

Tuinbranche Nederland en INretail breiden samenwerking uit



Meer power voor alle leden

Tuinbranche Nederland (TBNL) en INretail gaan intensiever samenwerken. Connectie tussen de brancheorganisaties, gevestigd in hetzelfde pand in Zeist, bestaat al sinds 2013. De organisaties hanteren gezamenlijke afspraken over arbeidsvoorwaarden en werken operationeel samen. Vanaf nu trekken ze eveneens inhoudelijk samen op. Kennis en inspiratie worden gedeeld, slagkracht en invloed vergroot. Hiervan profiteren alle aangesloten leden - de optelsom van ondernemers en leveranciers in de tuinbranche, mode (kleding, schoenen en sport) én wonen. Directeuren Frank van der Heide (TBNL) en Jan Meerman (INretail) leggen uit hoe zij dat voor zich zien.

De relatie verdiept

Frank: "Onze leden hebben te maken met dezelfde uitdagingen op het gebied van wet- en regelgeving, ontwikkelingen rond duurzaamheid, scholing, koopgedrag van consumenten of bijvoorbeeld ketensamenwerking. Van Jan is bekend dat hij korte lijnen met Den Haag heeft."

Jan: "INretail heeft zelfs een kantoor in de Malietoren in Den Haag, we zitten letterlijk midden in het lobbyveld."

Frank: "Als het gaat om hangijzers in ondernemerschap, zoals regelgeving rond de Wet Arbeidsmarkt in Balans (WAB), kan Jan net zo makkelijk de

belangen van de tuinbranche meenemen. Onze leden, het zijn er 300 met 500 winkels en daarnaast 120 leveranciers, ontbreekt het aan tijd om zich uitgebreid in dit soort zaken vast te bijten."

Kennis delen

Jan: "Samenwerken past bij onze kijk op de samenleving. Vanuit onze maatschappelijke rol gaan we voor aantrekkelijke retail in heel Nederland. We geloven niet in scheiding tussen branches, er is steeds meer overlap, vervloeiing. Logisch dus, deze stap. Het levert al onze leden voordeel op. Kennis wordt toegankelijker en breder

gedeeld. Leden van INretail profiteren bijvoorbeeld van know how rond duurzaamheid, daarin is de tuinbranche minstens drie stappen verder dan de woon- en modebranche. Vanaf nu halen wij die specifieke kennis van dichtbij. Duurzaamheid en groen worden voor elke ondernemer onderdeel van bedrijfsvoering. TBNL helpt ons hierop voor te sorteren."

Frank: "Het raakt ook onze winkelstraten. Klimaatverandering dwingt ons te anticiperen op water en hitte, ook in binnensteden. In een stad van beton daalt door toevoeging van groen de temperatuur 3 tot 4 graden. Leefbare





binnensteden willen we allemaal. Overigens, in brede zin moet heel Nederland groener. We starten vanuit de branche binnenkort campagne die tot 'onttegenen' en vergroenen van particuliere tuinen aanzet. De ambitie is om de komende jaren een gebied ter grootte van de Veluwe aan groen te winnen."

Samen sterker in lobby

Jan: "Ambitie is alle branches die we vertegenwoordigen in totaliteit beter te laten functioneren. Hoe dichter we op kennis zitten, hoe beter dat lukt. Meer diversiteit in leden is daarbij goed. In Den Haag kom je alleen binnen wanneer je volume vertegenwoordigt. Met een grote groep leden erbij komen we dichter bij decisionmakers. Issues waarmee ondernemers in de tuinbranche worstelen zullen beter en vooral proactief op de politieke agenda belanden."

Frank: "Ondernemerschap vandaag vraagt driemaal zoveel aandacht en

inspanning als pakweg zeven jaar geleden. Er speelt zoveel tegelijk op het gebied van klantgedrag, wettelijke- en sociale regelgeving, administratieve druk, etc. Alles komt op het bordje van onze leden terecht. Wij kunnen helpen en ontzorgen."

Jan: "Ook met vestigingsbeleid. Het vreemde is dat bestemmingsplannen nog altijd branchegericht worden ingevuld, terwijl de consument allang niet sec in branches denkt en handelt. Het speelveld in ondernemen is veranderd, maar in ruimtelijke ordening zit de lokale overheid aan de knoppen. Die vertelt wat wel- en niet is toegestaan, de provincie toetst alleen. Vijfentwintig jaar geleden was dat logisch, nu niet meer. Concurrentie waait uit heel andere hoek. Om die reden wordt INretail door provincies vaker ingeschakeld voor advies. Daarvan gaat de tuinbranche profiteren, ook die krijgt meer invloed."

Altijd herkenbaar

Jan: "We willen de identiteit van de verschillende branche optimaal bewaken. Leden van onze organisaties moeten zichzelf herkennen. Het blijven in de kern zelfstandige verenigingen met ieder een eigen bestuur."

