Plantarium wil de handel inspireren

Het thema van Plantarium 2016 was 'Show it'. De organisatie voegde de daad bij het woord en pakte flink uit met belevings- en inspiratieplekken. 'Een sfeerbeeld kan de handel op een idee brengen.' De standhouders gaven op eigen wijze invulling aan dit thema.

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

De organisatie van Plantarium had de bomen- en plantenbeurs in het teken gezet van beleving en ervaring. Het thema van de beurs was 'Show It' en dat was zowel een opdracht naar de standhouders als naar de eigen organisatie.
Plantarium vertaalde het thema naar showtuinen die in samenwerking met kwekers op diverse plaatsen waren geplaatst. Deze plekken zijn bedoeld om de handel en retail te inspireren. Bezoekers konden kennismaken met de Tuin- en Landschapsexperience en de Retailexperience. Verder stond er onder meer een 'House of Inspiration' met siertuintjes van cactussen, varens, heesters en waterplanten. Het kenmerk van deze inspiratieplekken was dat er planten stonden van verschillende producenten in een gezamenlijke presentatie van een arrangeur.
"We denken dat dit sfeerbeeld de handel op een idee kan brengen", zegt beursmanager Jos van Lint. "Ze kunnen bijvoorbeeld deze producten bij elkaar aanbieden zodat de consument zo'n hoekje thuis na kan bouwen."
Volgens Van Lint kan deze werkwijze als voordeel hebben dat de consument minder op basis van prijs koopt, maar op basis van het 'plaatje' dat hij of zij nastreeft. "Voor het sfeerbeeld heb je bepaalde producten nodig. Dan speelt de prijs niet meer de hoofdrol."
De inspiratieplekken zijn een blijvertje, vindt Van Lint. Volgend jaar keren ze terug. Daarbij wordt de indeling mede bepaald door de deelname van kwekers aan de inspiratieplekken. Mogelijk volgt ook prijsdifferentiatie, waarbij standhouders betalen voor de mate waarin hun producten in de inspiratieplekken zijn terug te vinden. Idealiter wordt de beurs in de toekomst opgebouwd rond deze inspiratieplekken.

J.G. Cammeraat en Rovero Systems beste stands

Voor de tweede keer op rij is de stand van J.G. Cammeraat vof uit Boskoop door de KVBC jury uitgeroepen tot de Beste Groene Stand van Plantarium 2016. Rovero Systems bv uit Raamsdonksveer kreeg deze titel in de categorie Toeleveranciers.

HOGER PLAN

Diverse standhouders probeerden zelf ook de beleving van hun producten naar een hoger plan te trekken. Soms deden ze dat op conventionele wijze, anderen probeerden dat met een totaal nieuw concept.
Erik Rijnbeek van Boomkwekerij Robert Rijnbeek uit Boskoop toonde een aangeklede tafel met rozenplanten in vrolijk aangeklede potten.





'Taiga'wint persprijs

Clematis 'Taiga' van Joh. Stolwijk & Zonen Boomkwekerijen bv uit Boskoop heeft in de categorie Tuin-, balkon- en terrasplanten de Plantarium Persprijs 2016 gewonnen. De jury was unaniem in haar oordeel: 'De bloemen zijn bijzonder doordat ze zich in drie fases van knop, via enkele bloemen naar dubbel gevulde grote bloemen ontwikkelen. Ook de lange bloeitijd maakt deze Clematis zeer aantrekkelijk'.
In de categorie concepten ging deze prijs naar Hydrangea macrophylla 'Three Sisters' van De Jong Plant bv uit Boskoop en Heinje Pflanzen-Handel GmbH & Co uit Edewecht (D). Bij deze hortensia was de jury enthousiast over de drie kleuren bloemen die in één plant worden gecombineerd.

