

Kom in de Kas van start bij bromeliateler Bunnik

Landelijke kick-off in Kudelstaart toont hoe boeiend tuinbouw is



Björn Bunnik: "We doen al vele jaren mee. Het is een evenement waarmee onze sector zich goed kan presenteren naar de omgeving."

De heldere kleuren bij Bunnik Vriesea's maken de dag zo vrolijk als een bloeiend bloembollenveld op een mooie voorjaarsdag. Een prima plek voor de kick-off van de landelijke Kom in de Kas. Dit bedrijf past met zijn vele facetten ook prima in het thema van dit jaar: 'Tuinbouw is boeiend'.

"Zelf gebruiken we de slogan: Bunnik Vriesea's, een b(l)oeiend bedrijf", lacht Björn Bunnik. Daarmee verwijst hij naar de veelzijdigheid van het eigen bedrijf, waar hij een breed en vernieuwend sortiment aan bromelia's teelt. Niet voor niets dat hij zich goed kan vinden in het landelijke thema.

"De tuinbouw is altijd al een boeiende sector geweest. Het werken met planten die groeien en bloeien, is natuurlijk al iets bijzonders op zich. Samen met de techniek en kennis, die tegenwoordig nodig zijn om een goed en efficiënt tuinbouwbedrijf te laten draaien, maakt het zo'n boeiende sector. Er zijn zoveel ontwikkelingen dat je je echt niet

hoeft te vervelen en er voor iedereen wel een uitdaging te vinden is."

Landelijke opening

Donderdag 31 maart is de landelijke kick-off. Ook dit jaar hebben basisschoolleerlingen daarbij een belangrijke rol. De opening wordt geheel in jungle stijl uitgevoerd. De hoofdrolspeler is Bamboe Bill, een echte avonturier die tussen de dieren in het meest avontuurlijke dierenpark van Nederland woont en bekend is van zijn programma Jungleclub bij RTL Telekids.

Op de laatste donderdag van maart trekt Bamboe Bill er op uit met de grote Beestenbus en komt dan terecht in de 'Nederlandse jungle'. Hij neemt de kinderen mee naar een plek waar ze het 'Kom in de Kas-Avonturenspel' gaan spelen. Het laatste onderdeel daarvan is de landelijke kick-off van de open dagen van de glastuinbouw.

Gastheer

De bromeliateler hoefde niet lang na te denken toen het lokale comité hem vroeg

voor de landelijke kick off. "We hebben hier uiteraard enthousiast ja op gezegd. Het is hartstikke leuk dat de aftrap van het grootste tuinbouwevenement bij ons wordt gegeven. We doen al vele jaren mee, vinden het een prachtig concept en een leuke manier om de omgeving te laten zien wat er op ons bedrijf gebeurt. Het is een evenement waarmee onze sector zich goed kan presenteren naar de omgeving en tegelijkertijd is het een leuk, maar educatief dagje uit voor het hele gezin."

Het bedrijf is een van de zes die meedoen aan Kom in de Kas, regio Aalsmeer. De andere vijf hebben respectievelijk pioenen, belichte pioenen, phalaenopsis, potcymbidiums en cactus. In deze regio zijn afwisselend zeven straten aan de beurt.

Kudelstaart

Kudelstaart houdt zaterdag en zondag open dag. Bezoekers komen voornamelijk uit de buurt en uit Amsterdam, maar ook vanuit de rest van het land en zelfs België. Cris Oostveen, voorzitter van de regio Aalsmeer, denkt



dat de 'verre' bezoekers deels komen door de extra openingsdag op zondag.

"Het landelijke evenement heeft een goede naam. De belangrijkste doelgroep zijn ouders met jeugd tot een jaar of veertien en oudere mensen. De tussenliggende leeftijd is wat lastiger. Wij spelen op de doelgroep in met activiteiten als een springkussen, een speurtocht door de bedrijven en het laten zien van allerlei interessante dingen zoals biologische bestrijding en het (zelf) oppotten van plantjes. We willen de ouders én hun kinderen vermaken", vertelt Oostveen.

Hij heeft zelf met zijn broer en een compagnon een teeltbedrijf voor de vermeerdering van tuinplanten. Net zo boeiend en divers. Sinds kort maakt hij deel uit van het landelijke bestuur. "Het is een goed evenement. Ik zat in het verleden bij de tuinbouwjongeren. Dit is een leuke opvolging om betrokken te blijven bij de omgeving én de landelijke tuinbouw."

