

Holland Flowers Festival



Inhoudsopgave

- Inleiding	Pagina 3
- De opdracht	Pagina 4
- Het Holland Flowers Festival	Pagina 5
- Imago-onderzoek	Pagina 6
- Enquetes	Pagina 7,8,9,10,11
- Bevindingen na het houden van de enquetes	Pagina 12,13
- Swot analyse HFF	Pagina 14
- Advies	Pagina 15,16
- Financiën	Pagina 17,18,19,20
- Verwachting bezoekersaantallen	Pagina 21
- Marketingmix	Pagina 22,23
- Combinatie in de regio	Pagina 24
- Conclusie	Pagina 25
- Plan van aanpak	Pagina 26
- Bronvermelding	Pagina 27
- Bijlage 1: Missie en visie Stichting Westfriese Flora	Pagina 28
- Bijlage 2: Netwerklijst	Pagina 29,30,31
- Bijlage 3: Inkoopproces Borst	Pagina 32,33
- Bijlage 4: Kwaliteitsbeheer	Pagina 34

Inleiding

Opdracht "Hoe ziet de toekomst van Holland Flowers Festival er uit?"

Als opdracht voor mijn Mbo-opleiding Commercieel Ondernemen op het Clusius College in Hoorn wilde ik graag de toekomst van Holland Flower Festival (HFF) onderzoeken. Mijn naam is Jelle de Nijs, ik ben 19 jaar oud en woon in Obdam. In het weekend en de vakanties werk ik bij mijn oom Jos Borst (Borst Bloembollen) in Obdam. Hierdoor zijn tulpen ook een hobby van mij geworden, ik kweek en kruis sinds een paar jaar ook tulpen in de tuin. HFF ken ik als bezoeker, afgelopen jaren heb ik geholpen de stand van mijn oom op te bouwen.

Het onderwerp "Hoe ziet de toekomst van Holland Flowers Festival er uit?" vind ik erg interessant. Graag heb ik mij voor dit onderwerp ingezet.

Nadat ik een *go* kreeg van school en HFF ben ik gestart met het onderzoek, dit ging onderleiding van Ans Koster van Kenniswerkplaats Noord-Holland Noord. Zij is mijn projectleidster en doet dit samen met mijn leraar Vincent Tjon Pian Gi. Voor mijn project heb ik 1 dag in de week ingedeeld gekregen in mijn rooster, al snel was het 23 Februari en ging ik van start met mijn opdracht op het Holland Flowers Festival zelf. Hier heb ik interviews gehouden om het imago van het HFF te onderzoeken, daarna liep het project door enkele omstandigheden wat stroef. Later is in overleg besloten om het project een andere invulling te geven door er mijn *Proeve van Bekwaamheid 1* van te maken.

De vraag van HFF in combinatie met Proeve van Bekwaamheid 1

Eind 2010 had ik mijn Proeve Van Bekwaamheid 1 willen doen, helaas mocht ik dit toen niet doen omdat een toets niet voldoende afgesloten was. Gelukkig is deze toets ondertussen wel voldoende afgerond en mocht ik alsnog mijn proeve 1 gaan doen. Na overleg op school is er besloten dat ik deze proeve 1 mocht gaan doen in combinatie met mijn project van het Holland Flowers Festival. Voor dit project heb ik een onderzoek gedaan naar het imago, dit onderzoek kan ik gebruiken voor mijn Proeve van Bekwaamheid. Want met de bevindingen die ik heb opgedaan in dit onderzoek ga ik in dit verslag aan het werk. Dit gaat gebeuren door middel van een advies date ik geef, vervolgens geef ik een aantal opties/suggesties hoe het Holland Flowers Festival hier mee aan het werk kan gaan.

De opdracht van Holland Flowers Festival

VRAAG: *Hoe ziet de toekomst van Holland Flowers Festival eruit?*

AANLEIDING: de stijgende exploitatiekosten. De bezoekersaantallen vertonen wel een stijgende lijn, afgelopen jaar waren er 25.000 bezoekers.

DE VRAAG IS OPGESPLITST IN DRIE THEMA'S MET DEELVRAGEN:

1. Onderzoek/analyse betreft:
 - Waar komen we vandaan? Ontstaan van HFF (voorheen Westfriese Flora), het waarom van een tentoonstelling.
 - Waar staan we op dit moment? Wat is de huidige situatie. Beantwoordt zij nog steeds aan de oorspronkelijke doelstelling. Tevens het bevorderen van handelsrelaties, dus buitenlandse relaties.
 - Waar willen we naar toe? Zijn er (andere) wegen om de tentoonstelling up to date te houden?
 - Draagvlak binnen het vak.
 - Organisatie.
 - Verbreding vakdisciplines binnen het bestuur, cq. bestuursleden die niet uit de sector komen.
 - Visie voor korte termijn, visie voor langere termijn. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de aanwezige documenten: 'missie' en de statuten.

2. Imago:
 - Wat is het imago van HFF? Hoe denkt de "buitenwereld" maar ook het bollenvak over het HFF?
 - Wat is de betekenis als vaktentoonstelling voor de sector bollenteelt? Dit bepaalt tevens de aantrekkelijkheid voor deelname aan de tentoonstelling.
 - Hoe verhoudt het HFF zich tot andere vaktentoonstellingen/evenementen in de regio? Maken wij onze ambities waar? Wat/wie bedient het HFF nog meer? Goede PR voor Noord-Holland als agrarische provincie. Denk ook aan Seedvalley en andere initiatieven ter bevordering van het (agrarische) bedrijfsleven en toerisme.

3. Combinaties in de regio:
 - In de regio zijn meerdere vaktentoonstellingen; Lentetuin in Breezand, Flora in Venhuizen, Koggeflora in De Goorn en in Obdam. Wat zijn de effecten van samenvoeging van deze evenementen. Wat is de meerwaarde?
 - Bundeling van krachten voor de sector? Het bollenvak in de provincie in al zijn verscheidenheid aan bolgewassen en teeltgebieden al één sector presenteren. Het daarmee interessant zijn voor ook de buitenlandse importeurs. Het aanhaken van andere sectoren? Al dan niet van de agrarische sector.
 - Zou bundeling dan het voorbeeld of de vliegwielfunctie kunnen zijn als aanjager voor veranderingen. Kan het een spin-off zijn om te komen tot andere vormen van samen werkingen? Werkgelegenheid.

Resultaat:

Het gewenste resultaat is een verslag met bijbehorende presentatie door de studenten. Hierbij kunnen externen uitgenodigd worden en eventueel de pers. Onderweg zijn er een of meerdere tussenpresentaties.

Afbakening:

De exploitatie, het financiële plaatje, van de huidige tentoonstelling blijft buiten de gestelde vraag. Maar als de aanbevelingen positief zijn zou daar mogelijk wel een exploitatieprognose, c.q. financiële haalbaarheidsvisie bij horen.

Het Holland Flowers Festival

In februari van dit jaar werd al weer de 78^e editie gehouden van het Holland Flowers Festival, en dit is natuurlijk iets waar iedereen erg trots op mag zijn. Zo'n oude geschiedenis met vele kennis en ervaring in een show gebundeld. Hét Holland Flowers Festival trekt jaarlijks duizenden bezoekers die genieten van:

Een 4500 m² grote bolbloementuin. U kunt hier heerlijk rondwandelen en zelf dit vrolijke en verrassende tafereel ontdekken. Ook kunt u genieten van meerdere prachtige voorbeeldtuinen!

