

# Lesli Recreatie: beheerste groei



Starshade Alu 5.4 meter hoog

Het is alweer een jaar geleden sinds we voor het laatst spraken met Wim de Groot, sales manager bij Lesli Recreatie te Lichtenvoorde. Dit bedrijf is leverancier van tuinmeubilair, buitendecoratie, deurgordijnen en overige accessoires voor in de tuin. Ze leveren aan tuincentra, doe-het-zelf zaken en retailorganisaties zoals Agri - retail en Multimate. Lesli Recreatie noemt zichzelf een 'goede middenmoter' in de tuinmeubelbranche. Het bedrijf verkoopt tevens vuurwerk onder de naam Lesli Vuurwerk. In deze sector is Lesli Vuurwerk een absolute trendsetter. Met De Groot kijken we vooruit en blikken we terug.

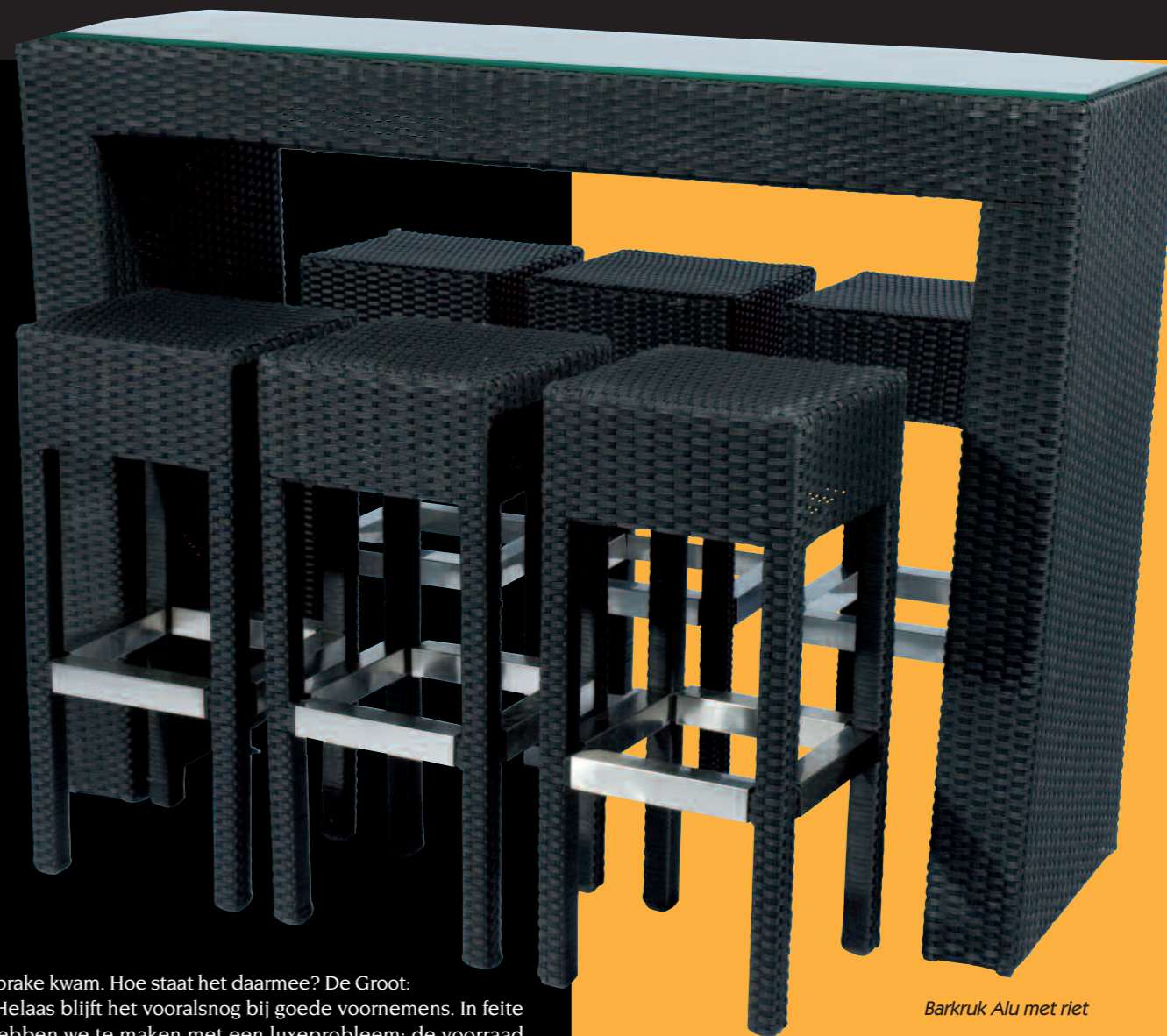
Je zou verwachten dat de resultaten wat tegevallen, gezien de slechte zomer. Niets blijkt minder waar, zo vertelt De Groot tevreden. "De nazomer van 2006 was uitstekend, als ook de eerste lentemaanden van dit jaar. We merkten het aan de orders en vooral aan de na-orders in februari. Bij onze klanten was de voorraad op, dus moest er extra besteld worden.

