

Dit jaar kassen als proef jaarrond te bezoeken



Sandra van Tol (links): "Niek Botden en Engelle Beenen gaan zich bezighouden met de maatwerk bezoekprogramma's in de glastuinbouw."

Het bestuur van Kom in de Kas start dit jaar met een nieuw initiatief. In de regio's Nieuwveen en Bommelerwaard kunnen groepen belangstellenden ook buiten het reguliere weekend uitleg krijgen over de Nederlandse glastuinbouw. De website van Kom in de kas is de entree voor deze nieuwe activiteit.

TEKST EN BEELD: MARLEEN ARKESTEIJN

Kom in de Kas bestaat 35 jaar. In al die jaren is het concept nooit echt veranderd. In het eerste weekend van april openen ruim 200 glastuinders hun deuren. Het weekend trekt bijna 200.000 bezoekers. "Kom in de kas is in de loop der jaren een echt merk geworden", vertelt Sandra van Tol, landelijk coördinator van het jaarlijks terugkerende evenement.

dinator van het jaarlijks terugkerende evenement.

Openstelling buiten het weekend

Ondertussen kwamen er steeds meer vragen binnen naar openstelling buiten het weekend. Alleen was het lastig om hier iets mee te doen. Er was geen 'loket'.

"Het idee om een jaarrond openstelling op te pakken, speelt al ruim een jaar", vertelt Aad van Dijk, paprikateler en bestuurslid van de landelijke Kom in de Kas. "Het is jammer dat we het verhaal dat we te vertellen hebben maar in één weekend kwijt kunnen."

Het bestuur heeft daarom besloten om

Robert Koot: 'Ik wil graag laten zien wat er bij ons allemaal gebeurt'

Nice2get! is een modern rozenbedrijf van 7,5 ha met drie variëteiten: de gele Ilios!, de roze Aqua! en de roodwit gevlamde Harlequin. In de week van de Horti Fair krijgt hij regelmatig groepen mensen op bezoek, rechtstreeks of via zijn veredelaar. Kom in de Kas vindt Koot een goed initiatief om ook het grote publiek kennis te laten maken met de bedrijfstak.

Het afgelopen jaar was er geen Kom in de Kas in het gebied rond Nieuwveen. De teler informeerde bij zijn contactpersoon wanneer het gebied weer aan de beurt was. Op dat moment bleek dat juist dit gebied was uit-

gekozen voor een pilot. Toen hij gevraagd werd mee te doen, stemde hij gelijk in.

"Ik vind de jaarrond openstelling een goed initiatief. Ik ben zelf enthousiast over het vak en wil mensen graag laten zien wat we als tuinbouwbedrijf doen. Het maakt niet zoveel uit om welk product het gaat. Het is mooi om mensen te laten weten wat er in de tuinbouw speelt. Ik verwacht mensen die geïnteresseerd zijn: hoe bloemen groeien, hoe we met het milieu omgaan in ons gesloten teeltsysteem, hoe we zelf energie opwekken, hoe we meststoffen hergebruiken en hoe we omgaan met biologische gewasbescherming."



Robert Koot (rechts) tegen Aad van Dijk en Sandra van Tol: "Ik ben zelf enthousiast over het vak en wil mensen graag laten zien wat we als tuinbouwbedrijf doen."

Vervolg op pagina 9

Dit jaar kassen als proef jaarrond te bezoeken



Vervolg van pagina 7

Ruud en Wendy Duijnsveld: 'Wij zijn trots op ons bedrijf en het is reclame voor de sector'

Paprikaweekery Duijnsveld uit Nieuwveen is één van de vier bedrijven die meedoen aan de pilot. De ondernemers zijn trots op hun eigen bedrijf. Ze laten graag zien hoe ze op duurzame wijze paprika's telen.

Het is een echt familiebedrijf met vier ondernemers, twee neven met hun vrouwen. In 2006 bouwde de familie 5,2 ha nieuw. Dit jaar komt er 4 ha bij. "We doen alles zelf: het telen van de paprika's, het oogsten en sorteren en het wegbrengen met de vrachtwagen. We telen 1,6 miljoen kilo paprika's per jaar. Als de nieuwbouw klaar is, gaan we naar de 3 miljoen kilo", vertelt Ruud Duijnsveld.