Een consumentenbeurs. Als verlengstuk van de bloementuin vindt u hier uiteraard de 'groene' producten, maar kunt u ook sfeervolle ideeën opdoen voor huis, interieur, tuin, vrije tijd en vele andere zaken. Tevens is er dit jaar weer de kunstenaarslaan en kunt u op het Holland Flowers Festival terecht voor tips over een gezonde levensstijl.

Een business to business beurs. Een (inter)nationaal trefpunt in het bloembollen- en bolbloemenvak, met volop de gelegenheid om u te informeren over de laatste ontwikkelingen op uw vakgebied.

Hieronder is een stukje te lezen dat op de site van het HFF staat:

De start

De geschiedenis van de tentoonstelling kent een rijke historie. In 1933 is deze bolbloemententoonstelling gestart in de kolfbaan van een café. In die jaren waren er veel bollenkwekers. Het broeien van bollen (dat is een bloem produceren in een tijd die niet tot de normale bloeiperiode van de bol behoort) stond nog in de kinderschoenen. Veel bollenkwekers probeerden in de wintertijd met het broeien van bollen een extraatje te verdienen. De kwekers moesten nog veel leren, bijvoorbeeld de karaktereigenschappen van veel soorten. Men richtte studieclubs op. Door in de studieclubs hun proeven te laten zien aan hun collega-kwekers werd het idee geboren om het resultaat op een centrale plaats tentoon te stellen. Zo konden familie, burens en bekenden meegenieten van de opgedane kennis en ervaring.

Innovatie

Hieruit is het Holland Flowers Festival ontstaan. Een belangrijke doelstelling van deze bolbloemententoonstelling is dan ook het vergroten van de vakkennis. De kern is in wezen nog steeds hetzelfde. Leren van elkaar en de vakgenoten en consumenten laten zien waartoe men als bedrijf in staat is. Daarnaast blijft men op de hoogte van de ontwikkelingen in de sector.

Ontwikkeling

Vanaf de jaren 50 nam ook de ontwikkeling in de mechanisatie een snelle vlucht. Deze tentoonstelling heeft aan deze ontwikkeling bijgedragen. Op de tentoonstelling werden de nieuwste machines getoond. Door onderlinge concurrentie van de mechanisatiebedrijven werd de ontwikkelingen en innovaties in het bloembollenvak gestimuleerd.

Imago-onderzoek

Over het imago van het Holland Flowers Festival heb ik onderzoek uitgevoerd. Zoals voor velen bekend zal zijn was het vroeger (voor 2002) de Westfrieze Flora. Het jaar 1999 is een jaar dat in de boeken gaat als een zwart jaar voor de organisatie en show. In dat jaar deed zich een drama voor, er deed zich tijdens de show een legionellabesmetting voor. Helaas zijn daardoor mensen ernstig ziek geworden en zelfs overleden, dit was natuurlijk erg vervelend. Hierdoor is de show in 2000 niet gehouden, vervolgens is de show in het jaar 2002 verder gegaan onder de naam Holland Flowers Festival. In het jaar 2003 is de tentoonstelling voor het laatst in Bovenkarspel gehouden, dit omdat de CNB-veilinghallen niet langer beschikbaar waren. In 2004 vond de tentoonstelling plaats in een tent op het proeftuincomplex in Zwaagdijk-Oost. Vanaf 2005 werd de tentoonstelling gehouden in de voormalige veilinghallen van the Greenery, die ook in Zwaagdijk-Oost staan. Hier bleef de show tot afgelopen jaar (2011) want dit jaar verliet de tentoonstelling West-Friesland om te verhuizen naar het bedrijvenpark Agriport in Middemeer.

Al deze verschuivingen in de afgelopen jaren geven wel aan dat de tentoonstelling de laatste jaren een beetje zoekende is. Het imago heeft in 1999 duidelijk wel een forse deuk opgelopen, wat niet raar is na zo'n vervelend incident. Voor 1999 werden veel meer bezoekers ontvangen als afgelopen jaren.

Om deze reden ben ik gaan onderzoeken onder bezoekers, kwekers en standhouders hoe zij denken over het HFF, of haar naam weer hersteld is en of zij het imago heeft wat zij graag als tentoonstelling willen hebben.

Voor het imago-onderzoek heeft het bestuur van het Holland Flowers Festival de volgende vragen:

- *Wat is het imago van HFF? Hoe denkt de "buitenwereld" maar ook het bollenvak over het HFF?*
- *Wat is de betekenis als vaktentoonstelling voor de sector bollenteelt? Dit bepaalt tevens de aantrekkelijkheid voor deelname aan de tentoonstelling.*
- *Hoe verhoudt het HFF zich tot andere vaktentoonstellingen / evenementen in de regio? Maken wij onze ambities waar? Wat/wie bedient het HFF nog meer? Goede PR voor Noord-Holland als agrarische provincie. Denk ook aan Seedvalley en andere initiatieven ter bevordering van het (agrarische) bedrijfsleven. Toerisme.*

Met deze vragen ben ik aan de gang gegaan door middel van interviews en enquêtes op het Holland Flowers Festival 2011. Ik heb hier een aantal dagen gelopen om kwekers, bezoekers en standhouders te interviewen. Hier had ik 3 vragenlijsten voor gemaakt, voor elke groep een aparte vragenlijst.

Interview/enquête onder de bezoekers van het Holland Flowers festival 2011.

1. Wat brengt u naar het HFF?
2. Hoe denkt u qua imago over het HFF?
3. Hoeveel keer bent u al op de show geweest?
4. Bezoekt u naast het HFF ook andere Bloemenshows?
5. Wat maakt het HFF uniek?
6. Hoe wist u dat het HFF deze week is? (krant, internet, tv of mond op mond reclame)
7. Is er nog iets wat u anders zou willen zien?

Uitwerking 30 geïnterviewde mensen

Vraag 1. Wat brengt u naar het HFF?

- Dagje uit 4x
- Kom er al jaren 7x
- Hou van bloemen 3x
- Tulpen 5x
- Vanwege familie in het vak 7x
- Bloemen en stands 4x

Vraag 2. Hoe denkt u qua imago over het HFF?

- Wordt beter 5x
- Goed 13x
- Prima 5x
- Grijs (veel oudere bezoekers) 7x

Vraag 3. Hoeveel keer bent u al op de show geweest?

- 0-5 bezoekjes 5x
- 6-10 4x
- 11-20 11x
- Meer als 31 5x
- Goeie bezoeker 5x

Vraag 4. Bezoekt u naast het HFF ook andere Bloemenshows?

- Lentetuin 10x genoemd
- Lisse 3x genoemd
- Lenteweelde 3x genoemd
- Keukenhof 5x genoemd
- Koggeflora 2x genoemd
- Driebanflora 1x genoemd
- Soms 5x genoemd
- Nee 4x genoemd

Vraag 5. Wat maakt het HFF uniek?

- Leuk dagje uit
- Groter dan andere shows
- Puur Holland
- Voorjaarsgevoel
- Uniek dagje uit

Vraag 6. Hoe wist u dat het HFF deze week is? (krant, internet, tv of mond op mond reclame)

- Kalender
- Hoor het overal om me heen
- Van mijn familie
- Krant NHD
- RTVNH (tv)
- Streekblad

Vraag 7. Is er nog iets wat u anders zou willen zien?

