

5.1.5 Marktleider in pergola's en blokhutten

Toen Danny van den Berg eind jaren zestig voor zijn werk in Duitsland kwam, viel hem op dat veel tuintjes beschikten over houten hekjes, die hij in Nederland zelden had gezien. Het idee om in dat gat in de markt te springen was geboren en leidde in 1970 tot de oprichting van Bergenco, waar een paar jaar later de merknaam Hillhout aan werd toegevoegd. Nu, 35 jaar na de oprichting, is het Zwolse bedrijf marktleider in zijn branche. De tuinhekken, blokhutten en pergola's van Hillhout Bergenco gaan zelfs tot ver over de grens.

In de begintijden van het bedrijf werd gewerkt vanuit een opslagplaats in de buurt Frankhuis bij Zwolle. Van den Berg, die Zwolle vooral koos als vestigingsplaats vanwege de centrale ligging, hield zich in het begin vooral bezig met het importeren en doorverkopen van schaarhekken. "Maar doordat leveranciers het vaak lieten afweten, zijn we vanaf 1976 zelf de



productie gaan doen", vertelt zoon Olaf van den Berg (28), marketingmanager bij Hillhout Bergenco. Even daarvoor was al de merknaam Hillhout ('Berg'-hout) bedacht.

Het assortiment van houtproducten werd gaandeweg uitgebreid en al in 1977 begon Hillhout te leveren aan klanten in België en Duitsland. Begin jaren tachtig kwam de 'tuinbusiness' in Nederland echt goed op gang. Olaf van den Berg: "Er kwam groeiende interesse bij de consument voor de inrichting van de tuin en de gespecialiseerde tuinbedrijven kwamen dan ook snel opzetten. 'De tuin' werd big business en dat is het eigenlijk nog altijd. Mensen zijn de tuin steeds meer als verlengstuk van hun woonkamer gaan zien, en minder als een opbergplaats."



Hillhout Bergenco profiteerde van de groei en breidde zich uit. Vandaag de dag beschikt het bedrijf, nog altijd geleid door directeur Danny van den Berg (60), over drie terreinen op industrieterrein Voorst C. Aan de Schokkerweg vindt de productie plaats, terwijl de administratie, verkoop en distributie verzorgd wordt op het hoofdkantoor, even verderop aan de Hoekerweg 1. Tenslotte heeft Hillhout Bergenco nog een pand aan de Hoekerweg 14 voor reclame, marketing en klantenservice en een distributie centrum in het Pijnacker (Zuid-Holland). In totaal werken er in Zwolle 175 man, waarmee het



kloppend hart van het bedrijf in de voormalige Hanzestad ligt. “Hier gebeurt alles”, beamt Van den Berg.

Het bedrijf richtte zich vanaf het begin van de jaren tachtig nadrukkelijk op het bedienen van tuincentra en de vakhandel.. “Er is toen bewust gekozen voor het produceren van een A-merk. Met een breed assortiment, waarbij we ook steeds weer proberen te brengen wat anderen niet hebben”, aldus Van den Berg. “Dat doen we ook door 10 jaar garantie te bieden op onze producten.”

Hillhout kan dit doen vanwege het gebruik van moderne impregneertechnieken, waarmee houtrot wordt tegengegaan. “Wij waren de eerste die dat in Nederland deden bij particuliere tuinproducten, en die lange garantie is nog altijd uniek. Verder controleren we tijdens het hele productieproces steeds weer de kwaliteit van het hout en de afwerking van de producten.”

Naast het A-merk Hillhout levert Bergenco, dat in 2004 overgenomen werd door de Amerikaans-Nederlandse handels- en distributiemaat-

schappij Deli Universal, ook het duurdere en fijner bewerkte Hillhout Excellent en het B-merk Holgard voor de onderkant van de markt. In Nederland heeft het bedrijf zo’n 250 dealers.



Daarnaast heeft Hillhout Bergenco anno 2005 dochterondernemingen in Groot-Brittannië en Frankrijk en levert het onder meer aan landen als Spanje, Duitsland en zelfs Libanon. Van de export moet Bergenco het in de toekomst vooral hebben, zo schat Olaf van den Berg in. “Nederland is vooral een vervangingsmarkt.

Mensen hebben hun tuin vaak al ingericht, en kopen vooral producten als ze iets willen vervangen. De echte slag is in het buitenland te maken. Daar zit voor ons de groei. Bijvoorbeeld in Frankrijk.”

Hillhout Bergenco probeert steeds vernieuwend bezig te zijn en nieuwe producten te verzinnen. “Dat betekent op dit moment bijvoorbeeld dat je inspeelt op het populairder worden van kinderproducten, bijvoorbeeld schommels en speelhuisjes, en trends zoals strakke en retro stijlen, die uit het binneninterieur afkomstig zijn.”