

# Zesde Floriade is één grote

Op de Floriade is het plantseizoen in volle gang. Dat geldt niet alleen voor de bloembollen die de komende weken geplant worden, voor de boomkwekerijsector is de planttijd op de Floriade begin november al van start gegaan. BloembollenVisie sprak in dat kader met Matthijs Mesken, die namens Anthos deel uitmaakt van de Floriade-commissie van de Raad voor de Boomkwekerij.



Een blik vanuit de kabelbaan op het themaveld Education & Innovation met links van het midden het in aanbouw zijnde boomkwekerijpaviljoen en rechts daarvan een deel van de leilindes

Tekst en foto's: Wim Ciggaar

**V**oorzitter van de Floriade-commissie Boomkwekerij is Anthos-voorzitter Henk Westerhof. De andere leden zijn Harm Horlings, Peter Cox, Jan van Leeuwen, Hetty Crooijmans, Nico Dolmans (PPO) en Jan Habets (PPH). Henk Westerhof en Jan van Leeuwen vormen de link naar de Nationale Tuinbouw Raad, John Janssen en Matthijs Mesken onderhouden respectievelijk als uitvoerend secretaris en aansturend/coördinerend functionaris namens de Floriade-commissie de contacten met de werkgroep. Deze wordt gevormd door vertegenwoordigers uit de praktijk, conceptontwikkelaar Imagro en aannemer Arcadis. Matthijs Mesken: "Kort samengevat heeft de Floriade-commissie het grote idee voor het boomkwekerijpaviljoen bedacht, heeft Imagro het vervolgens in een concept gegoten en bepalen wij als werkgroep uiteindelijk wat in de praktijk haalbaar is."

## SUBTHEMA'S

De collectieve inzending van de boomkwekerijsector bevindt zich op het themaveld Education & Innovation en omvat zo'n 3.000 vierkante meter. Centraal middelpunt in het paviljoen is de in april 2010 geplante, metershoge plataan als symbool, dat alles in het leven om de boom draait: zonder boom geen zuurstof, zonder zuurstof geen leven. Rond de boom is een jaar-

ringenstructuur gecreëerd die plaats biedt aan de subthema's duurzaamheid, vakmanschap, innovatie en afzet. De paden vanuit het paviljoen naar de verschillende subthema's hebben de vorm van boomwortels. Matthijs Mesken: "Het paviljoen, dat inmiddels zo goed als klaar is, behandelt het thema duurzaamheid met onder andere begrippen als zuurstof, fijn stof et cetera. In dat kader wordt op een metershoog en -breed scherm voortdurend een film vertoond. Om duurzaamheid heen komt de ring vakmanschap, die onder meer laat zien wat er allemaal om de hoek komt kijken bij het kweken van boomkwekerijproducten, zoals de vraag bijvoorbeeld hoe laanbomen gemaakt worden.

.....

'Zonder boom zouden  
we als mensheid niet  
kunnen bestaan'

.....

Mede om die reden is bij het paviljoen een podium gebouwd waar workshops plaatsvinden die door de boomkwekerijsector verzorgd worden. Ook de rozensector zal van het podium gebruik maken om onder meer het verhaal van de rozenveredeling te vertellen die genetisch terug te leiden is tot maar enkele

ouderparen. De ring wordt ondersteund door een soort kwekerij met wisselbeplantingen volgens de PPH-kalender (Colour your life), maar dan op de manier zoals het er op de kwekerij bij staat. In de periode april t/m juni zou de beplanting uit vaste planten kunnen bestaan en daarna bijvoorbeeld rozen. De beplanting heeft een relatie met de volgende ring, waar innovatie centraal staat en waarbij gedacht wordt aan producten die bijvoorbeeld in goten geteeld worden. Als laatste hebben we dan de ring afzet met op de hoekpunten bomen die we gaan ophangen in constructies om aan te geven dat onze producten als het ware de wereld overvliegen. In deze ring komt ook het belang van de export van de sector tot uiting en dat we als boomkwekerijsector heel internationaal georiënteerd zijn. Overigens proberen we ook bij de andere ringen combinaties te maken van beeld binnen en producten buiten. Bij afzet bijvoorbeeld zou je ook een aantal Deense karren kunnen neerzetten. Aan Imagro de taak dat alles op een leuke manier visueel te maken c.q. vorm te geven."

## VAKHEFFINGSGELDEN

Voor haar presentatie op de Floriade heeft de boomkwekerijsector (goed voor een jaaromzet van 600 miljoen euro en werk biedend aan 15.000 mensen) in totaal 1 miljoen euro uit de vakheffing beschikbaar gesteld. "Voor dat bedrag, aldus Matthijs Mesken, moeten

# bomenpracht

alle kosten die we aan de Floriade spenderen betaald worden, inclusief bestuurders, congressen et cetera. Dat betekent dat er verder niets meer uit het PPH-budget aan dit doel besteed wordt. Op de Floriade 2012 laten we een doorsnee zien van de producten die de Nederlandse boomkwekerijsector produceert en wil laten zien. Het hele concept is begin dit jaar in Burger's Zoo in Arnhem met de achterban besproken en aan de hand van suggesties verder uitgewerkt. De sector heeft toen haar inbreng gehad en dat heeft geresulteerd in goede discussies, waaruit onder meer de gotenbeplanting is voortgevloeid. Begin deze maand zijn we met de plantwerkzaamheden begonnen. Dat is bijzonder laat, dus zal het te planten materiaal meer body moeten hebben dan aanvankelijk de bedoeling was. Belangrijkste reden voor deze late start is dat het paviljoen niet eerder klaar was. De boomkwekerijsector is als één van de eersten begonnen op de Floriade, maar het heeft qua bouwplannen en vergunningen tegen gezeten en meer tijd nodig gehad, ook binnen onze eigen sector. Toch ben ik ervan overtuigd dat het allemaal goed komt en we als boomkwekerijsector goed voor de dag zullen komen."