- Nee, prima zo
- Ingang groter maken
- Perfect, zo door gaan
- Goed
- Entreegeld omlaag
- Parkeren beter
- Beurs uitbreiden
- Meer zitplekken voor ouderen
- Meer jongeren trekken

Interview/enquête tulpenkwekers onder de bezoekers van het Holland Flowers festival 2011

1. Hoe denkt u over het HFF?
2. Wat betekent een show als HFF voor de sector bollenteelt?
3. Doet u veel aan netwerken tijdens deze week?
4. Wat is de belangrijkste reden dat u mee doet aan het HFF?
5. Naast het HFF zijn er ook nog kleinere shows als de Lentetuin, Flora Venhuizen, Lenteweelde en Koggeflora. Zou het voor u interessant zijn om deze samen te voegen tot 1 show?
6. Zou de show van u ook naar een meer centralere plek in Noord-Holland mogen?
7. Hoe zou het HFF nog meer bezoekers kunnen trekken?

Uitwerking

Voor dit onderzoek heb ik 15 kwekers aangesproken op tentoonstelling van 2011.

1. Hoe denkt u over het HFF?

- Positief 7x
- Minder goed afgelopen jaren 1x
- Negatief 1x
- Moet weer terug naar de Streek 3x
- Deuk opgelopen door legionella 3x

2. Wat betekent een show als HFF voor de sector bollenteelt?

- Ideeën opdoen voor nieuw assortiment
- Wordt in het goeie licht gezet, bijv. door media
- Goeie reclame
- Het is veel waard
- betekent minder als vroeger

3. Doet u veel aan netwerken tijdens deze week?

- Ja 6x
- Nee, doe ik zelf via mail en telefoon 1x
- Ja, Duitse klanten 1x
- Ja, met kwekers 2x
- Ja, met exporteurs 1x
- Hangt er van af wie ik tegen kom 1x
- Nee 3x

4. Wat is de belangrijkste reden dat u mee doet aan het HFF?

- Promoten
- Verkopen
- Showen nieuwe soorten
- Netwerken

5. Je heb naast het HFF ook nog kleinere shows als de lentetuin, Flora Venhuizen, Lenteweelde en de Koggeflora. Zou het voor u interessant zijn om deze samen te voegen tot 1 show?

- Nee 5x
- Niet doen 3x
- Nee, hoort in de Streek 4x
- Ja, samenvoegen tot grotere 1x
- Lastig, alle shows horen op de plek waar ze nu zijn 2x

6. Zou de show van u ook naar een centralere plek in Noord-Holland mogen?

- Nee 7x
- Lastig 2x
- Hoort in de streek 6x
- Ja 0x

7. Hoe zou het HFF nog meer bezoekers kunnen trekken?

- Veel promoten
- Parkeren beter maken
- Lager entreegeld
- Duidelijkere bewegwijzering
- Andere plek

Vragen standhouders

1. Hoe denkt u qua imago over het HFF?
2. Wat is de belangrijkste reden dat u juist hier staat?
3. Staat u hier voor de verkoop of voor het netwerken en naamsbekendheid?
4. Als het HFF naar een centralere plek in N-H zou gaan doet u dan even goed nog mee?
5. Hoe zou het HFF nog meer bezoekers kunnen trekken? En heeft u nog tips voor het HFF?

Uitwerking: voor dit onderzoek heb ik 7 standhouders gesproken op de tentoonstelling van 2011:

1. Hoe denkt u qua imago over het HFF?

- Goed 3x
- Positief 2x
- Prima 2x
- Negatief 0x

2. Wat is de belangrijkste reden dat u juist hier staat?

- Onze producten showen
- Naamsbekendheid krijgen
- Klantenkring vergroten
- West-Friesland is in ons werkgebied
- Netwerken
- Dit is onze doelgroep mensen

3. Staat u hier voor de verkoop of voor het netwerken en naamsbekendheid?

- Veel naamsbekendheid
- Minder netwerken en verkoop

4. Als het HFF naar een centralere plek in N-H zou gaan doet u dan even goed nog mee?

- 1x Ja, als er daardoor meer bezoekers komen
- Veel nee, omdat West-Friesland de doelgroep is en omdat het HFF hier hoort

5. Hoe zou het HFF nog meer bezoekers kunnen trekken? En heeft u nog tips voor het HFF?

- Goed kijken naar de andere shows als de Lentetuin
- Werken aan naamsbekendheid
- Meer promoten
- Meer jongeren proberen te trekken
- Voor veel standhouders is het publiek te oud, dat past dan niet bij hun doelgroep

Bevindingen na het houden van deze enquêtes

Enquête bezoekers:

- De bezoekers bezoeken om allerlei redenen het HFF, er zijn veel trouwe bezoekers die al vaak HFF bezocht hebben
- Het imago is in de ogen van de bezoekers goed en wordt steeds beter. Ze vinden het echter een grijs gehalte krijgen door de vele oudere bezoekers.
- Veel bezoekers komen ook bij andere bloemboltentoonstellingen, hiervan wordt het meest de Lentetuin bezocht.
- De vraag *wat maakt het Holland Flowers Festival uniek?* werd op allerlei manieren beantwoord: voor veel mensen is het gewoon een heerlijk dagje uit.
- Het Noord-Hollands Dagblad is een belangrijke vorm van promotie voor het HFF, veel mensen lezen hier dat tentoonstelling wordt gehouden. Ook is de mond op mond reclame onder de kwekers en de familie en kennissen een goeie manier.
- Bij de vraag of er nog tips waren of dat ze nog iets weten wat anders zou kunnen, werd de vraag vaak beantwoord met: gaat prima en ga zo door! Verder waren er nog enkele tips over het parkeren, ze vonden dat wat rommelig gaan dit jaar. Dit komt natuurlijk ook wel door dat dit het eerste jaar op deze locatie was. Ook vond een deel van de bezoekers de entree aan de hoge kant. Zij willen graag meer standjes op de beurs zien en zien graag dat er geprobeerd wordt meer jongeren te trekken.

Enquête tulpenkwekers:

- Het grootste deel van de kwekers is positief over het imago van het HFF. Wel wordt gezegd dat sinds de legionella het imago een deuk heeft opgelopen. Ook wordt opgenoemd dat de tentoonstelling weer terug naar de Streek moet.
- De tentoonstelling betekent veel voor de sector bollenteelt, kwekers kunnen netwerken, hun assortiment showen en het vak wordt in een positief daglicht gezet.
- Er wordt tijdens het HFF veel aan netwerken gedaan, dit is volgens de vakmensen ook een prachtige ontmoetingsplek.
- De reden van het huren van een stukje in de bloementuin is voor de kwekers om te promoten, verkopen, netwerken en het assortiment onder de aandacht te brengen.
- De kwekers voelen er weinig voor om het HFF samen te voegen met andere bolbloemtentoonstellingen omdat elke tentoonstelling weer op zijn eigen plek/omgeving zou horen.
- Geen van de kwekers voelt er voor om het HFF te verplaatsen naar een centralere plek in Noord-Holland.
- Om meer mensen te trekken moet er volgens de kwekers meer gepromoot worden, het parkeren verbeterd worden en de bereikbaarheid duidelijker aangegeven worden. Een deel denkt dat meer bezoekers getrokken kunnen worden door naar een andere plek te verhuizen. Zij doelen op een terugkeer naar de Streek, dat het weer een Westfriese show wordt.
Verder waren de kwekers erg te spreken over de bloemenhal van dit jaar.