Kijkend naar de cijfers tot nu toe, kan ik alleen maar concluderen dat we een goed jaar gedraaid hebben. Ok, het is nu een wat mindere periode, maar dat is vooral ook een gevoelskwestie. Het is niet koud, maar zodra er even geen zon is, spreken mensen al van een slechte zomer. Dat blijft

dan helaas hangen." Voor we het onderwerp 'uitbreiding' aansnijden, eerst nog even een profielschets van Lesli Recreatie. De Groot: "Lesli komt voort uit een familiebedrijf. Destijds begonnen we als groothandel van eenvoudige huishoudelijke producten voor winkels in de omgeving. Langzamerhand groeiden we door naar leverancier voor de groothandels en de deaillisten." Volgens De Groot is Lesli Recreatie geen trendsetter maar een trendvolger. "In vergelijking met de gerenommeerde jongens in de branche zijn wij relatief een kleine speler. In die positie moet je niet voorop willen lopen. Wij mikken op het kwalitatieve middensegment, met steeds een basicvariant voor de

onderkant van de markt." De Groot weet niet meer precies waarom de vuurwerkdivisie erbij is gekomen, maar wel weet hij dat Lesli Vuurwerk is uitgegroeid tot een instituut. "Zestien jaar geleden besloten we om de meubels en het vuurwerk in twee verschillende BV's onder te brengen, maar in de praktijk loopt de handel door elkaar heen.

De consument denkt pas in december aan vuurwerk, terwijl wij nu al druk doende zijn om alles op tijd orderklaar te krijgen." De opslagplaats van het vuurwerk is een stuk verderop, in een goed beveiligd pand aan de rand van Lichtenvoorde. Dan die beloofde uitbreiding, die ook vorig jaar al ter



Barkruk Alu met riet

sprake kwam. Hoe staat het daarmee? De Groot: "Helaas blijft het vooralsnog bij goede voornemens. In feite hebben we te maken met een luxeprobleem; de voorraad groeit sneller dan onze opslagcapaciteit. Enkele oorzaken hebben er echter voor gezorgd dat we nog niet in een ruimer pand zitten. In de eerste plaats heeft de vuurwerkcramp te Enschede geresulteerd in strengere wetgeving rondom vuurwerkopslag. Als autoriteit op vuurwerkgebied moeten en willen we aan die normen voldoen. Dat betekende een forse investering waar nogal wat geld mee gemoeid was. Niet onoverkomelijk, maar ook niet een uitgave die je elk jaar doet. Vandaar dat we even een pas op de plaats moeten maken. Ook de ambtelijke molens spelen een rol. We hebben reeds een hoeveelheid grond in ons bezit, maar voordat alle vergunningen rond zijn, ben je zo een jaar verder."

