



Concept: Imagro BV  
Realisatie: Arcadis

## Noorse symboliek op Floriade Boomkwekerijpaviljoen geeft 'kijkje in de keuken'

De collectieve inzending van de boomkwekerijsector voor de Floriade 2012 is nog volop in aanbouw. De inzending, gebaseerd op een Noorse mythe, laat bezoekers niet alleen kennismaken met de boomkwekerijproducten, maar vooral ook met de werkwijze van de sector. Een trendbreuk ten opzichte van eerdere sectorale Floriade-inzendingen.

Auteur: Matthijs Mesken / Ruud Jacobs

Op 27 april ging op het Floriade-terrein in Venlo de eerste paal voor het toekomstige boomkwekerijpaviljoen de grond in. Een jaar eerder gaf de boomkwekerijsector het symbolische startsein voor de collectieve inzending. Toenmalig NBvB-voorzitter Jan van Leeuwen, Anthos-voorzitter Henk Westerhof en directeur Projecten Floriade Sven Stimac waterden in 2009 de eerste boom - een *Platanus hispanica* - aan met een gouden gieter. Deze plataan vormt volgend jaar het kloppend hart van het boomkwekerijpaviljoen. De keuze voor een plataan is niet toevallig, zo verwoordde Van Leeuwen twee jaar geleden. "Een plataan is een boom van internationale allure, die je overal in Europa tegenkomt op centrale plekken. Bij de vorige Floriade hebben we als sector ook een plataan geplant, om de kracht van de sector als leverancier van prominent groen naar te zetten, onze 'groene oerkracht' uit te stralen.

Dit is iets wat niet ophoudt, wat altijd door moet gaan. Vandaar dat we hebben gekozen voor de plataan als constante factor, als symbool van de sector."

### Eén miljoen euro

Voorafgaand aan het moment dat deze plataan in Venlo de grond in ging, was al een lang traject doorlopen. De aftrap hiervoor is in 2007 gegeven, toen de Raad voor de Boomkwekerij een speciale Floriadecommissie instelde, met hierin vertegenwoordigers van Anthos, NBvB, PPH en PPO. Afgezien van de collectieve inzending houdt deze commissie zich ook bezig met de sectorparticipatie in de totale Floriade. "De Floriade is voor ons als sector een unieke mogelijkheid om onze producten en productiemethoden te tonen aan een miljoenenpubliek. In Venlo worden in 2012 minimaal 2 miljoen bezoekers verwacht.



Als commissie houden wij ons echter niet alleen bezig met de collectieve inzending, maar ook met de sectorparticipatie in de totale Floriade", aldus Matthijs Mesken, die vanuit Anthos zitting heeft in de Floriadecommissie.



Henk Westerhof

Naast de realisatie van het boomkwekerijpaviljoen, geeft de Floriadecommissie beplantingsadvies aan de landschapsarchitecten die bij de wereldtuinbouwtentoonstelling betrokken zijn en participeert zij in een ontvangstpaviljoen, dat samen met andere tuinbouwsectoren wordt ingericht. Dit alles wordt voor het grootste deel gefinancierd uit PT-gelden. In totaal is ruim één miljoen euro gereserveerd voor alle Floriade-activiteiten van de boomkwekerijsector. Op de vraag aan Anthos-voorzitter Henk Westerhof of hij verwacht dat dit bedrag van 1 miljoen euro op de een of andere manier direct bij de boomkwekerijsector terugkomt, antwoordt Westerhof: "Nee, het is zeker geen hard verkoopargument of, zoals een collega uit de tuinbouwsector ooit zei: 'Wij verkopen er geen pond spruitjes meer door'. Het is wel goed voor een



Matthijs Mesken

positief imago van de Nederlandse tuinbouwsector. Want wat weet de gemiddelde consument over de boomkwekerij? Dat is echt heel weinig. De tuinbouwsector is belangrijk genoeg en heeft een grote toegevoegde waarde. Het is een van de negen door de regering benoemde topgebieden."

#### Trendbreuk

De Floriadecommissie bepaalde allereerst vier kernwaarden als rode draad binnen de collectieve inzending: vakmanschap, innovatie, duurzaamheid en afzet. Deze kernwaarden zijn in het land tijdens zogeheten 'roadshows' besproken met kwekers en handelaren.

Het 3.000 m<sup>2</sup> tellende boomkwekerijpaviljoen komt in het themaveld 'Education & Innovation'.