Enquête standhouders:

- De standhouders denken positief over het imago van het HFF.
- De reden voor hun deelname aan het HFF is om allerlei redenen: producten showen aan de consument, werken aan naamsbekendheid, klantenkring uitbreiden. West-Friesland is hun werkgebied dus is het HFF een perfecte plek om hun doelgroep te benaderen. Tenslotte werd netwerken genoemd door de standhouders.
- De meeste bedrijven staan er voor de naamsbekendheid van bedrijf of product, minder voor de verkoop.
- De meeste standhouders voelen er weinig voor als de tentoonstelling bijvoorbeeld naar een meer centralere plek in Noord-Holland gaat, omdat zij juist deze locatie dicht bij hun doelgroep interessant vinden.
- Als tips gaven zij mee: meer promoten en zo ook aan naamsbekendheid werken, meer jongeren proberen te trekken, goed kijken naar andere bolbloemtentoonstellingen zoals de Lentetuin in Breezand omdat zij bepaalde dingen erg leuk doen. Veel standhouders vinden het publiek bij HFF te oud (grijs), zij willen meer afwisseling zien zodat het voor veel standhouders interessanter wordt om mee te doen.

SWOT-analyse HFF

Sterktes

- Bestaat al 78 jaar
- Stevige band met West-Friesland
- Veel bollen kennis
- Leuk traditioneel dagje uit
- Biedt voor allerlei doelgroepen plezier
- Combinatie met businessbeurs
- Nederland = tulpen

Zwaktes

- Legionellabacterie
- Vertrek uit de Streek

Kansen

- Imago krijgen zo als het vroeger ooit was
- Groei qua bezoekers aantallen
- Meer aanbieden, show voor jong en oud
- Typisch Westfries worden

Bedreigingen

- Economisch slechter periode in bollenteelt
- Andere vaktentoonstellingen die populairder worden
- Vergrijzing van de bezoekers
- Concurrentie van allerlei andere evenementen en vermaak

Advies

Tijdens mijn onderzoek en de gesprekken die ik heb gehad met vrienden en familie die in het bollenvak zitten werden mij een aantal dingen duidelijk. Mensen beginnen al snel over de Westfrieze Flora van vroeger, de tijd dat het nog in de Streek zat en het een uitje voor jong en oud was. Er lijkt een sterk verlangen naar de vroegere Westfrieze sfeer en show, iets waar men met het gezin het hele jaar naar uit kijkt. Voor veel mensen is het niet helemaal meer zoals het vroeger was en niet meer zoals zij het graag zouden zien. Zij willen meer terug naar vroeger, naar een *skofftig mooie* tentoonstelling.

Het HFF adviseer ik dat het weer meer een Westfrieze Flora moet worden, terug naar hetgeen wat haar ooit zo sterk maakte. De echte Westfrieze cultuur en show er weer in, zo iets moois mag niet verloren gaan. Het is al jammer dat ooit de naam veranderd is door de situatie in 1999, maar de oorsprong mag er niet uit raken.

Ik heb het volgende in gedachten om het HFF weer een echt Westfries tintje te geven.

Om het Westfrieze gevoel te versterken heb ik een nieuw onderdeel tijdens het Holland Flowers Festival in mijn gedachten. Dit nieuwe onderdeel bestaat uit een extra ruimte in het bestaande gedeelte of een nieuw gedeelte bij het bestaande gebouw. Er kan dan bijvoorbeeld een extra tent opgezet worden, deze ruimte is bedoeld als Westfrieze thematent. In deze thematent worden, verdeeld over de 5 dagen van de tentoonstelling, allerlei Westfrieze dingen gedaan en georganiseerd. Elke dag kan dan een thema krijgen dat te maken heeft met Westfrieze bands, gewoontes, klederdracht, streekproducten en noem maar op. Het idee hier achter is om het Westfrieze gevoel terug te krijgen en op die manier meer mensen naar het HFF te trekken. Er kan gezorgd worden voor meer activiteiten die voor *alle leeftijden* leuk zijn, het wordt dan interessanter voor jongeren en gezinnen om naar de show te gaan.

Hier onder ga ik een aantal dingen op noemen als opties voor thema's in deze tent.

Westfrieze conferenciers:

- Wub Steens (in de stijl van de bekende Kees Stet)
- Hannes Knoin
- Fred Rootveld
- Piet Zee
- Cor Steur
- Sjaak Buis

Westfrieze bands:

- Oos Joos
- Los Onderdikos
- Werferhoofs Volksorkest



Westfrieze Zangers:

- Ben Saunders
- Tim Knol
- Gerard Joling

Westfrieze Sporters:

- De gebroeders Frank en Ronald de Boer
- Ruud Vormer
- Willie Overtoom
- Ron Vlaar

Suggesties voor andere deelnemers/activiteiten

- Toen en thans Meindert Reus, Oud gereedschap tentoonstellen bijvoorbeeld Holders, koningsplanters. www.toenthans.nl
- West-Fries Museum, met klederdracht, of bijvoorbeeld de VOC
- Programmabureau De Westfriezeomringdijk. www.westfriezeomringdijk.nl
- Museumstoomtram
- Zaadveredelingsbedrijven, Bejo en/of Enza
- Supermarktketen Deen met hun streekproducten
- Het Zuiderzeemuseum
- De vereniging Westfries Product. www.westfriesproduct.nl
- Opperdoezer ronden
- Andere kleineren partijen, die met een kraampje streekproducten kunnen promoten en verkopen

Beamerprojectie

- Op de momenten dat er niks wordt georganiseerd in de tent kunnen er Westfrieze filmpjes of foto's op een beamerscherf geprojecteerd worden.

Voor de jeugd

- Luchtkussen
- Schminken
- Ballonnen
- Tulpenkeuren

Financiën

Op de vorige bladzijdes heb ik in mijn advies allerlei dingen opgenoemd die georganiseerd en geboekt kunnen worden in de toekomst. Hier komt natuurlijk ook een financieel plaatje bij kijken, ik heb financiële informatie verzameld en verwerkt in een begroting.

Lijst met kostenposten:

Tent met inrichting (info de Boer Tenten)

- €15,- per m², 750m², afgerond €10.000,-
- Podium 50 m² €350,-
- Microfoon, boxen en ander apparatuur €250,-
- 100 stoelen x €0,70 = € 70,-
- 20 barkrukken x€5 = €100,-
- 20 Statafels x €10 = €200,-
- Heaters €500,-
- 750 m² vloerbedekking €500,-
- Verlichting €150,-
- Bar en tap €300,-
- Catering (in overleg met het cateringbedrijf)
- Toiletten €500,-
- 5 Kapstokken €35,-
- Beamer en scherm €200,-

Kosten voor vermaak

- Conferenciers p.m.
- Bandjes €3000,- tot €5000,- per avond
- Zangers p.m.
- Bekende sporters, kosten voor gepaste ontvangst €500,-per sporter

Kosten voor vermaak jeugd

- Luchtkussen. Dag 1 €175.-, dag 2 €87,50, dag 3,4 en 5 €43,75, maakt totaal €306,-
- Schminken, 20 uur a €75 = €1500,-
- Ballonen, 20 uur a €75 = €1500,-

