

Kunstenaars met tuinbouwproducten

‘Kom in de Kas heeft bestaansrecht, maar teler moet ook uit de kas’



Koos Zuidgeest (links) en Piet Vellekoop: “Denk eens ‘out of the box’ bij vernieuwingen.”

Kunstenaars in de glastuinbouw worden ze wel genoemd, oprichters Koos Zuidgeest en Piet Vellekoop van Zuidkoop Natural Projects. Ze hebben een duidelijke mening met af en toe een knipoog over kunst in en om de kas en in het verlengde daarvan de promotie van het tuinbouwproduct in binnen- en buitenland.

In de jaren zeventig waren ze nog twee elkaar beconcurrerende bloemisten in de Hoofd-

straat in De Lier. Ze hadden soortgelijke ambities en waren van dezelfde leeftijd. Onder het bekende motto ‘if you can’t beat them, join them’ besloten ze samen te gaan als ‘Zuidkoop’, dat uiteindelijk uitgroeide tot toonaangevend bedrijf in onder andere productpresentaties. Inmiddels zijn beiden weer directeur af. Piet Vellekoop heeft acht jaar geleden de deur achter zich dicht getrokken, om meer tijd te hebben voor zijn andere passies: kunst met zijn galerie Vellekoop&Vellekoop en het maken van

reizen. Koos Zuidgeest is vanaf 2009 uit de directie gestapt, maar is zowel zakelijk als creatief nog aan het bedrijf verbonden. Zo was hij onlangs nog in Berlijn op de internationale vakbeurs Fruit Logistica om projecten te begeleiden.

Kunst in de kas

In de showroom van Zuidkoop hangen momenteel werken van Peter Donkersloot, een kunstenaar die met natuurlijke portretten als basis en een combinatie van moderne

Vervolg op
pagina 14 >

technieken en ambachtelijk schilderen in het oog springende kunstwerken maakt van bekende personen. Beeldende kunst is breed en veelzijdig. Dat de kunst bij het bedrijf in de kas hangt, is niet essentieel. “Maar er hoort nu eenmaal wel een andere emotie bij dan wanneer de kunstwerken in een witte galerie zouden hangen. Hier vormen ze een prachtige

combinatie met het interieur”, zegt Piet Vellekoop.

Dat het thema van Kom in de Kas dit jaar ‘kunst in de kas’ is, zien beide heren meer als kapstok. Al pratend komen er leuke ideeën en suggesties boven: pak een kas in; kies voor brutale graffiti; kleed de bedrijfsruimte aan met kroonluchters met LED-verlichting. “Dat

is origineler en aansprekender dan een expositie van schilderijen en kunstwerken van plaatselijke kunstenaars.”

Kunst rond de kas

Als het om kunst, uiterlijk en imago gaat, zouden tuinbouwondernemers eens wat kritischer om zich heen moeten kijken, vinden Zuidgeest en Vellekoop.

“Ik maak me echt zorgen over de verrommeling van tuinbouwgebieden, zoals het Westland. Het gebied ziet er versnipperd uit. We horen overal om ons heen praten over het tuinbouwimago. Maar bij de basis laat men het afweten. LTO Glaskracht neemt wel initiatieven, maar deze komen onvoldoende van de grond. Kunnen ook de overheid, de gemeenten geen bijdrage leveren om het gebied aantrekkelijker te maken? En is het ook voor bedrijven zélf niet een voorwaarde dat ze zich door het jaar heen beter presenteren? Daar kan ook ‘kunst rond de kas’ bij horen. Je ziet nu nog maar enkele bedrijven die een mooi kunstwerk hebben staan”, zegt Vellekoop.

Kom uit de kas

Koos Zuidgeest ziet Kom in de Kas als een nuttig verschijnsel, dat zeker niet mag verdwijnen, maar hij zou daarnaast zeker meer willen zien. “Je ziet hier steeds dezelfde mensen langskomen. Hoeveel echte stedelingen komen er? Twintigers, dertigers, veertigers? Het tuinbouwimago wordt naar mijn mening niet goed genoeg op de kaart gezet. Stel dat ik bezoek heb. Dan weet ik wel een leuke locatie om een broodje ‘gezond’ te eten. Maar als je wilt bekijken hoe al deze mooie, gezonde producten groeien, is dat bijna onmogelijk.”

“Je hebt hier zoveel bedrijven, die echt interessant zijn voor buitenstaanders, maar helaas zijn die niet toegankelijk. Er is wel een druivenkas, gerund door vrijwilligers, waar mensen naar binnen komen. Waarom wordt zoiets wel opgezet voor een teelt die niet meer bestaat en niet voor een gemechaniseerd potplantenbedrijf? We moeten naar de mensen in de stad toe en laten zien hoe mooi en goed de tuinbouw bezig is.”

