



Aad Vollebregt



Jessica Ruitenbergh

Vasteplantenkwekers door met Perennial Power

Kwekers die het verschil willen maken en de regie nemen om hun assortiment vaste planten breed onder de aandacht te brengen van de consument, in binnen- en buitenland. Dat is de opgave waarmee twee jaar geleden het vasteplanteninitiatief Perennial Power van start ging. Eind oktober maakten de aangesloten telers de balans op. Er zijn volop plannen voor de toekomst, zo blijkt. ‘We zijn kwekers met ambitie.’

Tekst: Arno de Snoo
Fotografie: René Faas

De Tuinen van Appeltern liggen er stil bij in het najaarslicht. De locatie in het Gelderse dorp Appeltern, een tuininspiratiepark van 22 hectare, is de ideale plek voor een bijeenkomst van vasteplantenkwekers. De kwekers die komen voor de vergadering van Perennial Power druppelen binnen. Het is tijd om de balans op te maken.

Met het wegvallen van de productschapen verdween ook de gezamenlijke promotie van vaste planten. “Er was niemand meer die ons verhaal vertelde. De promotie van onze producten verschoof naar partijen als tuincentra en daarop hebben wij als telers geen invloed”, vertelt Jan Willem Rotteveel, vasteplantenkweker in Noordwijk. Rotteveel is een van de twintig kwekers die twee jaar geleden het initiatief namen om Perennial Power op te richten. De groep richt zich op de promotie van vaste planten naar consumenten. Dit gebeurt door

het versturen van persberichten naar bijna 5.500 perscontacten in Nederland, Verenigde Staten, Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. Hiervoor wordt samengewerkt met iBulb, het promotiecollectief van de bollensector. “De berichten zijn gericht op consumenten”, vertelt Jessica Ruitenbergh van iBulb. “We zetten de berichten zo in elkaar dat de media het eenvoudig kunnen gebruiken in publicaties. Daarnaast zorgen we ervoor dat we onderwerpen behandelen die consumenten aanspreken en eenvoudig te begrijpen zijn.”

INSPIREREN

Perennial Power stuurt ook een aantal keren per jaar nieuwsbrieven naar 1.655 contacten als hoveniers, gemeenten en tuinarchitecten in binnen- en buitenland. De consumentgerichte website www.perennialpower.nl is de afgelopen periode flink uitgebreid en is in meerdere talen beschikbaar. Ook is er een brede beeldbank van meer dan 20.000 soorten planten waarvan bij Perennial Power aangeslotenen kosteloos gebruik kunnen

maken. “Het bereiken van consumenten is hard nodig maar niet eenvoudig”, zegt Ben van Ooijen, directeur van de Tuinen van Appeltern. Hij houdt zich al 25 jaar bezig met het promoten van tuinieren in Nederland. “Het gaat erom dat we de 80 procent van Nederland die nog niet of nauwelijks tuint, ook inspireren om aan de slag te gaan”, zo hield hij de aanwezige kwekers voor tijdens een korte toelichting over zijn bedrijf in ‘tuininspiratie’. “Nu vissen we met z’n allen in dezelfde kleine vijver.” Volgens Van Ooijen is er interesse van veel organisaties om met tuinen en perken te vergroenen. “Organisaties als de Vlinderstichting willen hieraan ook bijdragen. We moeten dit met elkaar oppakken om consumenten te inspireren om met tuinieren aan de slag te gaan.”

SPRINKLR

Van Ooijen kreeg bijval van Suzanne van Straaten. Deze jonge ondernemster onderzocht wekenlang bezoekers van tuincentra om de beleving rondom planten en tuinieren in kaart te brengen. En wat bleek? Mensen zijn vaak bang om een plant te kopen, want ‘ik weet niet hoe ik het moet verzorgen en dan gaat ie toch weer dood’.

Van Straaten ziet een gat in markt en is het concept SprinklR gestart. Consumenten kunnen een houten kist bestellen met daarin vaste planten, bollen en groenteplanten. De kist met zo’n twaalf planten kost 50 euro en bevat duidelijke plant- en onderhoudsinstructies. Ook is er een app waar klanten vragen kunnen stellen en daar wordt volgens Van Straaten goed gebruik van gemaakt. De verkochte aantallen zijn met 350 stuks nog



Suzanne van Straaten

‘Het gaat erom dat we de 80 procent die nog niet of nauwelijks tuint, ook inspireren om aan de slag te gaan’

klein. “Maar het blijkt wel dat mensen in de stad interesse hebben om planten te zetten op de beperkte ruimte die ze hebben”, zegt Van Straaten. “Met mijn concept wil ik de stad vergroenen en dat gaat ook lukken. Goede informatie over teelt en verzorging is daarvoor essentieel.”

De kwekers van Perennial Power raakten enthousiast. “Het zijn deze inspiratoren waarmee we linken moeten leggen om onze producten beter onder de aandacht te brengen”, zo was de reactie. Aad Vollebregt, sinds de start de officiële voorzitter van Perennial Power: “Er zit energie in deze groep van inmiddels 39 aangesloten ondernemers. Na twee jaar willen we met elkaar verder en onze werkzaamheden uitbreiden. Jaarlijks legt elke aangesloten ondernemer gemiddeld zo’n 1.000 euro in. Dus we zitten nu op een budget van rond de 40.000 euro per jaar. De verantwoordelijkheid moet je net-

jes regelen en dat gaan we doen in een op te richten stichting: ‘Perennial Power.’

Het budget wordt vooral gebruikt voor de persberichten. Komend jaar worden er ook korte filmpjes gemaakt voor de consument. Daarin worden op eenvoudige wijze wetenswaardigheden over vaste planten en de teelt daarvan uitgelegd. Een idee dat in de bollensector al is getest en goed blijkt te werken. Ook wordt in de toekomst het gebruik van sociale media verder ontwikkeld.

OPEN OVERLEG

Vollebregt schat dat er zo’n tweehonderd vasteplantenkwekers in Nederland zijn. De aangesloten kwekers van Perennial Power willen meer collega’s bij hun initiatief betrekken. Want ‘hoe meer kwekers, hoe groter de impact die we kunnen maken’. In 2016 vielen er drie kwekers om diverse redenen af, maar er kwamen er ook vijf bij. Volgens Vollebregt

is de samenwerking gebaseerd op een open overlegcultuur. “We bespreken alles open en eerlijk met elkaar en zorgen dat het collectief belang voorop staat.”

Om ook aan de individuele belangen tegemoet te komen, worden de deelnemers nadrukkelijk gevraagd suggesties voor persberichten aan te leveren. Ook kunnen ze planten naar voren schuiven voor de website of om als voorbeeld te dienen voor de persberichten. Op verzoek van leden wordt er ook gewerkt aan persberichten in het Pools. “Ons budget is niet groot, maar we bereiken er wel veel mee”, zegt Vollebregt. “In de toekomst willen we ook graag samenwerken met soortgelijke initiatieven in andere deelsectoren binnen de boomkwekerij. Samen kunnen we de consument nog beter informeren en inspireren tot tuinieren om zodoende een grotere markt voor onze producten te creëren.”