Promotie en organisatiekosten

- Promotiekosten: de bestaande promotiekosten heeft HFF al, in het Noordhollands Dagblad bijvoorbeeld hoeft alleen maar een bladzijde in geplaatst te worden over de nieuwe dingen die georganiseerd gaan worden. Deze kosten zullen ongeveer 8 mensuren bedragen x €60,- = €480,-
- Aanpassen site: op de site moet op een leuke manier de nieuwe activiteiten worden aangekondigd. De kosten bedragen ongeveer 8 mensuren x €60,- = €480,-
- Social media: dit wordt op dit moment al bijgewerkt door 3 studenten van In Holland Diemen. Of dit kosten met zich mee brengt is aan hun. Het is positief als er via de Social media wordt gepromoot dat er nieuwe dingen georganiseerd gaan worden bij HFF. Dit is natuurlijk ook de manier om meer jongeren te trekken.
- Nieuwsbrief: informatie kan worden gebruikt van eerder getypte stukken voor de krant en de site. Hierdoor komen er minder mensuren aan te pas 3 uur x €60,- = €180,-
- Organisatiekosten en uren: dit vergt vooral het eerste jaar veel organisatie uren, er wordt dan een draaiboek gemaakt dat de jaren daarop ook gebruikt kan worden. Al deze uren bij elkaar komen al gauw op 200 mensuren x €50,- = €10.000 aan organisatiekosten.
- Vergunningen en verzekeringen: Schatting van €3000,-
- Onvoorziene kosten: Er moet rekening mee gehouden worden dat er nog onvoorziene kosten bij gaan komen ,daarom heb ik over het hele kostenbedrag 10% onvoorziene kosten gerekend, dat is €3588,-

Inkomsten

- Verpachten catering € 5000,-
- Sponsoring van deelnemende bedrijven €5000,-
- Inkomsten extra kaartjes het eerste jaar €5000,- extra inkomsten, gemiddeld betaalt een bezoeker €8 entree. €8 x de geschatte 5000 extra bezoekers = €40.000,-

Inkomsten/kosten van voorgestelde andere deelnemers

De opties voor organisaties en partijen die bij de tentoonstelling betrokken kunnen worden zijn niet mee gerekend bij de financiën. De reden is dat het afhangt van de afspraken die gemaakt worden met deze partijen. Sommige partijen zullen bereid zijn om betalen om te mogen komen, andere willen hun omkosten vergoed krijgen, weer andere zullen *quite* willen draaien, met andere woorden: Holland Flowers Festival regelt en betaalt de standplaats.

De totale inkomsten en kosten voor deze partijen zijn pas in te schatten na het leggen van contacten en maken van afspraken.

				Totaal	kosten	Inkomsten
Inkomsten				Excl.BTW		
	verpachten catering			€ 5.000,00		
	sponsoring			€ 5.000,00		
	5000 extra kaarten	€8 per stuk		€ 40.000,00		
Totaal inkomsten						€ 50.000
Kosten						
Huur tent en inrichting				Excl.BTW		
	tent			€ 10.000		
	podium			€ 350		
	microfoon boxen en apparatuur			€ 25		
	stoelen			€ 70		
	barkrukken			€ 100		
	staantafels			€ 200		
	heaters			€ 500		
	vloerbedeking			€ 500		
	verlichting			€ 150		
	bar en tap			€ 300		
	toiletten			€ 500		
	kapstokken			€ 35		
	beamer en scherm			€ 200		
Totaal huur tent en inrichting					€ 12.930	
Kosten voor vermaak						
	conferenciers			P.M		
	1 band			€ 5.000		
	zangers			P.M		
	sporters			€ 500		
Totaal kosten voor vermaak					€ 5.500	

Kosten voor vermaak jeugd						
	lucht kussen		€ 306			
	schminken 20 uur		€ 1.500			
	ballonnen 20 uur		€ 1.500			
	<i>Totaal kosten voor vermaak jeugd</i>			€ 3.306		
Promotie en organisatie kosten						
	8 uur NHD	€60 per uur	€ 480			
	8 uur aanpassen site	€60 per uur	€ 480			
	3 uur nieuws brief	€60 per uur	€ 180			
	200 uur organisatie kosten	€50 per uur	€ 10.000			
	vergunning en verzekeringen		€ 3.000			
	<i>Totaal promotie en organisatie</i>			€ 14.140		
	Totaal voorziene kosten				€ 35.876	
Onvoorziene kosten						
	<i>Totaal onvoorziene kosten</i>	10%			€ 3.588	
	<i>Totaal kosten begroting</i>				€ 39.464	
	<i>Totaal inkomsten begroting</i>					€ 50.000
	Totaal inkomsten begroting					€ 50.000
	Totaal kosten begroting					€ 39.464
	Totaal exploitatie					€ 10.536

Verwachting bezoekersaantallen

Alle ideeën die ik op voorgaande bladzijdes heb uitgewerkt kosten natuurlijk geld, en het is de bedoeling dit terug te gaan verdienen door de extra bezoekers die hier mee betrokken worden. Niet alle ideeën hoeven natuurlijk geld te gaan kosten zoals het betrekken van partijen als Deen, Bejo en Enza, het kan juist geld opleveren doordat partijen ervoor betalen om te komen.

De laatste 2 jaar trok het HFF 25.000 bezoekers. Dit is een mooi aantal, maar het kan vast beter. Ooit werden wel eens 100.000 bezoekers getrokken, dit was nog in de tijd van de Westfriesse Flora. Het verschil is wel dat het toen een van de belangrijkste uitstapjes van het jaar was voor de Westfriesse bevolking. Tegenwoordig wordt er veel meer georganiseerd en is er gewoon veel meer te doen en te zien. Dit is een factor die er voor zorgt dat er de laatste jaren geen 100.000 mensen meer op de HFF af komen. Dit aantal is niet meer realistisch voor nu, vroeger waren er bovendien veel meer bollenbedrijven. Dit zorgde er ook voor dat er meer mensen op de tentoonstelling afkwamen.

West-Friesland telde op 31 december 2010 330.000 inwoners (Bron: Wikipedia)

Ik verwacht dat 2/3 van de bezoekers van het HFF uit West-Friesland komt, dus van de 25000 bezoekers 16.667 bezoekers uit West-Friesland. $330.000 \div 100 = 3300$ is 1% van de inwoners van West-Friesland. $16.667 \div 3300 =$ Ongeveer 5 procent van de Westfriesse inwoners bezoekt dus het HFF. Dit kan (en moet) natuurlijk meer worden in de toekomst, laat bij deze 5 procent 3 procent bij komen. Dit zorgt al voor een stijging van 9900 extra bezoekers. En dan is er nog niet gerekend met de bezoekers die van buiten West-Friesland komen.

Door de komende jaren actief bezig te blijven en te proberen nieuwe dingen te organiseren om bijvoorbeeld meer jongeren te trekken, moet het lukken om in de toekomst een stijgende lijn te krijgen in de bezoekersaantallen. Hierbij is het belangrijk goed mee te gaan met de tijd, zoals met de site, nieuwsbrief en de Social media. Dat is een nieuwe manier van promoten dat in deze tijd goed werkt. Als er in de toekomst op tijd wordt ingesprongen op dit soort hypes en nieuwe manieren van promoten moet dat voordeel bieden.