Mike Otten

Niet geheel toevallig, want dit themaveld van de Floriade staat in het teken van onderwijs, innovatie en kennisoverdracht. En de sector wil in zijn eigen 'huis' niet puur en alleen producten tonen, maar vooral laten zien hoe kwekers en handelaren werken. Aan de hand van de eerder genoemde kernwaarden wordt bezoekers de kans geboden om een 'kijkje in de boomkwekerijkeuken' te nemen. In tegenstelling tot eerdere Floriadeinzendingen, toen enkel de producten centraal stonden, wil de boomkwekerijsector in Venlo duidelijk maken dat hij een hoogwaardige en vooruitstrevende sector is, die zich bewust is van zijn maatschappelijke positie. Kortom, een sector die belangrijk is in economisch, sociaal en ruimtelijk opzicht én voor de toekomst van de gehele leefomgeving. Henk Westerhof: "Ditmaal is er vooraf goed nagedacht over wat en welke

#### 'Yggdrasil' als inspiratiebron

De symboliek van de 'Yggdrasil-boom' vormt dé inspiratiebron voor de inzending van de boomkwekerijsector op de Floriade 2012. 'Yggdrasil' stamt uit de Noorse mythologie en is een wereldboom, kennisboom en levensboom in één. De letterlijke vertaling van 'Yggdrasil' is 'paard van Yggr'. Dit is een andere naam voor Odin, de oppergod uit de Noorse mythologie. De 'Yggdrasil-boom' is dus in staat om deze godheid te dragen en overall heen te voeren. Symbolisch gezien is Yggdrasil volgens de Noorse mythologie de as van de wereld, de boom waar de hele wereld op rust en omheen draait. Diep geworteld in de onderwereld groeit hij dwars door de mensenwereld heen naar de hogere wereld van het goddelijke, de plek waar Odin verblijft. "Het

verband tussen de symboliek van Yggdrasil en de boomkwekerijsector lijkt misschien ver gezocht", zo zegt artdirector Mike Otten van Imagro. "Maar dat is het niet. Integendeel. Bomen en planten zijn belangrijk voor de mensheid en voor de kwaliteit van het leven. Maar dit prachtige groen komt niet zomaar tot stand. Zeker niet in een wereld die steeds verder verstedelijkt. De boomkwekerijsector levert dus een belangrijke bijdrage aan die kwaliteit van het leven. Een bijdrage die we zichtbaar maken met deze Floriadeinzending. In feite is de boomkwekerijsector de 'stam' waardoor de levenskracht vloeit. Deze stam draagt de kruin, die staat voor 'het hogere'. In de visie van de sector is 'dit hogere' de duurzame wereld, waar we nu samen naar streven, een wereld die invulling krijgt door de aanwezig-

heid van bomen, planten en struiken. Ofwel: in een duurzame wereld draait het om de boom. Net zoals de wereld om de wereldas 'Yggdrasil' draait." Floriade-bezoekers moeten volgens Otten straks verbaasd en verwonderd zijn. Niet alleen over de visie van de sector, maar ook over zijn vakmanschap en innovatieve kracht. "Mensen worden zich tijdens de ontdekkingsstocht bewust van het belang van groen en van de centrale rol die de boomkwekerijsector daarin speelt, zowel voor de huidige als de toekomstige maatschappij. En dat is precies de bedoeling. Net als Odin laten de bezoekers zich straks meevoeren naar een hogere wereld. Een duurzame wereld, waarin groen een essentiële rol speelt. Een wereld gedragen door de boomkwekerijsector."

## De boomkwekerij van de toekomst

De boomkwekerijsector heeft op de Floriade 3.000 m<sup>2</sup> ter beschikking op het themaveld 'Education & Innovation'. Onder de titel 'De Boomkwekerij van de toekomst' worden verschillende voor de boomkwekerijsector relevante thema's gepresenteerd. Bezoekers worden geïnformeerd over de breedte en diepte van het assortiment boomkwekerijproducten en de gebruiksmogelijkheden daarvan. Daarnaast wordt getoond wat allemaal nodig is om tot die productie te komen. Hiervoor worden verschillende aspecten van de boomkwekerijsector in relatie tot innovatie en duurzaamheid gepresenteerd. Het uiteindelijke doel is dat de bezoeker de waarde van het boomkwekerijproduct herkent, een goed beeld krijgt van de boomkwekerijsector in zijn algemeenheid, de toegevoegde waarde van verschillende productencategorieën en de innovatiekracht van de sector. Binnen het kader van 'De boomkwekerij van de toekomst' wordt gefocust op de thema's:

- A. Vakmanschap/kwaliteit;
- B. Duurzaamheid;
- C. Innovatie;
- D. Afzet.