Op het moment van schrijven zijn De Groot en zijn collega's al hard aan het nadenken over de SPOGA, hét vakevenement voor de (tuin)meubelbranche. Hier vinden klanten en dealers elkaar, hier kunnen bezoekers kennis nemen van de laatste trends. Hoe gaat Lesli Recreatie zich presenteren? "In princi-

pe doen we hetzelfde als andere jaren, uiteraard met hier en daar een accentverschil. Mensen willen immers nieuwe dingen zien. Het is vooral belangrijk dat het plaatje klopt; mooi voor het oog, een goede compositie en een goede balans in de tentoongestelde producten. We hebben in elk geval een lange stand, zodat mensen een goed beeld krijgen van wat Lesli Recreatie zoal te bieden heeft." Hij denkt na over nieuwe trends in de markt. "Om eerlijk te zijn is de tuinmeubelmarkt niet opvallend trendgevoelig. Je ziet wel dat design een vaste waarde is geworden, net als nieuwe zitvormen zoals loungen. Uiteraard spelen wij daarop in, maar het is niet zo dat we elk jaar te maken hebben met hele nieuwe ontwikkelingen."

Qua voorwaarden is er echter wel een duidelijke trend waarneembaar, een ontwikkeling die ook De Groot niet is ontgaan. Consumenten kiezen steeds vaker voor 'verantwoorde' producten. FSC-hout, schone producten en goede arbeidsvoor-



COLLECTIE

Bartafel Alberta teak

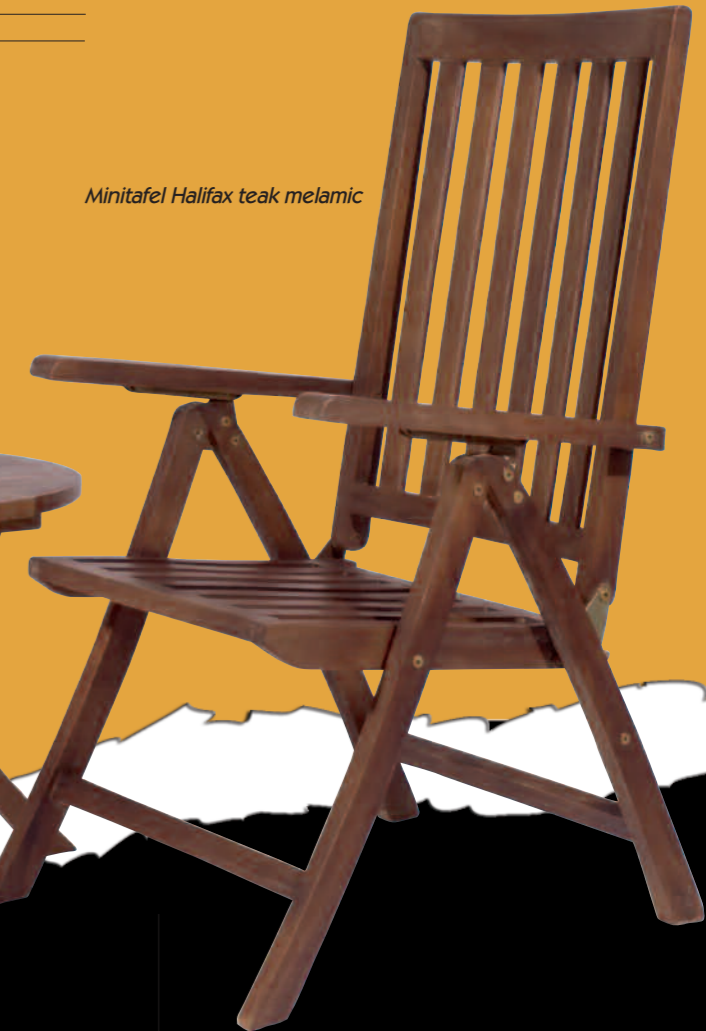


Dienblad Halifax



COLLECTIE

Minitafel Halifax teak melamic



Armstoel Halifax teak melamic

waarden in het land van herkomst. De Groot over die trend. "Zover als mogelijk houden we rekening met dit soort zaken bij de inkoop, maar dat is zeker niet altijd gemakkelijk. Onze teakmeubelen worden geproduceerd uit speciaal daarvoor aangelegde bossen en bij fabrieksbezoeken in China, kijken we ook altijd naar de omstandigheden. Probleem is dat er nogal eens gesjoemeld wordt met zowel producten als papieren." Bij Lesli Recreatie wordt er ech-

