

GREENPORTCAFÉ AALSMEER:

‘Bloemen en planten verdienen beter’

“Nieuwe marktsegmenten en concepten ontwikkelen vereist meer samenwerking. Samenwerking is ook nodig om innovaties sneller marktwaardig te krijgen. De Greenportorganisaties kunnen ondernemers hierin ondersteunen”. Dat was een van de conclusies van Marcel Claessen, voorzitter van Flower Mainport Aalsmeer, aan het eind van het eerste Greenportcafé op 26 mei in Showkas de Arendshoeve in Aalsmeerderbrug. Ruim 100 gasten kwamen erop af. “Uit de gehele sierteeltcluster”, stelde vicevoorzitter Pieter Litjens van Greenport Aalsmeer tevreden vast.

Tekst en foto: PR

Bloemen en planten verdienen beter’ was het thema van het Greenportcafé, mede omdat de prijsvorming voor veel producten onder druk staat. “De groothandel is daar ook niet gelukkig mee”, aldus Marco van Zijverden, ceo van de Dutch Flower Group. Hij ging in op strategie en samenwerking, met als concreet voorbeeld onder meer de recent gevormde alliantie met de Mavuno-groep. Volgens Van Zijverden is deze alliantie het gevolg van de keuze van beide bedrijven om zich verder te specialiseren op de activiteiten, waar zij goed in zijn. “De Dutch Flower Group in marketing en logistiek, Mavuno in productie en productontwikkeling. Dat leidt tot optimalisatie in de keten van producent tot consument”, legde hij uit. De Dutch Flower Group verwacht dit jaar een omzet van € 950 miljoen te realiseren.

GREENPORT ESSENTIEEL

De Greenport is volgens de Dutch Flower Group essentieel voor Nederland als draaischijf in de internationale sierteeltsector. Verbetering van de bereikbaarheid, het stimuleren van duurzaamheid, kennis en innovatie en het profileren van de sector op de arbeidsmarkt en in het onderwijs zijn volgens Van Zijverden thema’s waar de Greenportorganisaties aan moeten werken. Peter Oei, directeur van SIGN (Stichting Innovatie Glastuinbouw Nederland) presenteerde aan de Greenportcafébezoekers verschillende voorbeelden van ‘out-of-the-box’ denken. “Planten zuiveren de lucht en verbeteren de akoestiek. Met mobiele plantenwanden kun je de directe leefomgeving dus verbeteren en daarmee creëer je nieuwe markten. En met planten als dakbedekking kun je warmte veel

beter binnen houden en de temperatuur gelijkmatiger houden. Gemeenten kunnen hierbij het goede voorbeeld geven”, riep hij op.

KOPLOPERSLOKET ONDERNEMERS

Oei meldde verder, dat in het kader van het topsectorenbeleid van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie aan de minister wordt voorgesteld het bestaande Koplopersloket een zwaardere rol te geven. “Innovaties lopen vaak vast op een risicomijdende interpretatie van regelgeving. Of omdat er nog geen regels voor zijn. Het Koplopersloket kan

op verzoek van ondernemers een zwaarwegend objectief advies geven aan vergunningverleners bij gemeenten of provincies”, aldus Oei. Zijn presentatie sloot hij af met de stelling, dat innovaties noodzakelijk zijn om marges te verhogen en de voorsprong van de Nederlandse sierteeltsector te behouden. De presentatie van directeur Ivo Brautigam van Bloemenbureau Holland ging over ‘de kracht van emotie in de sierteeltmarketing’. Hij hield een pleidooi om af te stappen van het communiceren van functionaliteiten, zoals kwaliteit, versheid en diversiteit. Brautigam bewees de waarde van emotie bij de verkoop van bloemen en planten door te praten over identiteit. “Want functionaliteit is te kopiëren en identiteit, zoals die van ‘Holland’, niet”. Hij combineerde dat met de mogelijkheden van nieuwe media, zoals hyves, linked in, facebook en twitter. Een succesvol voorbeeld is de benadering van de bruidsmarkt in Italië, dat Bloemenbureau Holland nu verder gaat uitrollen over Europa. De presentaties riepen ook vragen op. Zo werd gesteld, dat door Nederlandse telers betaalde promotie ook het verbruik van importbloemen bevordert. “Internationale samenwerking, ook bij promotie, is de beste optie hiermee om te gaan”, was het antwoord van Marcel Claessen. Het volgende Greenportcafé Aalsmeer in het najaar gaat over verdienmodellen en duurzaamheid. “Met het warmtegebruik uit biovergisting is showkas de Arendshoeve daar een mooi voorbeeld van”, aldus Litjens.



Een overvol Greenportcafé Aalsmeer in showkas de Arendshoeve in Aalsmeerderbrug