



# Van 275 naar ruim 3500 golfbanen in amper een half jaar

**Roon Hylkema: 'Veel overeenkomsten tussen markt in Benelux en Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Ierland'**

**Zes jaar geleden stond in Greenkeeper een interview met Roon Hylkema. Hylkema meldde bij die gelegenheid dat hij zijn bedrijf Jean Heybroek had verkocht aan Royal Reesink. Recent meldde Reesink een even opzienbarende stap: Reesink koopt de complete Toro-distributie voor het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Denemarken en groeit daarmee in één klap van een markt van ongeveer 275 banen in Nederland en België naar ruim 3500 banen.**

Auteur: Hein van Iersel

Als je ziet wie de oude eigenaar is van de Toro-distributie in bovenstaande landen, is de stap best logisch: Lely. Lely Industries is een oer-Nederlands bedrijf (uit Maassluis), dat gedurende ongeveer 35 jaar verantwoordelijk was voor de distributie van Toro-machines in de UK en Ierland en sinds 2010 in Denemarken, maar als hoofdactiviteit het ont-

wikkelen van melkrobots en hooibouwmachines heeft. Natuurlijk, ook een melkrobot heeft met gras te maken, maar dan toch wel op een andere manier. Daarnaast is Lely vooral goed in de productie en ontwikkeling van machines. Reesink op zijn beurt is vooral gespecialiseerd in de business-to-business verkoop en distributie van machines,

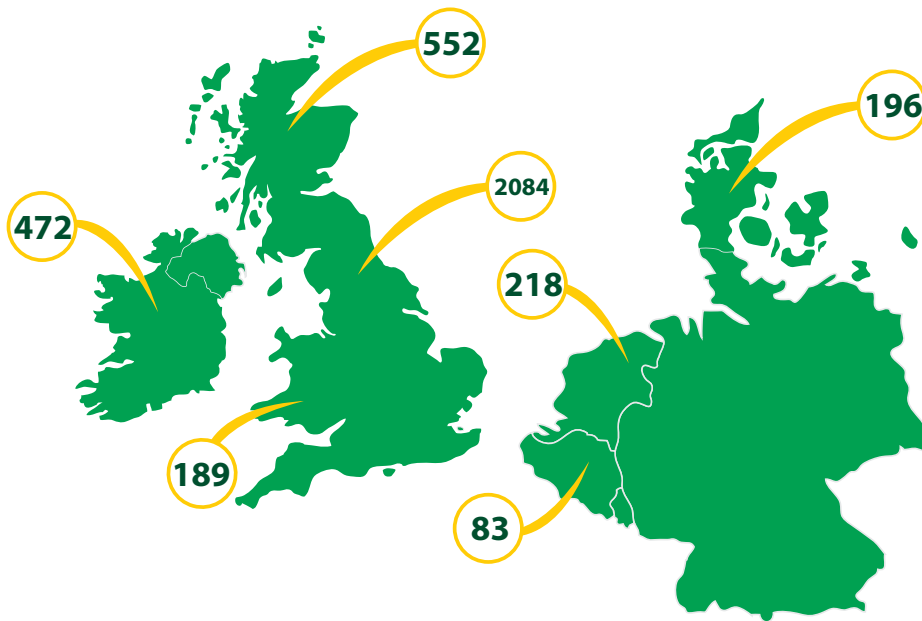
met een duidelijke focus op de lange termijn. Voor het Amerikaanse Toro bijvoorbeeld wordt al bijna zeventig jaar de distributie in Nederland door Jean Heybroek verzorgd.

Twijfel over het vakmanschap en de focus van Royal Reesink lijkt dus niet op zijn plaats. Maar het



3 min. leestijd

## ACTUEEL



Aantal golfbanen: 2015 (bron: Golf.nl)

### OMZETONTWIKKELING ROYAL REESINK (LAATSTE ZES JAAR MLN €):

2015	489,5
2014	473,2
2013	402
2012	185
2011	173
2010	216

is heel voorzichtig en zeer beperkt dezelfde ontwikkeling gaande. Een klein aantal dealerbedrijven is daar de afgelopen jaren overgenomen door Lely Industries en vallen nu onder Reesink Turfcare. Lely (en nu dus Reesink) heeft in Schotland in juni van dit jaar een eigen vestiging geopend. Concrete plannen om dit elders in de UK nog verder uit te breiden, zijn er niet.

## Van iedere tien golfmachines die in de Benelux worden verkocht, hebben er minimaal vijf een Toro-logo op de grille

blijft natuurlijk een behoorlijke stap, om in één keer een collega over te nemen die in de golfsector welbeschouwd meer dan tien keer zo veel marktpotentie heeft. Hylkema lijkt daar echter niet van onder de indruk. Dat heeft in zijn visie vooral te maken met het feit dat het complete management van alle Lely-bedrijven gewoon aan boord blijft en dat verder alles *business as usual* blijft. Hylkema: 'Eigenlijk is het zelfs jammer dat we de Lely-bedrijven moeten omdopen van Lely naar Reesink Turfcare. Als Reesink een bedrijf overneemt, blijft het bedrijf gewoonlijk onder de oude naam draaien. In dit geval wilde de oude eigenaar dat echter niet.'

### Paralleel

Als Hylkema begint te vertellen welke plannen er zijn in de 'nieuwe' landen, blijkt pas hoeveel overeenkomsten er zijn tussen de verschillende markten. Hylkema wil niet zeggen hoe sterk Heybroek en Toro in Nederland en België zijn. Verder dan 'absolute marktleider' in Nederland wil hij niet gaan. Dat wil zeggen dat van iedere tien golfmachines die in de Benelux worden verkocht, er minimaal vijf een Toro-logo op de grille hebben. Ook in het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Denemarken is Toro sterk aanwezig en zeker marktleider. Wat de nieuwe landen verder van Heybroek kunnen leren, is dat er ook in het openbaar groen enorme kansen liggen. De groei van Jean Heybroek in de afgelopen tien jaar heeft zich ook in dit marktsegment voltrokken. Met name in het Verenigd Koninkrijk, waar Ransomes Jacobsen een sterke thuismarkt heeft, is wat dat betreft nog een wereld te winnen. Jean Heybroek werkt sinds enkele jaren met zogenaamde support centers golf (JH-SCG). Dat houdt in dat de volledige verkoop via Jean Heybroek verloopt en dat dealers zich moeten onderscheiden door middel van service. Hiervoor wordt veel aandacht besteed aan training van de technische medewerkers van de dealers. Volgens Hylkema heeft dat geleid tot een enorme omzetgroei in zowel golf als openbaar groen. Toro-dealers konden hun verkoop niet in de golf halen en specialiseerden zich daarom in openbaar groen. Ook in de golfsector leidde de stap tot hogere omzetten. Hylkema: 'Voor een kleinere dealer was het onmogelijk om zijn kennis op peil te houden voor slechts enkele golfbanen in zijn verzorgingsgebied. Feitelijk werd daar verlies op gemaakt.' In Engeland



Be social

Scan of ga naar:

[www.Greenkeeper.nl/artikel.asp?id=9-6025](http://www.Greenkeeper.nl/artikel.asp?id=9-6025)