



Groothandel

De basic kleuren worden afgewisseld door een enkel kleuraccent, zoals van deze limegroene vazen (vanaf €5,50). De komende herfst en winter zet het bedrijf helemaal in op metallic glazuren in warme kleuren als brons en koper.

De showroom in Oud-Gastel is ingericht in de stijl van PTMD: stoer, sober, sfeervol. De opvallende deur is een oude kerkdeur uit Spanje. De showroom is op afspraak te bezoeken. PTMD heeft ook een cash-and-carry in Aalsmeer, die op werkdagen geopend is.

Jos van Opdorp



Voor deze Antique Silver-schaal van glas met een zil-verkleurig laagje is het gebruik van droge materialen aan te bevelen. Prijs: vanaf €15.

PTMD: stoer, sober, sfeervol

Een duidelijke huisstijl en stoere, sfeervolle producten in veelal basic tinten. PTMD heeft herkenbaarheid hoog in het vaandel staan. „Klanten moeten gelijk kunnen zien dat een vaas van ons is”, aldus oprichter Jos van Opdorp. In Oud-Gastel heeft de groothandel de beschikking over een loods en kantoor van in totaal 12.500 m². Hierdoor is snel leveren mogelijk.

Tekst: Cornéline Lanooy Foto's: Gerdien de Nooy

Spiegels met lijsten van houtsnijwerk en een vaas uit de serie Comny. Alle series hebben een naam om de herkenbaarheid te vergroten en het nabestellen te vergemakkelijken.



Zo'n anderhalf jaar geleden verhuisde groothandel PTMD (voorheen Pot en Mand) van Maassluis naar Oud-Gastel. In het West-Brabantse dorp kreeg het bedrijf de beschikking over een (bestaande) loods van 12.000 m² en lieten de eigenaren een showroom en kantoor bouwen.

Yvonne en Jos van Opdorp begonnen in 1991 de groothandel in Maassluis. Inmiddels is de directie uitgebreid met Gideon van der Dussen, Jan-Peter Peeters en Marieke Linders. Jos: „Zo'n acht jaar geleden ging het aan me knagen dat ik steeds minder met de handel en de producten bezig was en steeds meer met de financiën, arbo-zaken, douane enzovoort. Om weer meer creatief bezig te kunnen zijn, hebben Yvonne en ik de anderen gevraagd erbij te komen. Nu kan ik me weer helemaal richten op presenteren, ontwerpen en de contacten met Azië. Heerlijk!”

Herkenbaar

PTMD heeft volgens Jos een slogan die „helemaal bij ons bedrijf en onze collectie past”: stoer, sober, sfeervol. „Onze producten hebben een stoer en sober uiterlijk. De kleuren zijn veelal basic met een enkele uitschieter naar roze, blauw of groen, maar dan wel met een 'oude look'. Met onze collectie

kunnen bloemisten én consumenten sfeervol presenteren.”

PTMD vindt de herkenbaarheid van haar producten heel belangrijk. „Klanten moeten gelijk kunnen zien: dit is van PTMD”, vertelt Jos. Naast aardewerken vazen en potten behoren glaswerk, lampen, spiegels, fotolijsten en bestek tot het assortiment. „De laatste jaren zijn steeds meer bloemisten woonaccessoires gaan verkopen en op die trend spelen wij in. Maar de hoofdmoot blijven de vazen en de potten.”

Behalve op de herkenbaarheid richt PTMD zich op vier andere pijlers: alles is op voorraad leverbaar, continu vernieuwen, een goede prijs-kwaliteitverhouding en een laag minimum te besteden bedrag/de mogelijkheid kleine aantallen te bestellen.