Dit concept draagt de naam 'Hugs and Kisses' en ontving de tweede plaats bij de verkiezing van de Persprijs voor het beste concept. "Het is een product dat bedacht is door een vrouw, voor een vrouw. Het trekt op Plantarium ook veel aandacht van vrouwen die voorbij lopen. Dat is belangrijk, want zij beslissen uiteindelijk over de aankoop."
De kweker erkent dat een dergelijke aanpak niet helemaal nieuw is. "In de hortensia's onderscheiden telers zich ook op vergelijkbare wijze. We willen onze rozen op deze manier laten opvallen in de winkel." Dat laatste is noodzakelijk, meent Rijnbeek. "Ik ben in een aantal tuincentra wezen kijken en dan staan veel planten op de grond. Je loopt er voorbij voor je het weet."
De boomkweker weet nog niet precies of en hoe het concept op de markt wordt gebracht. Hij ziet Plantarium als proeftuin. "De reacties zijn overwegend positief."

Simon van der Velde van het gelijknamige waterplantenbedrijf gaat nog een stap verder met beleving. De verpakking maakt bij zijn producten voor een nog belangrijker deel uit van het concept. Het bedrijf kreeg al veel publiciteit met het educatieve minituintje 'Swamp World' met vleesetende planten in een soort terrarium. Dat bleek een prima muggenvanger te zijn. In dezelfde serie (Amazingworld) heeft het bedrijf Waterworld en Desertworld (met cactussen) ontwikkeld. Daarnaast heeft hij Veggieworld, een minigroentetuintje waarbij de verpakking dienst doet als kas. Voor waterplanten heeft Van der Velde een concept voor droogverpakkingen, waarbij al het materiaal, tot aan de afdeksteentjes toe, in een kant-en-klare verpakking zit. Van der Velde biedt de producten online aan, maar wil nu ook de handel benaderen. "We draaien het om, de consument gaat er vast om vragen bij het tuincentrum, de retail zal er dan bij ons om vragen."

Amazingworld en Power Plant beste idee

Power Plant, ingezonden door studenten van het Wellantcollege uit Delft, en Amazingworld van Van der Velde Waterplanten bv uit Bleiswijk zijn uitgeroepen tot Beste Idee Plantarium 2016.
De winnende innovatie in de categorie studenten is Power Plant, een plantenmuur waarmee energie kan worden opgewekt voor het opladen van een mobiele telefoon.
In de categorie bedrijfsleven werd Amazingworld van Van der Velde Waterplanten bv eerste. Met Amazingworld maken kinderen op een speelse manier kennis met de natuur. Voor de verkiezing Beste Idee Plantarium 2016 waren er veertien inzendingen. Drie in de categorie studenten en elf in de categorie bedrijfsleven.

TOTAALPAKKET

Herkenbaarheid voor de consument, daar is het Esther Wientjens-van der Poel van Valkplant Innovative Plants om te doen. Het bedrijf is een samenwerking aangegaan met Spring Meadow Nursery uit de Verenigde Staten om in Europa een lijn met vaste planten onder de naam Proven Winners op de markt te brengen. Deze planten zijn een aanvulling voor de – reeds bestaande – Europese tak van Proven Winners.



Astilbe 'Chocolate Cherry' beste noviteit

Astilbe 'Chocolate Cherry' (Mighty) is uitgeroepen tot beste Noviteit Plantarium 2016. De plant werd ingezonden door Compass Plants bv uit Hillegom. Naar het oordeel van de jury klopt alles aan deze plant. De plantopbouw is perfect, vol van blad, mooi donkergroen blad en bruinbrons jong blad. De bloemen hebben een aparte en zeer sprekende bloemkleur en de bloemstelen zijn mooi donker.
In totaal werden 98 inzendingen gekeurd. Buiten de beste noviteit werden nog vier andere planten door de jury met goud bekroond. De jury kende voorts 12 zilveren en 21 bronzen medailles toe.



vervolg van pagina 11

“We zien Proven Winners als een kans”, zegt Wientjens. “De afgelopen jaren hebben we veel merkconcepten gezien die zich beperkten tot één soort. Nooit werd een totaalpakket aangeboden. Daar ligt volgens ons een gat in de markt. De consument gaat het merk herkennen. Als je dat merk tegenkomt bij een nieuw soort plant, helpt die naamsbekendheid bij de verkoop.”

Wientjens zoekt kwekers die de planten waarvan Valkplant de rechten heeft verworven, in voldoende aantallen kunnen kweken. De planten worden vervolgens met een kenmerkende witte pot en het PW-logo op de markt gebracht.