Marketingmix

Prijs

Tijdens mijn interviews onder de bezoekers van het Holland Flowers Festival vroeg ik aan de mensen of ze nog tips hadden voor het HFF, ik vroeg ook hoe er meer bezoekers konden worden getrokken. Bij deze vragen kreeg ik een aantal keer te horen dat de entreprijs wat hoog is. Dit kan natuurlijk een reden zijn voor mensen om niet te komen, ik wil als tip mee geven hier aandacht aan te schenken. Misschien is het mogelijk de prijzen wat te laten zakken, door bijvoorbeeld extra sponsors te zoeken. Ik heb ook gekeken naar de prijzen bij andere shows, zo betaal je bij de Lentetuin in Breezand de helft minder als op het HFF. De entreprijs voor een volwassene is bij het vermaarde Keukenhof slechts 2 euro hoger als bij HFF. Dit geeft aan dat de prijzen zeker niet omhoog moeten de komende jaren.

Plaats en bereikbaarheid

Qua plaats en bereikbaarheid is er het afgelopen jaar veel veranderd omdat het HFF nu op het terrein van Agriport werd gehouden. De bereikbaarheid voor mij (van uit Obdam) was dit jaar beter dan andere jaren toen het nog in Zwaagdijk werd gehouden. Er waren wel wat mensen die hier anders over dachten, zei wilden het terug naar de Streek, dus in de buurt van de oude locaties. Maar een deel van de kwekers die dit ook meenden kwamen daarna met het compliment over de hal waar de tulpen stonden. De hal van de bloemententoonstelling viel dus in de smaak onder de kwekers. Het parkeren was nog wat rommelig dit jaar door dat het weer niet helemaal mee zat, het parkeerterrein werd nat en auto's kwamen niet goed weg. Dit is iets wat makkelijk op te lossen is in de toekomst. Er waren wel ruim voldoende plekken om te parkeren. Voor de oudere bezoekers was er keurig vervoer geregeld door middel van taxibusjes die heen en weer pendelden. Met het openbaar vervoer was Agriport te bereiken via treinstation Hoorn, om hier vervolgens over te stappen op speciale bussen die naar het HFF reden. Er ontstond nog wel wat verwarring over de zijde van het station waar de bussen stonden terwijl dit wel op de site aangegeven was. Dit zou eventueel aangegeven kunnen worden met bordjes op het station.

Product en presentatie

Het product is iets wat het concept als HFF sterk maakt, er is geen andere show of tentoonstelling te vinden met zo veel (en oude) vakkennis op het gebied van tulpen. De hoge kwaliteit van hetgeen geshowd wordt, nergens is er zo'n groot en verschillend areaal aan tulpen te bezichtigen. Dit wordt prachtig gepresenteerd in combinatie met mooie decoratie rond de stands van de kwekers. Dit is mede mogelijk gemaakt door het grote draagvlak onder kwekers uit West-Friesland. Dit bloemententoonstelling wordt vervolgens gecombineerd met een uitgebreide consumentenbeurs en met een business to business beurs. Dit hele concept maakt het HFF zo sterk en uniek in zijn bestaan.

Promotie

De site De site is een mooi promotiemiddel die er netjes en verzorgd uitziet. In de toekomst mogen hier actiever dingen voor jongeren op gemeld worden, zoals links naar de social media sites van HFF. Hierop kunnen de dingen die eventueel georganiseerd gaan worden aangekondigd. Wat ik ook miste was de vermelding van prijswinnaars van de kwekers in de bolbloemententoonstelling. En de winnaars van het zelf tulpen keuren en het officiële NK tulpenkeuren. Er is elk jaar een Rabobank prijsvraag, de speurtocht is verspreid over de bolbloemententoonstelling. Deze net genoemde dingen worden niet of te laat vermeld op de site, als dit sneller gebeurd komen er meer bezoekers op de site. Want mensen gaan even kijken of ze wat gewonnen hebben en gaan kijken op de site wie er in de prijzen is gevallen onder de kwekers. Door dit lokken naar de site gaan ze bijvoorbeeld weer naar de social media links waar ze vervolgens lid van kunnen worden.

Social Media Dit wordt op dit moment bijgewerkt door 3 studenten van InHolland Diemen, nu is het op lange termijn belangrijk dit goed up to date te houden.

De nieuwsbrief Ik ben sinds een aantal maanden ook lid van de HFF nieuwsbrief, dit vind ik een slimme manier van promotie. Want je kan een bericht geven als de planning rond is voor de tentoonstelling, dit stuur je dan per nieuwsbrief naar de mensen die hier voor ingeschreven staan. En kort voor het evenement zelf natuurlijk weer even een berichtje met de datum, programma en openingstijden.

Het Noordhollands Dagblad: Deze krant besteed veel aandacht aan het HFF, er wordt een uitgebreid speciaal krantje bijgevoegd met hierin alles over het HFF. Er staan grote advertenties in de krant, dit werkt erg goed want je kan er niet om heen. En wat ook niet onbelangrijk is dat de krant erg veel gelezen word onder de mensen in West-Friesland en omstreken. Deze manier van promotie vind ik erg sterk en goed. Ook op de site www.noordhollandsdagblad.nl is reclame te vinden van het HFF.

Combinaties in de regio

Combinaties in regio

- In de regio zijn meerdere vaktentoonstellingen, Lentetuin in Breezand, Flora in Venhuizen, Koggeflora in De Goorn en in Obdam. Wat zijn de effecten van samenvoeging van deze evenementen. Wat is de meerwaarde?
- Bundeling van krachten voor de sector? Het bollenvak in de provincie in al zijn verscheidenheid aan bolgewassen en teeltgebieden al één sector presenteren. Het daarmee interessant zijn voor ook de buitenlandse importeurs. Het aanhaken van andere sectoren? Al dan niet van de agrarische sector.
- Zou
bundeling dan het voorbeeld of de vliegwiel functie kunnen zijn als aanjager voor veranderingen. Kan het een spin-off zijn om te komen tot andere vormen van samenwerkingen? Werkgelegenheid

Voor de beantwoording van deze vragen ben ik tijdens het interviewen van de kwekers aan het werk gegaan. Ik stelde de volgende vraag: "Er zijn naast het HFF ook nog kleinere shows als de Lentetuin, Flora Venhuizen, Lenteweelde en de Koggeflora. Zou het voor u interessant zijn om deze samen te voegen tot 1 show?" Op deze vraag kreeg ik geen enkele keer het antwoord *ja*, volgens de kwekers hoort elke show in zijn eigen gebied. Zo hoort de Lentetuin in Breezand echt in de Noordkop, de Bollenstreek. En zo geldt dat volgens de kwekers ook voor de andere bolbloemtentoonstellingen.