Schamen

In grote magazijnen in Oud-Gastel staan alle producten opgeslagen. Dagelijks maken 25 medewerkers de bestellingen klaar. De producten, die merendeels in Aziatische landen worden gemaakt, komen in de haven van Rotterdam aan en worden dan naar Oud-Gastel getransporteerd. Geplaatste bestellingen worden automatisch verwerkt. Jos: „Binnen een halfuur is de pakbon op kantoor en kan de voorraad worden afgeboekt. Ik durf te stellen dat wij voor bijna 100% op tijd leveren. We schamen ons als klanten niet binnen twee weken worden beleverd.” Bloemisten worden zo'n zes keer per jaar door vertegenwoordigers met showroombussen bezocht. In de bussen staan de nieuwste

Bedrijfsprofiel

Naam: PTMD

Eigenaren: Yvonne en Jos van Opdorp, Gideon van der Dussen, Jan-Peter Peeters en Marieke Linders

Start: 1991

Medewerkers: 120 totaal; 70 in Nederland
Doelgroep: bloemisten in midden- en hoge segment; 20% in Nederland, 80% in buitenland: België, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, Zwitserland, Italië en Oostenrijk.

Producten: potten, vazen, schalen van aardewerk en glas, spiegels, fotolijsten, windlichten, lampen, bestek

Oppervlakte: 500 m² kantoor en showroom, 12.000 m² loods

Adres: Pietseweg 13, 4751 RT Oud-Gastel, (0165) 51 70 00, www.ptmd.nl





Houten ballen met printmotief. Het toepassen van applicaties, ornamenten en prints heeft PTMD een aantal jaren geleden in gang gezet en die trend is nog lang niet over, volgens mede-eigenaar Jos van Opdorp. De ballen zijn verkrijgbaar vanaf €3,99.



De serie Knokke Romance bestaat uit robuust aardewerk met een bloemenprint. Verkrijgbaar vanaf €9,99.



In de wand hangen deze schermen waarop de verschillende producten achter elkaar worden vertoond.



De presentatiekasten zijn afgewerkt met tegellijm, dat met hoogglans is behandeld.

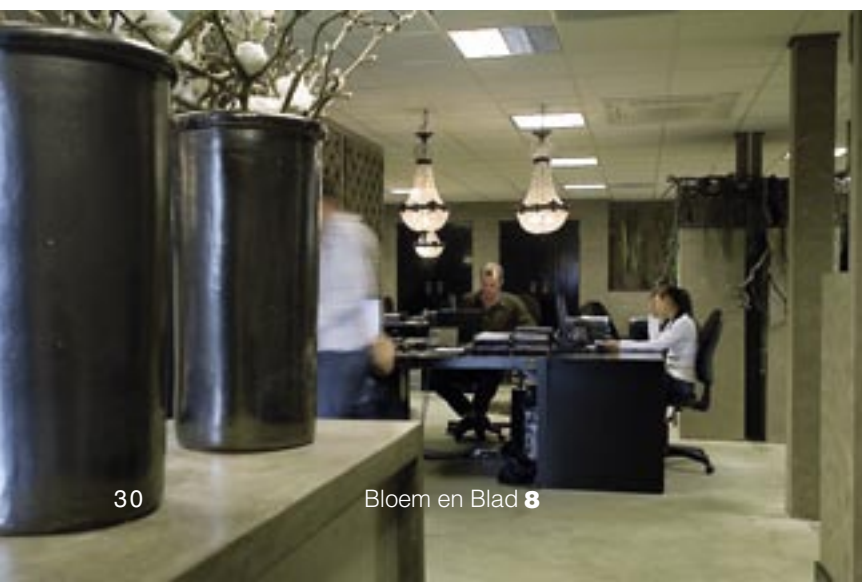


De grote lampen in de showroom komen uit Egypte. Behalve uit Aziatische landen importeert PTMD uit dit land en Marokko.



In de loods staan alle producten op voorraad. PTMD 'schaamt zich' wanneer het niet binnen twee weken kan leveren.

Herkenbaarheid is een steeds terugkerend thema bij het bedrijf. Showroom, producten, maar ook het kantoor (foto) en de beursstand ademen dezelfde sfeer.



