



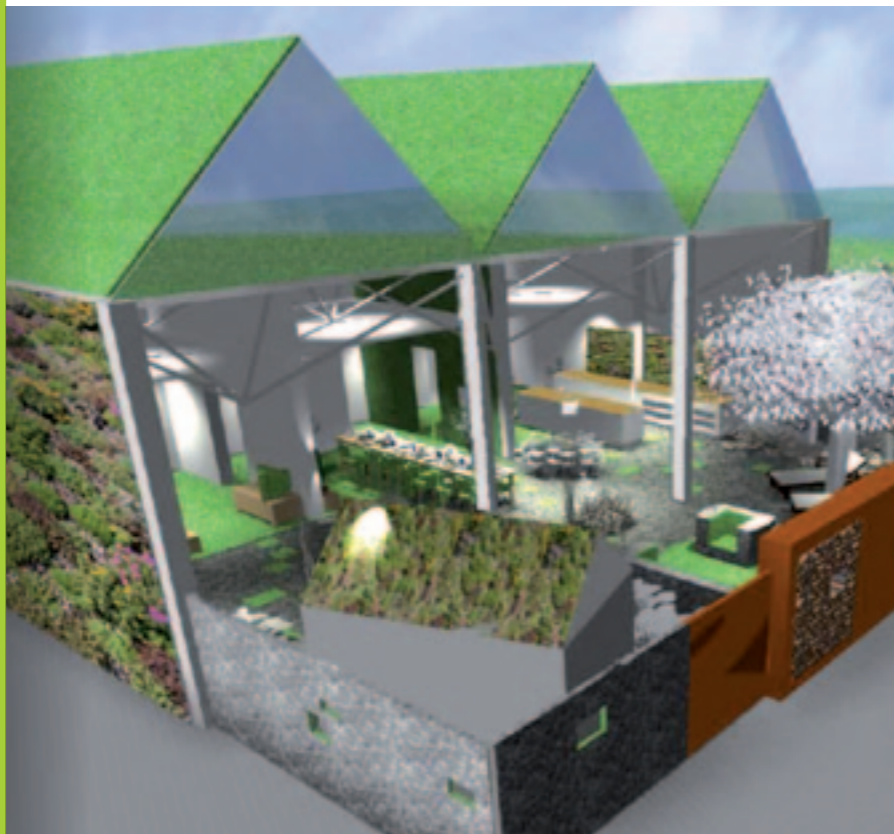
VHG en HIC op Floriade 2012

Paviljoens Wonen en Werken komen tot leven

Op het Floriadeterrein in Venlo werken VHG en HIC hard aan de inrichting van de paviljoens 'Wonen' en 'Werken'. Dat gebeurt met medewerking van tientallen leveranciers en sponsors vanuit de branche. Thijs Pruis (projectmedewerker Floriade VHG/HIC) en Joep Schellekens (ontwerpbureau Tinker) zijn druk in de weer om dat allemaal in goede banen te leiden.

Wonderwoning – wondertuin

Op het paviljoen 'Wonen' laat VHG/HIC zien wat de groene ondernemers kunnen betekenen voor de woonomgeving. De gedachte achter het ontwerp is de trend dat mensen steeds meer buiten gaan wonen en tegelijkertijd veel groen in huis halen. Met andere woorden: binnen is buiten en buiten is binnen. Deze omdraaiing – grijs is groen, groen is grijs – wordt gebruikt om een verrassende en prikkelende ruimte te creëren. De bezoeker waant zich in een soort 'Alice in Wonderland-decor'. Na het bezoeken van het woonpaviljoen zal de bezoeker zich afvragen: hoe groen is het huis van de toekomst? En hoeveel comfort heeft de tuin van de toekomst?



... Een uniek concept dat prikkelt om na te denken over meerwaarde van groen

"Het is nu een kwestie van heel gedetailleerd plannen zodat iedereen weet wanneer hij spullen kan komen leveren en bouwen", aldus Thijs Pruis. "Belangrijk is om alles goed op elkaar af te stemmen. We hebben ook met richtlijnen vanuit de Floriade te maken die van invloed zijn op de planning." Joep Schellekens vult hem aan: "Het grote voordeel van zoveel deelnemende partijen is dat we in heel korte tijd heel veel kunnen realiseren, zolang we maar oppassen dat men elkaar niet voor de voeten loopt."