GEVECHT

Producenten hoeven niet altijd gekleurde potten, leuke verpakkingen of fraaie presentaties toe te passen om de klant te boeien. Details kunnen ook van groot belang zijn om te slagen op een specifieke markt. Clematisveredelaar Wim Snoeijer van J. van Zoest weet dat als geen ander. “De variatie in clematis is enorm divers; bloemkleur, bloemvorm, formaat. Noem maar op. De Europese markt heeft bijvoorbeeld het liefst donkere stuifmeeldraden die contrasteren met de bloem. Voor Azië is het belangrijk dat die kleur hetzelfde is als de bloem zodat er geen contrast is. Je kunt de markt dus niet bedienen met dertig cultivars. Daarom hebben we er 400 in het assortiment.”

“De kunst iws nu dit bij een breder publiek te laten zien”, vult Jan van Zoest aan. “Hoveniers en tuincentra kennen het product soms helemaal niet. Het blijft dus een heel gevecht. We hebben een aantal soorten gekruist om ze geschikt te maken voor de productie van snijbloemen. Het is best lastig om onze producten onder de aandacht te brengen. Die onbekendheid is zowel een kans als een bedreiging voor dit product.”

FACEBOOK

Het gebrek aan kennis bij het grote publiek is volgens Garry Grüber van het Duitse Cultivaris ook een uitdaging. “De jongste generatie heeft geen verbintenis met de tuin of planten. Ze ‘liken’ een mooie plant op Facebook, maar gaan hem niet kopen. De mensen die planten kopen, zijn dezelfde als dertig jaar geleden.”

Grüber ziet overigens ook kansen in het gebrek aan verbinding. “Jongeren maken geen onderscheid tussen de verschillende categoriën. Het maakt ze niet uit of het heesters, vaste planten of éénjarigen zijn. Ze willen gewoon een mooi product dat weinig onderhoud nodig heeft en jaarrond aantrekkelijk is. Het moet ‘pretty in the patio’ zijn.”

Hoe speelt de Duitser in op deze marktontwikkeling? “We zien veel kansen voor succulenten, zoals sedum, en de zinnia zany met non-stop bloemen van voor- tot najaar.”

‘Vuist tegen Europese Unie’



De organisatie Collective of Animal and Plant Stakeholders vroeg op Plantarium aandacht voor het Europese beleid ten aanzien van invasieve exoten. Deze belangenorganisatie wil een vuist maken tegen nieuwe regels die diverse kwekers hard treffen.

De Europese Unie heeft op 13 juli een lijst gepubliceerd waarop dertien plantensoorten staan waarvoor per 3 augustus in alle lidstaten een uitsterf- en uitroeiingsregime van kracht is. Dat betekent dat het bezit, het kopen, verkopen, kweken, importeren en exporteren van soorten op de lijst verboden is. Dit verbod geldt voor particulieren, bedrijven en overheden. In de praktijk betekent de regelgeving dat kwekers van deze producten moeten stoppen met hun werk en hun inkomen verliezen.

De lijst van dertien soorten is pas het begin, zegt Erna Philipi-Gho van het ‘Collective’. “Er ligt een aanvulling klaar met twintig soorten. Dit is een verkapte aanval op de sierteeltsector.” Het ‘Collective’ is van mening dat de lijst te onzorgvuldig tot stand is gekomen, vindt Richard Jong. “Er is geen goed onderzoek geweest naar de risico’s.”

Willemstein Hoveniers Beste ‘Green Team’

Het team van Willemstein Hoveniers uit Waddinxveen is op Plantarium 2016 uitgeroepen tot ‘Beste Green Team Plantarium 2016’. Boomkwekerijen, tuincentra, handelsbedrijven, hoveniers/groenvoorzieners en toeleverende bedrijven konden hun medewerkers nomineren voor deze verkiezing. Zes teams legden een proeve van bekwaamheid af. Op de beursvloer voerden zij een aantal opdrachten uit. Een jury, bestaande uit diverse vertegenwoordigers uit het vak, beoordeelde de uitvoering van de opdrachten en de motivatie van de werkgever.