Drempel

Het is ieder jaar lastiger om bedrijven te vinden, die mee willen doen, ervaart Oostveen. "Toen ik er in 2002 bij kwam, was het gewoon dat rond de tien bedrijven hun deuren openden. Dat het nu moeilijker is, heeft verschillende oorzaken. Deels heeft het te maken met de personele inzet. In het verleden waren het vooral familiebedrijven. Nu kost het extra geld om mensen in te huren voor de open dagen. Verder zien ondernemers er tegenop om hun kas klaar te maken voor de bezoekers, terwijl het juist zo'n leuk evenement is, waarbij ze direct contact met de consument kunnen hebben. Je krijgt leuke vragen en een hoop gezelligheid. Een ander argument, dat in dit gebied niet speelt, is de angst dat er ziekten worden overgebracht", zegt Oostveen.

Familiebedrijf

"Bunnik Vriesea's is een familiebedrijf dat lekker in beweging is. We steken veel energie

in de ontwikkeling van onze teeltwijze en technieken, het milieu, ons innovatieve assortiment, de vermeerdering van onze bromelia's en de verkoop via de Bromelia Specialist. We zitten vooraan in de klas om in de top van de markt te kunnen opereren en de consument te kunnen blijven verleiden met onze prachtige producten", omschrijft de ondernemer zijn bedrijf kort maar krachtig.

Het bedrijf bestaat uit twee vestigingen, van 3 en 5 ha. In de locatie van 5 ha, die geopend is tijdens Kom in de Kas, vindt ook de landelijke kick off plaats. Dit is de productie-locatie, waar plantjes vanuit weefselkweek of uit zaad opgroeien, worden opgepot en zich verder ontwikkelen tot verkoopklare bloeiende planten. Op de andere locatie ontbreekt het jongste stadium, maar vindt de verkoop van de orders en verwerking plaats.

Bromelia Specialist

Alle bromelia's worden verkocht via de Bromelia Specialist. Dit is de gezamenlijke verkooporganisatie van vier bromeliabedrijven, die zich bezighoudt met de verkoop en marketing. De bedrijven passen bij elkaar en vullen elkaar aan. Bunnik kweekt bijvoorbeeld planten op in 12 cm potten. Andere bedrijven hebben andere potmaten.

Samen verkopen de bedrijven een compleet assortiment. De organisatie heeft vier verkopers en vier mensen in de binnendienst. Wanneer ze aanvulling nodig hebben, wordt dit ingekocht bij drie of vier andere bedrijven. "We ontlasten onze klanten doordat ze één aanspreekpunt hebben voor het hele assortiment. We leveren ook toegevoegde waarde: van een simpel etiket tot een marktconcept. Promotie wordt eveneens gezamenlijk opgepakt. We presenteren ons op de verschillende beurzen, bezoeken klanten en klanten bezoeken ons bedrijf. Eigen marktonderzoek is eveneens een onderscheidend aspect. De verkopers praten met de klanten en koppelen



De ananas is de bekendste bromelia, een exotische beleving.

dit weer terug. Die contacten met de eindklant zijn erg leerzaam: voor welke producten en kleuren is er belangstelling, hoe kunnen we onze producten het beste verkopen en hoe kunnen we ons verder verbeteren?"

Ananas

Bunnik geeft alvast een voorproefje van wat er op zijn bedrijf te zien is. Zijn vader begon met komkommers en stapte over op vriesea. Inmiddels is het assortiment bromeliabreed: vriesea, guzmania, achmea en sinds kort ook ananas. "De ananas is de bekendste bromelia. Wij hebben een bloeiende ananas die langzaam afrijpt. Het is een exotische beleving. Hij is niet geselecteerd op volume en smaak, maar hij gaat wel heerlijk ruiken."

Verder selecteert hij de beste rassen van verschillende veredelaars. Door kruisingen komen er nieuwe vormen en kleuren van bloemen of verbeteringen van het bestaande assortiment. 's Winters belicht hij de planten om de mooiste planten met zware bloemen aan te kunnen bieden."

Samenvatting

De opening van Kom in de Kas is dit jaar bij Bunnik Vriesea's in Kudelstaart. Ook doet dit bedrijf mee aan de landelijke activiteiten die dit jaar weer in het eerste weekend van april worden gehouden. 'Tuinbouw is boeiend' slaat zowel op het landelijke thema als op het bedrijf van de openingshandeling zelf. Door de diversiteit en veelzijdigheid is de tuinbouw een boeiende sector.



Björn Bunnik (links) zei enthousiast 'ja' toen Cris Oostveen (rechts) van het lokale 'Kom in de Kas'-comité hem vroeg voor de landelijke kick off.