Verrassende presentaties

Het enthousiasme onder de deelnemende partijen is groot. Ze leveren een belangrijke meerwaarde aan het concept dat voor de twee paviljoens is ontwikkeld. "De bedrijven denken mee en dragen allerlei ideeën aan", aldus Schellekens. Dat is leuk en levert gevarieerde en soms verrassende

presentaties op. De inzending wordt daarmee ook echt een presentatie van de leden en andere bedrijven uit de branche. In de tuin van het paviljoen Wonen plaatsen we bijvoorbeeld een LED-boom, dat hadden we nog niet bedacht. In het paviljoen Werken komt een 'groene belbank'. Die elementen dragen allemaal bij aan het effect dat we met deze paviljoens willen bewerkstelligen. De kunst is om te voorkomen dat het een kerstboom wordt waar van alles aanhangt. We moeten zorgen dat er één herkenbare lijn in blijft. Dat is gelukt."

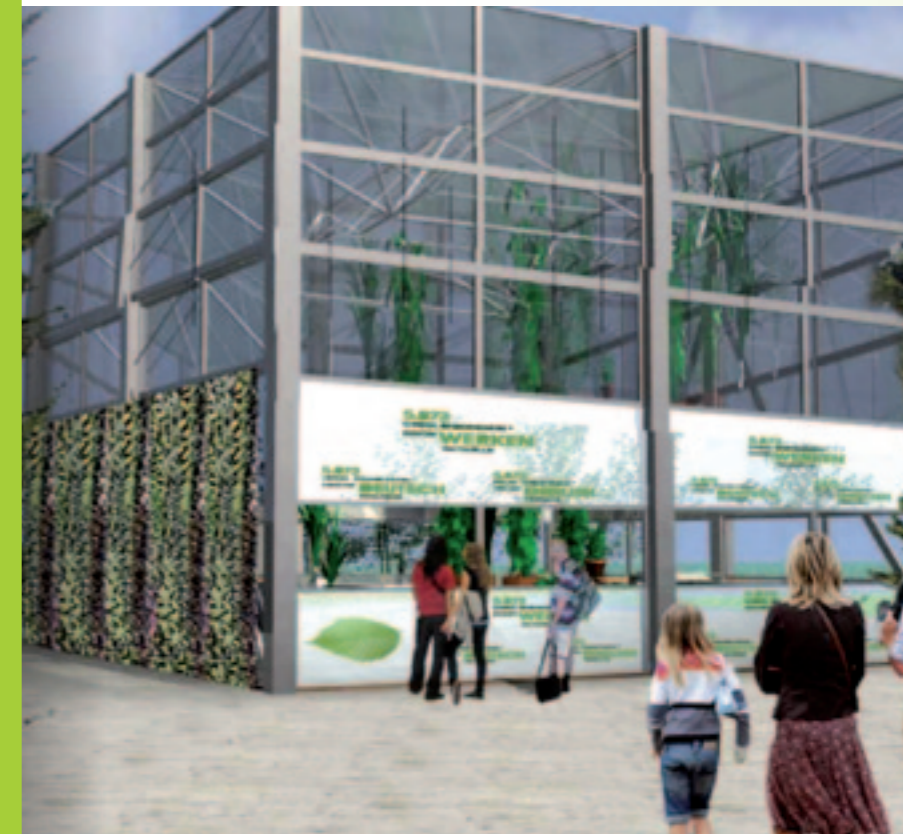
Enthousiaste achterban

Branchevereniging VHG en HIC hebben bureau Tinker een creatieve inzending laten ontwerpen, waarin mooie producten centraal staan, maar die geen productenstand is. Pruis: "Het is een uniek concept

