

Krimpflatie in de tuin

Krimpflatie. Weer zo'n woord dat we er de afgelopen jaren bij hebben gekregen. Minder inhoud voor dezelfde of zelfs een hogere prijs. Mark Vlasman vraagt zich af: hoe zou dat eigenlijk werken in het hoveniersvak?

Mark Vlasman



Krimpflatie. Weer zo'n woord dat we er de afgelopen jaren bij hebben gekregen. Laatst kwam in het nieuws voorbij dat er opnieuw tientallen voorbeelden zijn gevonden van producten die minder inhoud hebben gekregen, terwijl de prijs gelijk is gebleven of zelfs is gestegen. En soms is het verschil zo klein dat je het eigenlijk alleen ziet als je de oude en nieuwe verpakking naast elkaar legt.

'Dus als de kosten stijgen, laten we dan niet stiekem de tuin kleiner maken'

Bij M&M's ging een zak bijvoorbeeld van 440 gram in 2020 naar inmiddels 363 gram. De verpakking staat nog steeds vrolijk in het schap. Alleen zit er wat minder in. Fabrikanten geven daar verschillende redenen voor: gestegen grondstof-, energie- en transportkosten, een andere verpakking of een aangepaste receptuur. Als dat zo is, is het allemaal begrijpelijk. Ook bedrijven moeten hun broek ophouden. Maar toch zit er iets aan dat mij niet lekker zit. Als iets duurder wordt, zeg dat dan gewoon.

Maak een pak kleiner, doe er minder in en laat de prijs hetzelfde, terwijl de klant het nauwelijks merkt... daar heb ik echt moeite mee.

Niet omdat ik niet begrijp dat kosten stijgen, maar omdat je ondertussen doet alsof er niets veranderd is. En toen moest ik natuurlijk aan ons eigen vak denken. Hoe zou dit toch bij ons werken?

'De berekening hebben we maar tot halwege de tuin gelegd. U kunt de slang voor de rest zelf even aansluiten.'

Of:

Stel dat we morgen tegen een klant zeggen: 'We hebben de tuin iets aangepast. De laatste twee meter hebben we laten zitten, maar de factuur niet.'

Ik geloof niet dat we daar dan nog veilig wegkomen...

Toch zit er in ons vak natuurlijk ook een vorm van 'krimpflatie' op de loer. Niet letterlijk minder vierkante meters tuin voor hetzelfde geld, maar wel steeds meer zoeken naar manieren om een offerte passend te maken. Een dunner maat boom. Andere materialen. Een andere ondergrond. Of ergens een paar uur minder werk. Maar altijd zonder in te leveren op kwaliteit, gewoon een andere manier.

Iedere hovenier krijgt te maken met stijgende lonen, materialen en andere kosten. Dat hoort bij ondernemen. En natuurlijk moet je soms samen met een klant zoeken naar een andere

oplossing wanneer het budget niet toereikend is. Maar dan moet je dat gewoon zeggen. 'Dit kunnen we voor dit bedrag maken, maar dan moeten we daar een andere keuze maken.' Dat vind ik veel sterker dan ergens ongemerkt een beetje kwaliteit eruit halen.

Want uiteindelijk verkopen wij geen zak M&M's. Wij verkopen iets waar mensen misschien wel twintig jaar naar kijken. Een boom die over tien jaar groot moet zijn. (Zie je gelijk niet meer dat we net wat kleiner begonnen zijn.) Een terras dat goed moet blijven liggen. Een beplanting die zich moet ontwikkelen tot een mooie tuin. En daar hoort vertrouwen bij.

Dus als de kosten stijgen, laten we dan niet stiekem de tuin kleiner maken. Laten we gewoon uitleggen waarom de tuin duurder wordt. Daar kunnen klanten namelijk best mee omgaan. En wij ook, gewoon iets creatiever zijn, ook als het over budget gaat. Maar minder krijgen zonder dat je het vertelt? Daar krijg ik toch een beetje een zure smaak van.

Mark Vlasman is hovenier en mede-eigenaar van Florissant Tuinen in Oosterhout.



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!