Een fusie met andere shows wordt waarschijnlijk lastig, maar er zijn natuurlijk ook nog opties om aan te haken op andere manieren. Zo noemde ik eerder in dit verslag al partijen die er bij betrokken kunnen worden. Hier, onder zal ik ze nog eens noemen

- Zuiderzeemuseum
- Grote zaadveredelingsbedrijven Bejo en Enza-zaden
- Deen met zijn streekproducten
- Operdoeser Ronden
- Westfriesmuseum
- De vereniging Westfries product: www.westfriesproduct.nl
- Museumstoomtram
- Programmabureau de Westfrieboomringdijk

Conclusie

- Het imago van HFF wordt weer beter
- Mensen zien graag weer de echte Westfrieese show
- Holland Flowers Festival zou meer de Westfrieese Flora moeten zijn
- Geen combinatie met andere tentoonstellingen
- Mensen willen HFF graag terug naar de Streek, maar vinden de huidige locatie ook geschikt
- Meer bezoekers moet mogelijk zijn
- West-Friesland biedt tal van mogelijkheden om HFF aantrekkelijker te maken
- De entreprijs ligt aan de hoge kant, sponsoring biedt mogelijk om prijs te verlagen
- De gemiddelde bezoeker is trouw, de gemiddelde leeftijd stijgt, er komen te weinig jonge mensen

Plan van aanpak

Om de toekomst van Holland Flowers Festival veilig te stellen moeten meer, nieuwe en vooral jonge bezoekers worden getrokken.

Mijn advies is daarom:

- De komende jaren te streven naar een vaste, herkenbare plaats van vestiging
- Te richten op de vele mogelijkheden die West-Friesland biedt
- Dingen te organiseren voor en door jongeren
- Extra activiteiten te organiseren
- Geld te investeren in promotie

De Achterhoek heeft zijn Zwarte Cross, dit trekt ook veel bezoekers van buiten de regio vanwege de karakteristieke Achterhoekse cultuur die wordt geshowd en beleefd.

West-Friesland heeft met zijn Holland Flowers Festival dezelfde mogelijkheden!

Bronvermelding

Internet bronnen

- www.geluid-licht-huren.nl
- www.hollandflowersfestival.nl
- www.boels.nl
- www.Google.nl
- www.Wikipedia.nl
- www.henkout.nl
- <http://shop.hekeltje.nl>

Persoonlijke bronnen

- De Boer tenten
- Holland Flowers Festival
- Jos Borst
- Menno Boots
- Anton Aker
- Menno Boots
- Jan Borst
- Vincent Tjon Pian Gi

Bijlage 1

Stichting Westfriese Flora

Missie:

De stichting heeft ten doel het voorbereiden, organiseren en tot afwikkeling brengen van in West-Friesland door haar te houden tentoonstellingen van bloembolgewassen en andere sierteeltproducten en al wat daartoe bevorderlijk kan zijn, het bijeenbrengen en beheren van daarvoor te besteden gelden daaronder inbegrepen. De stichting zal voorts alles verrichten wat strekt tot het bevorderen van het bloembollenvak en al wat daartoe behoort of daartoe gerekend kan worden, alles in de meest ruime zin van het woord. Het daarmee in stand houden en scheppen van werkgelegenheid en zo maatschappelijke verantwoordelijkheid dragend voor mensen en hun leefomgeving.

Doel:

Promotie van het bollen- en sierteeltvak in de ruimste zin van het woord. Dit betekent, het product op een positieve manier onder de aandacht te brengen van vakgenoten/bollenkwekers veredelaars, handelaren, exporteurs en de uiteindelijke eindgebruiker, de consument. De consument is in deze keten de grootste doelgroep waar het om draait.

Promotie aan de consument:

Om de promotie van het product aan de consument het best tot zijn recht te laten komen is het belangrijk in te spelen op de behoefte van de consument en ze op die manier te inspireren, verrassen en ze te overtuigen en om hen aan te zetten tot kopen. Op de HFF zal dit gebeuren door de bloembollen in combinatie met andere sierteeltgewassen en tuinmaterialen te presenteren in een natuurlijk inspirerende omgeving. Waarbij we de vele mogelijkheden van diverse producten in de bloementuin etaleren middels een verrassende sfeervol tuinontwerp in combinatie met sfeergerelateerde tuinmaterialen, accessoires en ornamenten. Daarbij zullen de borders worden ingevuld met heesters, planten, bloembollen en voorzien van prachtige bloemarrangementen. Ook worden de nieuwste trends getoond. Dit geheel zal bijdragen tot een modern en vlot imago van het bloembollenproduct, het geeft de consument een goed inzicht en gevoel wat men met deze producten kan doen in hun eigen leefomgeving, het zal inspirerend zijn en consumenten aanzetten tot aankoop.

Promotie aan de vakgenoten

Voor het bloembollenvak is het een tentoonstelling waar in competitie verband gestreden wordt om de hoogste kwaliteit en meest vernieuwde innovaties van het product. Tevens is het een ontmoetingsplaats voor de vakgenoten en zal er onderling veel vakkennis uitgewisseld worden door en aan mensen die belangstelling hebben voor het vak vakgerichte zaken worden geïntegreerd in de beurs.

Consument, leveranciers en producent ontmoeten elkaar. (is gehele keten)

Bijlage 2: Netwerken lijst

Tuincentrum De Boet

Kees Vriend
0226352197
kees@de-boet.nl

Borst bloembollen

Jos Borst
Tel: 06-22444540
Jos@borstbloembollen.nl

Puck dienstverlening

Puck Stam
0651291586

Anton Aker

a.aker@clusius.nl

Dagmar Beers

d.beers@clusius.nl

Vincent Tjon Pian Gi

v.tjonpiangi@clusius.nl

Klaver Giant

Nico Reus
0226-452595
Verkoop@giant.nl

Schipper kozijnen

Nico van Schagen
0226-360414

Loonbedrijf van Diepen

Jack van diepen
0653451397
jackvandiepen@hetnet.nl

Juwelier de Nijs

Leo de Nijs
0229573190

In Balance coaching

Joke Borst
0653363705
jokeborst@hotmail.com

Bedrijfsondersteuning

Nico Konijn
0615828084
info@nicokonijnbedrijfsondersteuning.nl

Hovenier Bakker

Frank Bakker
0612893862

Bol op maat

Henk Sjerps
0226-450166
info@bolopmaat.nl

Borst Flowers

Wim Borst
0651873433
borstflowers@gmail.com

Kees Schilder

0299-454545
purmerend@clusius.nl

Borst Bedden

Peter Borst
072-5121188
Info@borstbedden.nl

Projectleider Onderwijs

Ans Koster
0622661485
a.koster@clusius.nl

Stuijt Dienstverlening

Jeroen Stuijt
0630388053
stuijtdienstverlening@live.nl

Holder Media

Chiel wester
0641104802
chielwester@hotmail.com

De Twee Heren

Jan de Vries
0651273839
info@detweeheren.nl

Menno Boots

0625483910
mennoboos@hotmail.com

Obdam Mechanisatie

Kevin Aldersebeas
0650950777

Wim Boon

0653790199
Wgjboon@hetnet.nl

Martijn Pennekamp

m.pennekamp@wfo.rabobank.nl

Kiipula Foundation Finland

Henni Nuutinen
Henni.Nuutinen@kiipula.fi

Dekker Sierbessen

Renee Dekker
0651593673

Dekker Makelaardij

Ronald Dekker
0226-451100
info@dekkermakelaardij.nl

Schipper Support

Monique Schipper
0229 - 590573
schippersupport@kpnmail.nl

Famrsurvival

José van Stralen
0644309590
Info@farmsurvival.nl

Bijlage 3: Inkoopprocessen

Het inkoopproces van Borst Bloembollen is op te delen in 6 onderdelen.