Binnen deze vier thema's komen verschillende aspecten aan de orde, zoals

### A. Vakmanschap/Kwaliteit

- Teelt: hoe wordt het product gemaakt?
- Demonstraties vakmanschap
- Workshops (enten, zaaien, snoeien,...)
- Voelen, ruiken en doen
- Imago: professioneel, niet oubollig

### B. Duurzaamheid

- Milieuvriendelijk: biologische bestrijding, bloemstroken
- Inbedding in omgeving: huisje met daktuin en geveltuin
- Kringlopen
- Bomen CO<sub>2</sub>-positief, carbon footprint

### C. Innovatie

- Sortiment: variatie, veredeling
- Technieken: informatie via chip, mechanisatie (GPS, robots)
- Gebruik: nieuwe toepassingen, juiste boom op juiste plaats, functioneel groen (fijnstof,...)

### D. Afzet

- Logistiek, kwaliteitsbehoud
- Relatie product met afnemers: tuincentrum, \ institutionele markt, bouwmarkt, hovenier
- Concurrerend, plaats in de wereld



Yggdrasil werd in het verleden vaak gezien als een gigantische es. Vele wetenschappers zijn het er tegenwoordig over eens dat er ooit een fout is gemaakt bij de interpretatie van de oude geschriften en dat de boom zeer waarschijnlijk een taxus (*Taxus baccata*) is. Deze vergissing zou haar oorsprong vinden in een alternatief woord voor de taxusboom in het Oudnoors, namelijk Naald Es (*barraskr*). Daarnaast wordt in oude bronnen, waaronder de Edda's, gesproken over een 'vetgrønster vida', wat 'altijd groene boom' betekent. Naaldbomen werden in het verleden vaak gezien als heilig, omdat ze nooit hun groen verliezen.



thema's we op de Floriade willen laten zien. Dat is in het verleden wel eens anders geweest. In tegenstelling tot de negatieve ervaringen van eerdere edities, heerst er nu een positief gevoel over de inbreng van de boomkwekerijsector."

### Plataan als 'landmark'

De vertaling van dit boomkwekerijgedachtegoed naar een concrete inzending, is in het najaar van 2009 neergelegd bij een drietal bureaus. De uiteindelijke keuze viel op het concept van communicatie- en adviesbureau Imagro in Ottersum. Dit idee is gebaseerd op de symboliek van de 'Yggdrasil-boom' (zie kaders). "Het ontwerp van Imagro - met 'Boomkwekerij van de toekomst' als werknaam - sloot het beste aan bij onze ideeën en bood de beste mogelijkheden om de geformuleerde kernwaarden in beeld te brengen. Daarbij vonden wij een eyecatcher, een 'landmark' belangrijk. Het ontwerp van Imagro kwam perfect aan deze wens tegemoet; de *Platanus Acerifolia* - volgens de achterliggende filosofie onze 'Yggdrasil'-boom - vormt het middelpunt van het paviljoen. En ook niet onbelangrijk: dit concept paste binnen het budget", zo laat Matthijs Mesken weten. Het boomkwekerijpaviljoen wordt nu om de plataan heen gebouwd, en in een patroon van jaarringen wordt getoond

wat de boomkwekerij heeft te bieden. De precieze invulling en inrichting van het paviljoen wordt nog nader uitgewerkt. "Het huis staat, de inrichting moeten we nog bepalen", symboliseert Matthijs Mesken de stand van zaken.

### Creatieve invulling

Over de precieze invulling van het boomkwekerijpaviljoen heeft de Floriadecommissie nauw overleg met zowel boomkwekers als Imagro. "Hierbij zoeken we steeds naar een creatieve combinatie tussen producten en de geformuleerde kernwaarden; we gebruiken onze bomen en planten om te laten zien hoe wij werken. Een vormboom die uiteindelijk bij de consument in de tuin staat, komt bijvoorbeeld niet zomaar tot stand. Dit vergt onder meer vakmanschap en innovatie. Hetzelfde geldt voor bijvoorbeeld de veredeling van rozen. Voor mensen uit de sector zijn zulke zaken heel logisch, maar voor buitenstaanders is dat vaak niet het geval. Zeg nu zelf: wij weten toch ook niet precies hoe een auto in elkaar wordt gezet?" zo besluit Mesken.