dat de bezoeker prikkelt om na te denken over de waarden van groen. Met interessante wetenswaardigheden. Het is een beleving met een duidelijke communicatieboodschap. We hebben dat concept een aantal malen gecommuniceerd naar de achterban en daar is enthousiast op gereageerd. Zowel van leden als leveranciers (niet-leden) kwamen er reacties. Er zijn bedrijven die bijvoorbeeld interieurbeplanting leveren of groene wanden en er zijn ook partners die voorzien in het onderhoud tijdens de Floriade." VHG en HIC toonden zich direct enthousiast, iets wat Schellekens erg kan waarderen. "Ik vind het erg leuk dat men dit creatieve, enigszins abstracte idee heeft omarmd en opgepakt. Zo zou eigenlijk de hele Floriade moeten zijn: vanuit vernieuwende invalshoeken kijken naar je eigen vakgebied, ideeën en prestaties. Het is leuk dat men dat aandurft." "Daarmee laat je ook wel je

Het werkkabinet

Het paviljoen 'Werken' brengt op spectaculaire wijze de waarde van groen op de werkplek voor het voetlicht. De bezoeker ziet een standaard, grijze kantooromgeving. Als dit kantoor letterlijk in beweging komt, maken de wanden plaats voor groene afscheidingen, komen planten uit het plafond en verschijnt om het kopieerapparaat een heg. Elke interieurverandering communiceert een meerwaarde van groen op de werkplek. Aan het einde van de show is de grijze werkomgeving onder de ogen van het publiek getransformeerd in een aangename, lichte, groene kantoor-oase.



innovatiekracht zien als branche", vindt Pruis. "We tonen meer dan waar we goed in zijn: die mooie tuin. We laten op allerlei manieren zien wat de meerwaarde van groen is. Niet met uitgekauwde voorbeelden, maar op een verrassende manier. We houden de mensen een spiegel voor, men wordt één met de omgeving. In feite is de gehele Floriade een etalage van alle groenondernemers. Dat stempel willen VHG en HIC er ook op drukken. Ik durf wel te stellen dat de inzending die VHG en HIC hier neerzetten een meerwaarde is voor het Floriadepark. Het mooie vind ik ook dat er zoveel partijen zijn die heel veel tijd en energie steken in iets dat toch eigenlijk maar een half jaar staat. En dat in deze tijden van bezuinigingen. De eerste gesprekken zijn in 2008 geweest. Het is dus een heel proces dat zich eens in de tien jaar voltrekt."

'Duurzame Efteling'

Over het totale park zijn beide heren zeer enthousiast. Schellekens: "Het is echt een themapark dat op een kwalitatief hoogstaande manier is vormgegeven en uitgevoerd. Alle lof ook aan Arcadis die het

hele park heeft ontworpen. Limburg pakt er enorm mee uit. De boodschappen die verkondigd worden in allerlei paviljoens, waaronder deze, overstijgen verre het niveau van 'tuintjes kijken'. Daarmee trekt het evenement ook nieuwe doelgroepen bezoekers, zoals jongeren. Dat verdient de Floriade echt." "Er is voor de uiteenlopende doelgroepen ook van alles te beleven", vindt Pruis. "Zo is er bijvoorbeeld een kinderprogramma, een cultu-

reel programma, er zijn avondopeningen, themarestaurants, enzovoorts. De Floriade is eigenlijk een duurzame Efteling met allerlei innovatieve attracties uit allerlei landen. Je waant je bijvoorbeeld even in China. Het heeft een internationale uitstraling en verdient echt een groot publiek. Men verwacht minstens twee miljoen bezoekers, waaronder veel uit Duitsland en Azië. Het zal het toerisme in Nederland dit jaar dan ook een flinke impuls geven." ■

Floriade 2012

De Floriade 2012 vindt van 5 april tot 7 oktober plaats in Venlo. Meer dan 100 deelnemers, waaronder landen, (tuinbouw-)bedrijven en overheden laten er zien, ruiken, horen, voelen en proeven wat de tuinbouw betekent voor ons dagelijks leven. Het centrale thema van de Floriade is: 'Be part of the theatre of nature; get closer to the quality of life'. Hiermee wordt benadrukt dat de tuinbouw een bepalende factor is in de kwaliteit van ons leven. Als groene motor levert het direct en indirect een bijdrage aan het economisch, lichamelijk en geestelijk welzijn van mensen. Kijk voor meer informatie en het bestellen van kaarten op www.floriade.nl.