Frank: "We voeren eigen dossiers, maar leden profiteren van de voordelen die schaalvergroting biedt. Denk aan Mens & Organisatie (een fysiek en online opleidingsplatform), duurzaamheid (het groene brancheplan waarin leveranciers en retailers samenwerken) en Toekomst & Retail (alles wat de connectie met retail aangaat). Ik weet zeker dat in deze zaken onze samenwerking concreet en zichtbaar wordt, dit jaar al."

Jan: "Retailtransitie is voor INretailleden geen nieuw gegeven, we werken al heel lang met een strak plan, Retail Richting 2030. Uitdaging is hoe we al onze leden kunnen supporten in deze transitie. Kennis, netwerkspecialisten en inspirators die we daarvoor in huis hebben zijn heel makkelijk door te zetten naar de tuinbranche. Elke ondernemer moet stilstaan bij zijn unieke DNA, zich realiseren dat succes niet meer afhangt van het product maar van puur ondernemerschap."

De mens centraal

Frank: "Belangrijk zijn mensen binnen je bedrijf. Hoe boei en bind je hen, hoe stimuleer je hun ontwikkeling? Maar ook: wat is jouw verhaal over duurzaamheid? En je formule, beweeg je je richting horeca of lease? Alles begint met de vraag: wie ben je als ondernemer, wat is je DNA, wat maakt jou uniek en hoe zorg jij dat je relevant bent voor je klant en in de markt?"

Jan: "We brengen onze leden van 1.0 naar 2.0 en verder. Een brancheorganisatie



wordt daarin van grotere betekenis. Ontzorgen is allang niet meer genoeg om te overleven, dit vraagt om iets extra's, ander aanbod van onze kant."

Elkaars concurrent?

Jan: "Iedere retailer begrijpt dat de concurrent niet op de hoek zit. Echte concurrentie speelt zich op een heel ander niveau af, komt van buiten de sector, van opzij. Van Alibaba, Amazon, Bol.com en anderen. Retailers hebben elkaar nodig, moeten samenwerken om die werkelijke concurrentie aan te gaan."

Frank: "Samenwerken vraagt om concessies, uiteindelijk win je beiden. Scheiding tussen retailers en leveranciers verdwijnt, producenten richten zich rechtstreeks tot de consument, retailers laten zelf produceren en bovendien worden zelfs consumenten producent. Met behulp van 3D-printing, of door in China unieke items te laten maken. Een belangrijk deel van de traditionele keten is enorm aan het vervagen."

Jan: "Ondertussen trekt de consument zich nergens meer iets van aan. Laten

we dat idee omarmen Frank. Binnen die nieuwe werkelijkheid moet je als retailer je unieke positie creëren. Met intensievere samenwerking binnen de keten, bijvoorbeeld door data te delen, stimuleren we dat. Dat is het mooie aan deze samenwerking, deze plek in Zeist. Alles komt hier samen."

Frank: Onze leden kunnen in plaats van op zes professionals nu terugvallen op 85 mensen met kennis van zaken.

Jan: "Gedeeld lidmaatschap levert al onze leden kwalitatief meer op." ●



Jan Meerman

- » Werd in 1995 directeur van Mitex, de brancheorganisatie voor mode, schoenen en sportdetailhandel. In 2003 werd hij door de leden tot voorzitter van Mitex gekozen.
- » Sinds de fusie op 1 juli 2009 met de Centrale Branchevereniging Wonen is Jan Meerman voorzitter van CBW-MITEX die in 2013 een naamsverandering heeft ondergaan en INretail is gaan heten.
- » Is sinds 2014 vicevoorzitter van MKB Nederland
- » Werd op 1 januari 2017 benoemd tot algemeen directeur van INretail.
- » Kent Frank van der Heide al 30 jaar. "Het leuke vind ik dat hij nog steeds dezelfde is: nieuwsgierig, gretig en van toegevoegde waarde. Vroeger ging hij zingend door het gebouw, wist de boel altijd weer op te vrolijken. Tegenwoordig zingt hij niet meer, hij fluit. Ook goed."
- » "Waar we samen sterk in zijn? We keren altijd samen terug naar de vraag: voor wie doen we dit?"



Frank van der Heide

- » Was van 2000 tot 2005 commercieel manager bij Mitex.
- » Werkte tussen 2005 en 2013 als commercieel manager voor VDM Woningen.
- » Is sinds 2013 directeur Tuinbranche Nederland en directeur van de Nationale Tuinbon.
- » Startte zijn loopbaan bij MITEX en kent Jan dus al lang. "Hij blijft altijd dichtbij zichzelf. Ik herken de manier waarop hij naar ondernemers kijkt, ideeën heeft over hoe het beter of efficiënter kan. Hij inspireert en prikkelt."
- » "Het bijzondere vind ik dat een Zeeuw en een Fries zo goed samen kunnen werken. We zijn strijdlustig en nuchter, we vullen elkaar aan."

