voor onze buitenlandse partners. Bij de meerjarige productieplanning die we maken, bepalen we onder meer de aantallen en potmaten. Die nemen we met 100 procent garantie af, ongeacht of het sneeuwt of regent. Dat kunnen we doen omdat alle producten altijd eerst weer bij ons in Amstelveen de kwekerij in gaan. Hier huizen we sinds zes



DE PALM ADONIDIA MERRILLI



jaar. De kwekerij is nieuw gebouwd, met vier klimaatzones die afzonderlijk zijn te sturen op licht, temperatuur en luchtvochtigheid. En 3.000 m² buitenterrein.'

Tot wanneer loopt het seizoen bij jou? 'Ons seizoen stopt nooit, door de mix van tropische en mediterrane producten. Daardoor piekt elke maand wel een product of productgroep. Maart, april en mei zijn natuurlijk extra druk, maar in geen enkele maand vallen we volledig stil. Loopt de ene plant of productgroep op zijn eind, dan begint de piek van de volgende. Ook hebben we inmiddels meer dan dertig vaste lijnen die jaarrond leverbaar zijn.'

De winkelprijzen maak je vaak zelf. Waarom doe je dat? 'Ik zie vaak dat tuincentra een technische berekening hanteren bij het bepalen van een winkelprijs. De inkoopprijs maal twee of tweeënhalf is de verkoopprijs. Ik vind dat je altijd moet kijken naar wat een plant waard is. Kijk je naar een plant met een inkoopprijs van € 8,50 zou die technisch gezien voor € 19,95 verkocht worden – maar die plant is misschien gemakkelijk € 24,95 waard. Kan een plant de winkelprijs dragen; dát is belangrijk. Daarin adviseren wij ook, tot welke prijs een plant commercieel blijft.'

Hoe weet je of een prijs klopt? 'De winkelprijzen testen we bij een aantal vaste klanten, onder meer bij tuincentrum Osdorp en tuincentrum Leurs in Venlo. Ook bij de vier Duitse tuincentra Hesse krijgen we van de familie het vertrouwen om de winkelprijzen mede te bepalen.'

Wat is jouw sterkste punt? 'Ik denk de verstaalslag kunnen maken vanaf productie naar de consument. Met de winkelvloer ben ik in gedachten bijna altijd bezig. Ik kan de mooiste planten importeren en afkweken, maar de maatvoering, de groeivorm en de verkoopprijs moeten wel in de smaak vallen bij de consument, anders heb je alles voor niets gedaan.'

Over beeldveilen is veel te doen. Wat vind jij ervan? 'Ik ben vooral voor efficiency. Het beeldveilen voor planten zoals de veiling dat nu gaat doordrukken, draagt niet bij aan een efficiëntere inkoop. En zeker niet aan de waardebeoordeling van een product. Dus ik ben geen voorstander; het is geen vooruitgang in vergelijking met het huidige fysieke inkoopstelsel. Beeldveilen is niet onmogelijk, want de manier van inkopen verandert snel. Maar schaf niet zomaar een goed functionerend inkoopstelsel af.'

Rijd je daarom zelf met producten rond? 'Onze twee bussen met monsters die je 'live' kunt zien, zijn een groot succes. Met onze monsterbussen, zoals we die noemen, rijden we naar veel klanten toe. Dat gaan we zeker verder uitbreiden.'

Hoe komen nieuwe klanten binnen? 'Acquireren doen we in principe niet, 99 procent gaat via mond op mond-reclame. Wel zijn we op sociale media heel actief. Op Facebook, Instagram en Youtube vertellen we wie we zijn en wat we doen. Elke week plaatsen we een filmpje online van zo'n drie minuten met leuke promo's en highlights, als voor aankondiging voor de week. In onze monsterbussen zijn dan dezelfde planten te zien. Onze slogan is: het vandaag beter willen doen dan gisteren. Zo proberen we ons elke dag te verbeteren. Ik heb nog wel plannen voor de komende 25 jaar.'



Meerlandenweg 22 • Amstelveen
T: 0297 38 11 00 • E: info@rmplants.nl
www.rmplants.nl