Kom uit de kas, bepleiten beiden daarom. Ze zien goede kansen voor een mooie interactieve tentoonstelling, die naar de mensen toegaat, waar mensen kunnen voelen, ruiken en beleven wat de tuinbouw te bieden heeft. Op deze manier kun je ook jongeren trekken, die van nature al meer bezig zijn met veilig voedsel en local for local.

Tuinbouwkunstenaars

En wat zijn hun eigen motieven om ‘tuinbouwkunstenaar’ te zijn? “Het bedrijf draaiende houden”, klinkt het nuchter uit de mond van Zuidgeest. Maar al gauw blijkt eronder toch ook een flinke portie vaktrots te zitten.



Altijd blij met reacties van klanten die melden dat hun producten, dankzij de opvallende creaties, weer veel zijn gefotografeerd door bezoekers aan vakbeurzen.



'Het is de kunst om steeds weer dingen te verzinnen met verse producten, waardoor de klant extra in de picture komt.'

Want is het nu bloemschikken of bloem(sier) kunst? "Wij bleken de 'kunst' van het schikken goed te verstaan", lacht hij. Hij voegt eraan toe dat het steeds de uitdaging is om de producten van je klanten zó neer te zetten dat ze boven de middenmoot uitsteken.

Hij toont op zijn telefoon wat recente beelden van de Fruit Logistica en zegt blij te zijn met de reacties van zijn klanten als ze melden dat hun producten, dankzij de opvallende creaties, weer veel zijn gefotografeerd door bezoekers.

Klant extra in de picture

"Het is de kunst om steeds weer dingen te verzinnen met verse producten, waardoor de klant extra in de picture komt." Vellekoop herinnert zich onder andere Dick Bruna-presentaties met groenten in Japan. "Het is gewoon leuk om mooie dingen te maken, waarmee je bezoekers kunt verrassen."

Ze vinden het een slechte zaak als de sector geen alternatief weet te vinden voor de verdwenen collectieve gelden voor promotie van tuinbouwproducten in het buitenland. "Dat is slecht voor de branche of het nu over groenten of bloemen gaat. Het is te gek voor woorden wat er nu gebeurt. De groten weten hun producten nog wel onder de aandacht te

brengen. De kleinere telers die meelifften, niet meer."

Meesters in de tuinbouw

Hun keuze wie ze nu zelf 'meesters in de tuinbouw' vinden, is verrassend. Zuidgeest kiest voor Technokas. "Dit bedrijf is zo innovatief bezig. Het heeft te maken met nieuwe manieren van omgaan met energie, klimaatbeheersing, het gebruik van zonlicht en bewegende buizen. Het is anders denken dan de standaard."

Vellekoop kiest voor Niek van der Knaap van Anthura. Niet alleen vanwege de originele, esthetisch aansprekende kas maar ook door de productontwikkeling binnen het bedrijf zelf. Onder andere anthuriums met andere vormen en het betrekken van bloemarrangeurs bij de ontwikkeling en promotie van hun producten.

Maar beiden benadrukken dat er natuurlijk veel meer bedrijven qua vakmanschap in aanmerking komen voor 'meester'. Het is belangrijk om regelmatig ook 'out of the box' te denken geven ze als advies.

Nieuw en apart

Groot, groter, grootst is geen kwaliteit. Kijk naar de mooie, kleine producten, die ook hun

plaats innemen in het productpakket: kleinere gerbera's, phalaenopsis en chrysanten. De groothandel is vaak een barrière voor vernieuwing. Daarom sneuvelde de eerste kleine chrysant, de microsant, als product. Later is het product opnieuw door Fides opgepakt. De santini is nu niet meer weg te denken. "Maar timing is ook belangrijk. Stel we waren begonnen met de kleine phalaenopsis, dan zou de grote phalaenopsis nooit het succes zijn geworden dat het nu is."

Zelf krijgen ze regelmatig vragen van veredelaars naar hun mening. "Wij denken daarbij niet aan aantallen per vierkante meter of kostprijs, maar wel aan nieuw en apart. De branche roept wel dat producten steeds goedkoper moeten worden geproduceerd, maar er is ook ruimte voor nicheproducten. Daarbij snijdt het mes aan twee kanten, want als er vijf procent van de bulk afgaat, komt dit ten goede aan de prijs voor de rest."



'Kijk naar de mooie, kleine producten, die ook hun plaats innemen in het productpakket.'

Samenvatting

Koos Zuidgeest en Piet Vellekoop hebben als tuinbouwkunstenaars een aardig beeld van kunst in en om de kas. Ze pleiten voor een beter uiterlijk van tuinbouwgebieden, de plaats waar het allemaal gebeurt. Kom in de Kas heeft zeker bestaansrecht. Maar ze pleiten ook voor een 'Kom uit de Kas', een interactieve tentoonstelling in de stad, die stedelingen en jongeren aanspreekt.