## BLIKVANGERS

Grote blikvangers op de Floriade 2012 zijn de bomenallee, bestaande uit 120 redelijk bijzon-

der tot zeer zeldzame bomen uit heel Europa en de 166 leilindes van tien etages in twee soorten die vlak bij het paviljoen van de boomkwekerijsector staan geplant. Anders dan men zou verwachten heeft de boomkwekerijsector echter niets met deze beplantingen te maken gehad en ook niet met andere boombeplantingen. Wel zijn er door de beplantingscommissie adviezen gegeven aan de Floriade over het planten van boomkwekerijproducten. Matthijs Mesken: "Onze inbreng is het duurzaam gebouwde paviljoen met de vier uitgewerkte subthema's. Kijk je naar de Floriade in zijn totaliteit, dan is de Floriade 2012 echter heel boomgericht. Dat is op zich ook niet zo vreemd. Het gebied rond Venlo is voor bomen per definitie een stuk geschikter dan de kust met zijn zee-lucht en ook het Floriade-terrein zelf kent een zeer rijke cultuurhistorie met een aantal oude bospartijen. Het is werkelijk één grote bomenpracht en daar zijn we als sector natuurlijk ontzettend blij mee, want wij kunnen er middels onze thema's wel op inhaken c.q. naar verwijzen. Ik ben er dan ook van overtuigd, dat de boomkwekerijsector heel erg van deze Floriade zal kunnen genieten. In het boomkwekerijpaviljoen is de plataan de blikvanger oftewel het middelpunt om aan te geven dat de boom centraal staat in ons leven. Zonder de boom zouden we als mensheid ook niet kunnen bestaan. Voor de rest proberen we met onze inzending

een doorsnee te laten zien van het assortiment dat we als boomkwekerijsector telen. Je krijgt bij ons dus niet van die mooie borders te zien."

## IMAGEBUILDING

Naamsvermelding van bedrijven en soorten bij de Floriade-inzendingen zijn voor de boomkwekerijcommissie dan ook geen hot item. "Wij zullen, aldus Matthijs Mesken, geen namen noemen van bedrijven die bomen leveren. Daar hebben we als commissie geen behoefte aan. De hovenier krijgt opdracht om bomen te kopen en te planten en de kwaliteit van het product wordt gecontroleerd door onze commissie. Datzelfde geldt voor het paviljoen, dat door Arcadis is ontworpen. Daarbij speelt duurzaamheid een belangrijke rol. Het wordt helemaal uit hout opgetrokken, men gebruikt dus natuurlijke materialen en ook het 'Cradle to Cradle-verhaal (Afval = Voedsel) speelt een rol, maar verder doen we als boomkwekerijsector met dit gegeven niet zoveel. In zijn totaliteit zijn we over deze Floriade echter best te spreken. Tot nu toe verloopt het prima allemaal en persoonlijk denk ik dat het een hele mooie Floriade wordt. Richting consument kun je spreken van imagebuilding waar de tuinbouwsector voor staat en wat het inhoudt. Voor ons is het geslaagd als de bezoekers van de Floriade komen en zeggen dat ze nu weten waar de boomkwekerijsector voor staat. Voor bedrijven die zelf aan de Floriade deelnemen en relatiecontacten opdoen heeft het een commerciële meerwaarde, voor ons is het een collectieve inzending die mensen duidelijk maakt waarmee we bezig zijn. Dat gebeurt door op verschillende tijdstippen in het jaar te laten zien wat we doen en daarmee bijvoorbeeld in te haken op het Colour your life-gebeuren. Daar kan iedereen bij aansluiten. Samenvattend staat voor mij vast, dat we -zeker voor de boomkwekerijsector- een hele mooie Floriade krijgen."

## Resumé

Het boomkwekerijpaviljoen is met de metershoge plataan als centraal middelpunt één van de blikvangers op de Floriade. Samen met de subthema's duurzaamheid, vakmanschap, innovatie en afzet probeert de boomkwekerijsector de consument middels dit paviljoen duidelijk te maken, dat alles in het leven om de boom draait en dat zonder boom geen zuurstof wordt geproduceerd en dus geen leven mogelijk is. Als de bezoeker dat na zijn Floriade-bezoek nog weet is de missie wat de boomkwekerijsector betreft geslaagd.



Een close-up van het boomkwekerijpaviljoen met in het centrum de vorig jaar april geplante plataan als symbool, dat alles in het leven om de boom draait als bron van zuurstof