1. **Specificeren**

Hier word bijvoorbeeld gekeken deze winter hebben we niet genoeg witten tulpen in de broei, terwijl er rond kerst veel vraag naar witten tulpen is. Dan gaat Menno of Jos kijken welke witten soorten tulpen het goed doen in de broei. En of ze op dat moment in die maanden wel gebroeid kunnen worden, en wat ook niet onbelangrijk is of er vraag naar dit soort is op de markt. En of de prijzen voorgaande jaren goed waren op de veiling, deze gegevens kunnen ze zo bekijken. Na dit onderzoek word dan vervolgens een keuze gemaakt voor een soort.

2. **Selecteren**

Aan de hand van onderzoek kijkt Borst welke leverancier de beste bollen tegen de beste prijs levert. Dit doen ze door aan het BKD te vragen wie dit uitgekozen soort teelt, en vervolgens weten ze wel uit het verleden wie er kwalitatief goede tulpen verbouwt. Met deze kwekers nemen ze dan contact op om te horen of ze ook bollen van dit soort willen verkopen. En zo ja voor welke prijs willen ze dit soort verkopen.

3. **Contracteren**

Als het dan zo ver is dat ze een kweker bereid is een deel te verkopen gaat, Jos of Menno naar deze kweker toe om het product te gaan bekijken. Als dit allemaal in orde is word er een contract opgesteld met hier in de voorwaarden het product en afspraken over de deal en de afgesproken prijs en hoeveelheid.

4. **Bestellen**

nu is alles geregeld en moet er alleen nog betaald worden, zodra dit gebeurd is is de bestelling rond.

5. **Bewaken**

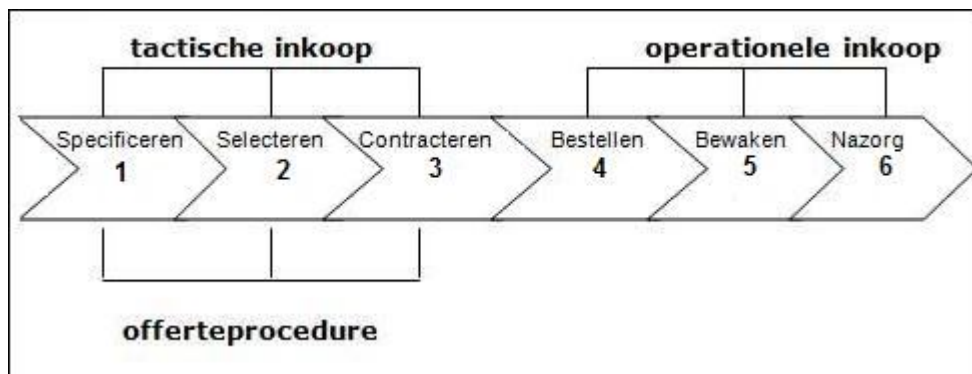
Als het product geleverd gaat worden moet het eerst nog op transport, dit gebeurd door een gespecialiseerd bedrijf die veel bloembollen transporteert. En de chauffeurs weten dus hoe ze met het product om moeten gaan zodat het keurig word afgeleverd.

6. **De nazorg en controle**

Borst koopt een partij bollen op van een kweker, de bollen worden geleverd voor de afgesproken uiterlijke datum. De bollen worden gelost van de vrachtwagen of trekker, nu gaat Edwin de partij bekijken of het allemaal in orde is. Hij kijkt dan of ze goed in de huid zit, of er zure bollen in zitten, of er kale bollen tussen zitten, of er halve dus beschadigde bollen tussen en of het genoemde aantal of gewicht klopt. Als dit allemaal in orde is gaan de leveringspapieren naar het kantoor, deze worden hier verwerkt. Nu wordt er ook een plekje

gezocht voor de bollen, als ze geleverd worden zijn ze altijd al gepeld, gezeefd en ontsmet. Als de bollen in de koelcel worden gezet wordt dit gelijk met de PDA in het systeem van Webstock gezet. Zodat ze ook op het kantoor kunnen zien waar deze partij bollen neer is gezet. Nu de bollen in de koelcel staan krijgen ze de juiste temperatuur en luchtvochtigheid, dit is altijd per soort verschillend.

Borst maakt een verdeelplan aan de hand van de behoefte van de tulpen, het verdeelplan gaat over de bewaring van het plantgoed. De verdeling gaat dan om een verdeling van koelcellen, de koelcellen zijn verschillend ingesteld qua temperatuur. Per soort tulp wordt bekeken in welke koelcel ze het best gezet kunnen worden, dit kan met allerlei dingen te maken hebben. Aan de hand hiervan maken ze een verdeelplan, dit wordt op papier gezet en wordt gegeven aan de heftruckchauffeurs. De chauffeurs zetten vervolgens de kisten volgens de planning in de gewenste koelcellen, als ze de soorten neerzetten wordt dit direct ook in het Webstock systeem gezet, zodat ze de soorten ook altijd weer terug kunnen vinden en zo kunnen zien hoeveel kilo's er van elk soort is.



Bijlage 4 Kwaliteitsbeheer

- **Veiligheid**

Tijdens het HFF moet natuurlijk het evenementen terrein veilig zijn, er moet gelet worden dat er geen gevaarlijke situaties ontstaan. Dit kunnen gevaarlijke uitstekende voorwerpen zijn, losliggende vloerbekleding dit soort dingen kunnen voor gevaarlijke situaties zorgen. Het evenement wordt gehouden in februari de maand dat het toch nog koud kan zijn, en dit kan natuurlijk voor gevaarlijke situaties zorgen. Bij de in- en uitgangen moet gekeken worden of het glad is, en zo ja dan moeten er maatregelen getroffen worden zoals zoutstrooien. En tot slot moet er ook gelet worden op jongen kinderen, zorgen dat die niet in gevaarlijke situaties terecht kunnen komen. Zoals bij vijvers, gevaarlijke machines of stoffen.

- **EHBO**

Tijdens een druk evenement met soms meer dan 5000 bezoekers per dag is het natuurlijk erg belangrijk dat er EHBO aanwezig is. Hier moet een speciale EHBO post ingericht worden, met hierin aanwezig mensen die in het bezit zijn van een EHBO diploma. En er moet een goed gevulde en complete EHBO doos aanwezig zijn.

- **Defibrillator**

Omdat dit evenement toch ook wel veel oudere mensen trekt is het risico aanwezig dat er iemand een hartstilstand krijgt. Om in dit soort situaties goed te kunnen handelen is het belangrijk om een defibrillator klaar te hebben liggen. Door dit achter de hand te hebben kan je levens redden.

- **Brandveiligheid**

Om de brandveiligheid moet natuurlijk ook gedacht worden als je een evenement organiseert, hier voor moeten voldoende vluchtwegen en deuren zijn voor als er brand uit breekt. En er moet gelet worden of de brandeuren ook vrij gehouden worden, dus dat er niet allerlei materiaal en machines voor en achter de deuren staan. De vluchtwegen moeten vervolgens duidelijk gemaakt worden met verlichte nooduitgangbordjes. En er moet ook een ontruimingsplattegrond aanwezig zijn in de tent.

- **Rolstoel/rolatorvriendelijk**

Het terrein waar het evenement plaats vindt moet natuurlijk ook rolstoel toegankelijk zijn, er moet gekeken worden naar hoge drempels. Naar eventuele trappen waar dan vervolgens een ander parkoer voor bedacht moet worden, en de paden moeten breed genoeg zijn zodat de rolstoelen en rolators er goed door heen kunnen. Bij de in- en uitgang moeten ook voldoende parkeerplekken gereserveerd zijn voor mensen met een beperking.