ter nagedacht over vastgestelde richtlijnen omtrent maatschappelijk verantwoord ondernemen. De Groot overziet de markt. Een markt die qua leveranciers redelijk op slot zit. "Hier in het Oosten van het land manifesteren we ons redelijk goed, maar vooral in het Westen en het Noorden valt er nog een wereld te winnen. Je hebt te maken met bedrijven die al lang een vaste leverancier hebben, en niet zomaar zullen switchen. Voor ons betekent het dat we slim moeten inspelen op gebeurtenis-

sen. Zo hadden we twee broers die klant bij ons waren. Eentje ging zelfstandig door in een heel ander gebied, maar nam ons als leverancier mee. Anderen horen dat en bellen op om eens te komen praten. Op die manier krijg je ergens een voet tussen de deur; mond-tot-mond reclame." Niet alleen in ons land, ook in Duitsland ligt er nog een markt open. Wim de Groot leidt ons door de showroom, die momenteel volgepakt staat met tuinmeubelen en accessoires. Zo krijgen we een impressie van het

aanbod. We zien meubelsets, compleet uitgevoerd in donker rotan, met bijpassende dikke kussens. Ook treffen we hoge, lichte houten tafels met bijpassende barkrukachtige stoelen. De Groot legt uit: "In de horeca is dit concept al gemeengoed en je ziet dat dit langzaam doorsijpelt naar de consumentenmarkt. Het is weer eens wat anders dan de traditionele tuinsets." Zelf is hij erg gecharmeerd van de neokoloniale, donkerhouten teakmeubelen. Robuust, stevig en strak afgewerkt. Hij wijst op een gietijzeren prieel, overkapt door een polyester dak. "In eerste instantie gaan we voor kwaliteit. We hebben ook partytenten met een PE dak, maar dit is net even wat chiquer." De showroom is verder gevuld met parasols, deurgordijnen in alle mogelijke kleuren, terraskachels, decoratieve ornamenten, campingartikelen en zelfs kleine zwembadjes; kortom alles voor een sfeervolle tuin. Uiteraard besteden we even aandacht

aan de vuurwerkdivisie van Lesli. Een branche waarin het bedrijf koploper en trendsetter is. In de beginjaren was het Lesli Vuurwerk, die als eerste contact zocht met het toenmalige communistische regime in China om handel te drijven. Tal van wederverkopers en detailisten betrekken hun vuurwerk uit Lichtenvoorde. De Groot laat de kersverse catalogus zien, met de producten die over enkele maanden weer massaal over de toonbank zullen gaan. Het bedrijf biedt niet alleen de grootste collectie van Nederland, men heeft ook een uitgebreide showroom, organiseert workshops en voorlichtingsbijeenkomsten voor klanten en ook beheert Lesli Vuurwerk een uniek e-shop systeem via internet. Voor klanten is het mogelijk om een eigen webwinkel te openen, waardoor er nog meer omzet gerealiseerd kan worden. De catalogus biedt niet alleen het bekende knal- en siervuurwerk, Lesli Vuurwerk levert ook enkele zeer exclusieve pakketten waaronder speciale Wenspijlen die een toe-

passelijke boodschap de lucht in knallen. De targets voor 2008? Welke doelen wil Lesli Recreatie en Lesli Vuurwerk nog realiseren? "We gaan voor beheerste groei. Geen verrassend streven, want dit zou een doel voor elk bedrijf moeten zijn. Ik heb het dan ook niet alleen over harde cijfers, maar ook over een stukje nazorg. Het is belangrijk dat we klanten nabellen om te zien of alles naar wens is. Ondersteunen en adviseren waar mogelijk. De aftersales, zoals dat heet, is net zo belangrijk als de daadwerkelijke verkoop. Hier gaan we zeker op inzetten." Dan de uitbreiding. Volgens De Groot duurt het allemaal nog wel even. Hij verwacht dat die gewilde showroom pas ergens in 2009 actueel wordt. "Voorlopig gaan we door op de ingeslagen weg. Kleine stapjes maken en langzaam groeien. We zijn op de goede weg", aldus De Groot. Die nuchtere houding zorgt er ongetwijfeld voor dat Lesli Recreatie te Lichtenvoorde zijn marktpositie behoudt en verbetert.