Bezoek is welkom

De telers zijn lid van telerscoöperatie Best of Four. De afzet gaat via deze coöperatie naar handelshuis Quality Queen. Zo komen ze terecht bij supermarktketens als Tesco, waar de producten mooi gepresenteerd worden. Dat is volgens zijn vrouw Wendy niet overal het geval. Om ook de plaatselijke consumenten mee te laten genieten van verse, knapperige paprika's verkopen ze deze ook in een stalletje aan huis.

"We zijn een van de weinige groentebedrijven in deze regio. Daarom komen er altijd al veel schoolklassen, telers en mensen uit het bedrijfsleven. We vertellen graag alles over de teelt, over de biologie, het recirculeren van het water. Er zijn nog steeds veel mensen die er geen idee van hebben wat er in een kas gebeurt", vertelt Wendy, die de rondleidingen op zich gaat nemen.



Ruud en Wendy Duijnsveld: "Er zijn nog steeds veel mensen die er geen idee van hebben wat er in een kas gebeurt. Dat vertellen we graag."

een pilot op te zetten met bedrijven die op aanvraag gedurende het hele jaar open zijn. De vraag is in de 35 regio's neergelegd en er zijn twee gebieden uitgekozen. De pilot gaat daadwerkelijk van start na het Kom in de Kas weekend.

Nieuwveen en Bommelerwaard

In de regio Nieuwveen stellen paprikabedrijf Duijnsveld en rozenteler Nice2get! hun bedrijf open voor bezoek. In de Bommelerwaard zijn paprikabedrijf Van Tuijl en chrysantenteler G&G Flowers het hele jaar door te bezoeken.

Van Dijk: "We hebben gekozen voor een bloemen- en groentebedrijf. Maar eigenlijk is het product minder belangrijk. Het gaat er vooral om hóe je het verhaal vertelt. Tegen een verhaal dat een teler met passie vertelt, kan geen tv-commercial op."

"We starten bewust met een kleine pilot. Als uit de evaluatie blijkt dat het een succes is, willen we het verder uitbouwen naar de andere regio's. Mensen hoeven dan maximaal 50 kilometer te reizen. Per regio streven we naar minimaal twee bedrijven", vertelt Van Tol.

Aanmelden via Kom in de Kas

De 'voorkeur' waar groepen zich kunnen aanmelden, is een formulier op de website van Kom in de Kas. Kom in de Kas stuurt

deze aanmelding door naar organisatiebureau HollandDoor. Dit is een samenwerkingsverband van vier ondernemers, die naast overige activiteiten in de sector zorgen voor maatwerk bezoekprogramma's in met name de tuinbouw.

Engelie Beenen en Niek Botden van deze organisatie gaan zich met Kom in de Kas bezighouden. Zij nemen contact op en zorgen voor een excursie op maat naar de deelnemende bedrijven, afhankelijk van de wensen en achtergronden van de groep. "We bekijken welke groep zich aanmeldt en wat het doel van het bezoek is. Koks zullen bijvoorbeeld met andere vragen komen dan eigenaren van een groentespecialzaak of bijvoorbeeld een personeelsuitje van een logistiek dienstverlener. Zo kunnen we over en weer van elkaar leren", vertelt Beenen. De maximale groepsgrootte is 25 personen.

High tech en ambachtelijk

"De beste marketing is laten zien hoe de producten worden geproduceerd", vindt Botden. En dat hoeft wat hem betreft geen nostalgische uitstraling te hebben van een boer op klompen. Als een consument in de supermarkt brood ziet, weet hij toch ook dat het bakken een industrieel proces is?

Het verhaal over het product is een balans tussen high tech en ambachtelijk met aandacht voor smaak, kleur, uiterlijk, voedselveiligheid, duurzaamheid, passie en vakmanschap. Bovendien realiseren mensen zich vaak niet dat veel van deze bedrijven met hun familie, personeel en gezinnen een belangrijke functie hebben en de sociale infrastructuur van het Nederlandse platteland vormen." Voor bewustwording, begrip en acceptatie is het daarom heel belangrijk om de afstand tussen consument en producent te verkleinen. "You're good, and tell it!" "Tijdens zo'n excursie komt ook het belang van de glastuinbouw voor de Nederlandse economie aan bod", voegt Beenen toe.

Het landelijk bestuur van Kom in de Kas start dit jaar een pilot om vier bedrijven in de regio's Nieuwveen en Bommelerwaard jaarrond open te stellen voor groepsbezoek. Aanmelden kan via een formulier op de website van Kom in de Kas. Organisatiebureau HollandDoor zorgt voor een programma op maat. Als de pilot slaagt, wil het bestuur dit initiatief landelijk uitbreiden.

SAMENVATTING