

Als digitalisering het zoekwerk overneemt, ontstaat ruimte voor vakmanschap

De grootste kans van digitalisering voor de hovenier? Meer tijd voor de juiste keuze

De groenmarkt wordt steeds minder voorspelbaar. Klimaatextremen maken het traditionele plant- en bestelseizoen lastiger te plannen, en ook bij de keuze voor beplanting wegen droogtetolerantie en klimaatbestendigheid steeds zwaarder mee. Juist daar kan digitalisering helpen, door sneller inzicht te geven in beschikbaar aanbod en alternatieven.

Auteur: Fleur Dil

‘Die onvoorspelbaarheid vraagt om snelheid,’ zegt Bianca Raats van online platform Plant Market. ‘Hoe eerder je weet wat er mogelijk is, hoe sneller je kunt schakelen naar een alternatief.’ Zo verschuift het inkoopproces van improviseren onder tijdsdruk naar vooruitdenken.

Het seizoen laat zich minder goed plannen

Ook het traditionele plant- en bestelseizoen staat onder invloed van veranderingen in de markt. Daarbij is het lastig om te zeggen dat de piek simpelweg ieder jaar een aantal weken naar voren of naar achteren schuift. De praktijk is grilliger. Warme en droge perioden kunnen projecten vertragen of ervoor zorgen dat opdrachtgevers nieuwe aanplant uitstellen. Een nat voorjaar kan juist een andere planning veroorzaken. Daarnaast spelen aanbestedingen, bouwprojecten en personeelscapaciteit mee. Het seizoen wordt daardoor niet langer of korter, maar wel minder voorspelbaar. Juist in zo’n markt wordt actuele informatie belangrijker, zegt Raats. ‘Hoe beter kwekers hun actuele voorraad delen, hoe kleiner de kans dat een hovenier calculeert op materiaal dat bij bestelling niet meer aanwezig is.’

Klimaat verandert het sortiment

Die veranderende omstandigheden werken ook door in de sortimentskeuze. Het standaardsortiment blijft volgens Raats wel de basis. Van bekende planten weten hoveniers hoe ze groeien, eruitzien en zich in de praktijk gedragen. Tegelijkertijd wegen de omstandigheden waaronder planten functioneren steeds vaker mee. Hoe verdraagt een soort droogte? Is hij geschikt voor een stedelijke omgeving? Welke bijdrage levert hij aan biodiversiteit? Past de soort bij de klimaatomstandigheden die de komende tientallen jaren worden verwacht? ‘Daarmee wordt het assortiment niet alleen groter, maar vooral specifieker,’ legt Raats uit. ‘Voor de hovenier betekent dat dat productkenmerk belangrijker wordt.’

Digitalisering kan die informatie doorzoekbaar maken. ‘Wie alleen zoekt binnen zijn vaste leveranciersbestand, mist al snel een deel van het aanbod. Een breder overzicht brengt ook gespecialiseerde soorten en andere kwekers in beeld, buiten het eigen netwerk om.’

Meer informatie, andere keuzes

Niet alleen past digitalisering zich aan de markt aan, digitalisering geeft zelf ook sturing aan de markt. Zo komt een kweker in Duitsland of België sneller in beeld bij een Nederlandse klant. 'Maar een groter zoekgebied betekent niet automatisch dat import de beste oplossing is,' zegt Raats. 'Logistiek, kwaliteit, transportafstand, plantgezondheid en documentatie blijven onderdeel van de afweging. Die afweging kun je nu eerder maken, op basis van meer informatie.'

Ook op de prijs werkt die zichtbaarheid door. Verdwijnt daarmee de ruimte voor onderhandeling? Niet volgens Raats. 'Een prijs zegt niet alles: uniformiteit, kwaliteit, afgenomen aantallen, transport en levertijd bepalen mede wat een product kost. Een digitale prijs geeft vooral sneller een indicatie van de markt. De uiteindelijke prijs blijft verbonden aan product en dienstverlening.'

Kleinere kwekers in beeld

Een breder zichtbaar aanbod zorgt er bovendien voor dat gespecialiseerde soorten en kleinere producenten eerder in een zoektocht opduiken. Dat betekent niet dat hoveniers anders gaan inkopen. 'Die kans wordt groter wanneer een alternatief eenvoudig vindbaar en direct beschikbaar is.'

Ook kleinere kwekers met weinig personeel halen volgens Raats veel waarde uit de samenwerking. Zij leveren hun actuele voorraadlijst aan en zien daar orders uit ontstaan, zonder zelf actief met klanten bezig te hoeven zijn. Daarbij helpt het wanneer een kweker flexibel meebeweegt, bijvoorbeeld door ook kleinere aantallen te leveren. 'De klant houdt hierin uiteindelijk zelf de keuze. Verschillende kwekers hebben inmiddels aangegeven juist erg tevreden te zijn over deze manier van samenwerken.'

Eerst inzicht, daarna het gesprek

De belangrijkste verandering is misschien wel dat de zoektocht naar planten steeds eerder digitaal begint. De winst zit vooral in het vooraf inzichtelijk krijgen van het aanbod. Voor een hovenier die twintig verschillende soorten nodig heeft, scheelt het veel tijd wanneer hij direct ziet wat beschikbaar is. De vraag verschuift daarmee van 'Kun jij deze lijst leveren?' naar 'Dit is beschikbaar, dit ontbreekt nog en hiervoor moeten we een alternatief zoeken.' Dat maakt ook het persoonlijke gesprek inhoudelijker.

In plaats van tijd kwijt te zijn aan het verzamelen van basisinformatie, kunnen inkoper, hovenier en kweker zich bezighouden met de uitzonderingen waar vakkennis nodig is. Die combinatie van digitalisering en persoonlijke ondersteuning ziet Raats terug bij een klant

die inmiddels zijn inkoop voornamelijk via het platform regelt. 'Vroeger kocht hij bij meerdere leveranciers in en was hij veel tijd kwijt aan transport. Nu loopt 80 tot 85 procent van zijn inkoop via ons platform,' zegt Raats.

Van plantnaam naar planteigenschap

De volgende stap ligt volgens Raats mogelijk bij AI. Een hovenier hoeft dan niet meer de Latijnse plantnaam te kennen, maar zoekt op de eigenschappen. 'Je zou bijvoorbeeld kunnen zoeken op 'een droogtetolerante heester voor deze standplaats, ongeveer één meter hoog, die in september aantrekkelijk is voor insecten', zegt Raats. 'Technisch wordt het steeds eenvoudiger om zo door een groot assortiment te zoeken.'

Maar daarmee verdwijnt de vakman niet uit beeld. Sterker nog: hoe groter het digitale aanbod wordt, hoe belangrijker het wordt om de informatie te kunnen beoordelen. 'Uiteindelijk moet je kunnen inschatten of een voorstel in de praktijk ook werkt,' zegt Raats. 'Daarvoor heb je vakkennis nodig.'

Dat is misschien wel de grootste kans van digitalisering voor de hovenier: niet minder contact met de sector, maar minder tijd kwijt zijn aan het verzamelen van informatie en meer tijd overhouden voor het maken van de juiste keuze.

'Het seizoen wordt niet langer of korter, maar wel minder voorspelbaar'



Inkoper, hovenier en kweker kunnen zich nu bezighouden met de uitzonderingen waar vakkennis nodig is



Ook kleinere kwekers halen volgens Raats veel waarde uit de samenwerking

