

Kom in de Kas-voorzitter Aad van der Wilt:

# 'Wie kan met zoveel vrijwilligers zo'n fantastisch



Aad van der Wilt: "Als Kom in de Kas ontvangen we jaarlijks ongeveer 200.000 bezoekers in 'ons' weekend. Komend jaar gaan we bovendien vier bedrijven jaarrond open stellen voor groepen."

Dit is al weer de tweede Kom in de Kas, die Aad van der Wilt als voorzitter meemaakt. Hij is nog steeds enthousiast over het jaarlijks terugkerende evenement, dat vorig jaar 185.000 bezoekers trok. Samen met de andere bestuursleden en landelijk coördinator Sandra van Tol gaat hij de uitdaging aan om Kom in de Kas nog professioneler te maken.

TEKST EN BEELD: MARLEEN ARKESTEIJN

De voorzitter zit er ontspannen bij. Het is even wat rustiger in zijn gerberabedrijf in Mijdrecht, zodat hij wat meer tijd heeft voor andere zaken. "Wie krijgt het voor elkaar om met zoveel vrijwilligers zo'n evenement neer te zetten?", begint hij het gesprek. "Met zo weinig betaalde mensen zetten we een fantastisch

evenement neer." Maar daarbij komen ook gelijk wat zorgen om de hoek kijken. Dit jaar wordt de helft van het 450.000 euro grote budget voor coördinatie, PR en onderwijs nog gefinancierd door het Productschap Tuinbouw. Dat stopt in 2013. Het landelijk bestuur van Kom in de Kas is actief op zoek naar nieuwe sponsors

en financiers om het evenement veilig te stellen voor de toekomst.

## Nieuwe bestuurders

Een andere zorg is dat er twee bestuursplaatsen vacant zijn. "Het landelijk bestuur bestaat nu uit zeven leden en een bestuurslid vertrekt binnenkort.

# evenement neerzetten?'



We willen weer toe naar een bestuur met acht leden. We zoeken naar mensen om de sponsoring aan te pakken. Als er straks geen geld meer komt vanuit het PT of een andere organisatie, wordt het lastig.”

De oproep naar nieuwe bestuursleden is inmiddels een paar maal neergelegd bij de regio's, maar is nog zonder succes. In de huidige economische situatie is het gewoon lastig om mensen bereid te vinden om een bestuursfunctie te aanvaarden. Er komen steeds minder bedrijven en de inzet van de ondernemer op het bedrijf zelf is hard nodig. En de mensen die wel tijd vrij kunnen maken, worden al zo veel gevraagd voor andere functies dat ze keuzes moeten maken. “Het zou toch zonde zijn als Kom in de Kas ophoudt te bestaan vanwege een gebrek aan landelijke bestuurders. Dus bij deze wil ik alle ondernemers die Kom in de Kas een warm hart toe dragen en daar hun ondersteuning aan willen geven, oproepen zich te melden bij de landelijk coördinator van Kom in de Kas.”

## In de kas kan alles

Van der Wilt wil de vorig jaar ingezette weg naar vernieuwing verder doorzetten. “De nieuwe verfrissende communicatie-campagne ‘In de kas kan alles’, die Inzicht Communicatie heeft ontwikkeld, heeft veel positieve reacties opgeleverd.”

Vorig jaar hadden ze drie affiches: ‘Heb je wel eens in een zee van bloemen gezwommen? Heb je ooit tropische planten zien groeien in Nederland en Wel eens een tomaat gegeten zo groot als een skippybal?’ Het idee erachter is de doelgroep nieuwsgierig maken en het kennisniveau bijspijkeren. Het geeft een heel andere kijk op Kom in de Kas.

“Dit jaar hebben we weer een paar nieuwe items: nieuwe spandoeken, nieuwe borden en afzetlinten met het logo “In de kas kan alles”.

## Kick off

Andere jaren gebeurde de landelijke opening bij een toonaangevend modern bedrijf. Dit was afwisselend een snijbloemen-, potplanten- of groentenbedrijf. Deze keer kiest het bestuur niet voor een opening, maar een kick-off waarbij de nadruk ligt op het realiseren van lande-

lijke persaandacht. In verband met de Floriade, die ook de Nederlandse tuinbouw in een positief daglicht wil stellen, is gekozen voor een locatie vlakbij de Floriade. Van der Wilt: “Op het bedrijf van Wijnen Square Crops in Grubbenvorst gaan we met 500 basisschoolleerlingen, de primaire doelgroep van Kom in de Kas, een ludieke actie op poten zetten. De scholieren gaan op 29 maart op de buitenwand van de kas het grootste glasschilderij van Nederland maken onder leiding van een kunstenaar. Ze worden daarbij aangemoedigd door de mascottes Flora en Florian van de Floriade.”

De verwachting is dat de op deze doelgroep gerichte landelijke media aandacht aan deze actie gaan besteden, waardoor Kom in de Kas vlak voor het weekend extra landelijke publiciteit krijgt.

## Jaarrond opening

Onderdeel van de vernieuwing is ook de voorgenomen jaarrond opening. Het weekend na ‘Kom in de Kas’ vindt daarvan de officiële aftrap plaats. “Het bestuur kreeg vragen van bedrijven en andere groepen mensen. Het afgelopen half jaar hebben we dit verder uitgewerkt (zie pagina 7). We vinden het een verrijking van wat er al is. Zo willen we steeds doorgaan met vernieuwen.”

Kom in de Kas is een prima instrument om de sector in een positief daglicht te stellen. Tijdens het evenement kunnen we de consument bewust maken van alle inspanningen van telers om al die mooie producten te telen. “Juist in moeilijke tijden is het belangrijk om te laten zien waar je mee bezig bent, zodat mensen jouw producten kopen.”

## Trots zijn op je bedrijf

De EHEC-crisis heeft laten zien hoe kwetsbaar we zijn. “Iemand roept iets in een ander land en een hele bedrijfstak is daar de dupe van. Dat geldt niet alleen voor de groentetelers, maar ook de bloementelers omdat de bedrijven knap minder waard zijn geworden. Wij hebben toen een bliksemcampagne georganiseerd om onze producten extra te promoten. Op zaterdag 25 juni 2011 heeft een aantal bedrijven hun deuren opengezet. Deze speciale glasgroente-editie van Kom in de Kas trok ruim 8.000 bezoekers en kreeg



De nieuwe, verfrissende communicatiecampagne ‘In de kas kan alles’ heeft veel positieve reacties opgeleverd.

veel aandacht in de regionale media.” Afsluitend benadrukt de voorzitter daarom nog eens hoe belangrijk het is als bedrijven hun deuren open willen zetten voor het publiek om ze vertrouwd te maken met de lekkere en mooie producten en de duurzame wijze van produceren. “Als je niet open wilt, ben je eigenlijk niet trots op je bedrijf.”

Aad van der Wilt, voorzitter van het landelijk evenement Kom in de Kas, wil de lijn van vernieuwing die het afgelopen jaar is ingezet, verder doorzetten. De reclamecampagne ‘In de kas kan alles’ wordt verder uitgebouwd. Er komt een pilot om een aantal bedrijven jaarrond open te stellen voor groepen. In plaats van een landelijke opening komt er een ‘kick off’. Zorgen zijn er ook. De financiële bijdrage van het PT valt volgend jaar weg. En er is behoefte aan twee nieuwe bestuursleden.

## SAMENVATTING