Hoewel nieuw gemaakt, hebben de producten van PTMD altijd een 'oude look'. Deze vaas in de serie Diskus black/silver is te koop vanaf €5,50.

▶ Meer foto's van de showroom van PTMD zijn te zien op www.bloemenblad.nl

producten, die direct besteld kunnen worden.

PTMD vindt het voortdurend vernieuwen van het assortiment erg belangrijk. De collectie, zo'n 3.500 tot 4.000 items, wordt ongeveer zes keer per jaar veranderd. Vier mensen, onder wie Jos, zijn dagelijks bezig met het vernieuwen en veranderen van producten. Inspiratie haalt Jos veelal uit reizen, musea, architectuur, stoffen- en meubelbeurzen. „Eigenlijk uit zo min mogelijk op kantoor zitten en altijd m'n ogen open houden”, zegt hij lachend. Ideeën worden uitgewerkt in schetsen en tekeningen, die naar de productielanden worden gestuurd. Over en weer kunnen wijzigingen worden aangebracht en ten slotte reist Jos zo'n vijf, zes keer per jaar naar Azië om de producten „te zien en te voelen”. Pas daarna worden ze in productie genomen, na afspraken over prijs en aantallen.

Omdat PTMD grote aantallen bestelt, kan het bedrijf afspraken maken met de leveranciers over exclusiviteit. „Ze leveren voor 60% aan ons, de overige 40% zijn klanten in landen die wij niet beleveren.” Kopiëren is schering en inslag in de wereld van de groothandels, maar Jos zegt dat PTMD dit niet doet. Wel vertelt hij dat beïnvloeding van buitenaf onontkoombaar is. „Jaarlijks 4.000 unieke items op de markt brengen, lukt niemand. Ik zie regelmatig ergens een mooie print of een leuk motief waar ik iets mee doe. Het is mijn tweede natuur om dingen te zien; daar geniet ik van. Maar puur kopiëren? Nee, dat gebeurt echt niet.”

Om het kopiëren van eigen producten tegen te gaan, laat PTMD vaak zijn logo aan de onderkant van een product mee gieten. Zo is snel te zien of een ander het heeft nagemaakt. Verder zijn bepaalde maten,

materialen en ornamenten van wat duurdere producten geregistreerd, zodat kopieerders aangepakt kunnen worden. „En dat hebben we al een aantal keer met succes gedaan.”

Betaalbaar

Een mooi product tegen een betaalbare prijs leveren, is ook een belangrijk criterium, vertelt Jos. „We blijven het potje van zestig eurocent aanbieden, maar ook die duurdere vaas. Maar omdat we met grote aantallen werken, blijft alles betaalbaar. Klanten verwachten dat ook van ons. Dat potje van zestig cent moet niet meer gaan kosten. Dan past het niet meer in ons prijsbeeld.” In Nederland is het minimale bedrag dat afgenomen moet worden, €200. De bestelling wordt daarvoor gratis afgeleverd. PTMD geeft ook de mogelijkheid kleine aantallen te kopen.

Vanaf mei dit jaar kunnen bestaande klanten via de website van het bedrijf producten bestellen. Zij krijgen hiertoe een code van een vertegenwoordiger. Nieuwe klanten krijgen geen code. Zij krijgen eerst bezoek van een vertegenwoordiger. „We vinden het belangrijk klanten persoonlijk te ontmoeten en te kijken of het klikt.”

Plannen voor de toekomst heeft het bedrijf volop. Binnenkort is een groot gedeelte van de PTMD-collectie ook in de Verenigde Staten te koop. Het klantenbestand in Nederland uitbreiden zit niet in de planning. Liever wil het bedrijf de bestaande klanten behouden en bij hen meer omzetten. Dat gebeurt onder meer door reclamecampagnes. In de advertenties worden altijd meerdere bloemisten en/of woonwinkels genoemd waar de producten te koop zijn. „Zo wordt zo'n advertentie ook aantrekkelijk voor de bloemist.”