



Stichting Blooming Breeders maakte onlangs bekend een tuin in te richten in Disneyland Parijs, ter promotie van de Nederlandse sierteelt. Maar de koepelorganisatie van de sierteeltsector heeft nog veel meer plannen.

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Blooming Breeders is een organisatie met als doel de wereldwijde regiefunctie van de sierteeltveredeling in Nederland te versterken. De stichting is in 2010 opgericht door een groep mensen die betrokken was bij de sierteelt. De directe aanleiding voor de oprichting was de ondergang van een grote veredelaar door de economische crisis. Blooming Breeders is echter al lang niet meer de netwerkorganisatie voor Nederlandse sierteeltveredelaars. Inmiddels staat de stichting open voor alle partijen die betrokken zijn bij de sierteelt. Onder de ongeveer honderd aangesloten partijen bevinden zich veredelaars, kwekers, handelsbedrijven en toeleveranciers uit de gehele sierteeltketen. Daarnaast onderhoudt de organisatie contacten met regionale en nationale instanties zoals overheden, en branche- en belangenorganisaties. “We zijn de enige organisatie die alle geledingen van de sierteeltsector met elkaar verbindt”, zet Berry Philippa, voorzitter van Blooming Breeders sinds de oprichting.

Hoe gaat het met de organisatie? U begon met 45 leden, waar staat de teller nu?

“We hebben nu ongeveer honderd aangesloten partijen uit alle geledingen van de sector. Het lidmaatschap is sinds kort vastgesteld op 500 euro. Voorheen was dit bedrag hoger, maar we willen in de breedte groeien. Het is frappant dat er geen andere belangenbehartiger is voor de hele sierteeltsector. Er is geen overkoepelende belangenorganisatie. Alle brancheorganisaties zijn vooral bezig in de eigen gelederen. We willen een jongerenlidmaatschap introduceren tegen een flink gereduceerd tarief. Ik denk dan bijvoorbeeld aan scholieren uit het middelbaar, hoger en universitair onderwijs. Via het lidmaatschap komen zij makkelijk met het bedrijfsleven in contact. We hebben regelmatig netwerkbijeenkomsten en jongeren zouden die ook kunnen bijwonen.”



‘Veredeling is het bindmiddel van de sector’

Waarom is de jeugd zo belangrijk?

“Bedrijfsopvolging is een giga-probleem in de agrarische sector. Er zal veel aandacht geschonken moeten worden aan verbetering van het imago. Dat kunnen we bereiken door mensen met elkaar in contact te brengen. Dat contact moet dan wel ergens worden gelegd, bijvoorbeeld op zo’n bijeenkomst. Laat jongeren zien dat de sector ongelofelijk sexy is. Want dat is zo. Er gebeurt zo veel. Mensen hebben vaak geen idee, dus we moeten iets doen aan de beeldvorming.”

Wat zien jullie als de belangrijkste ontwikkeling voor de komende tijd?

“De belangrijkste verandering zal de digitalisering zijn. Dat zal in de hele sierteeltketen sporen nalaten. En het gaat in ijsingwekkend tempo. Maar dat vindt plaats in alle geledingen van de maatschappij. Kijk maar naar wat er in bankenland is gebeurd. De ‘handjes’ op de vloer en de managers blijven bestaan. De tussenlaag valt weg.”

Blooming Breeders is opgericht om te voorkomen dat genetisch materiaal verloren zou gaan bij faillissementen en om de regiefunctie voor de sierteelt in Nederland te behouden. Staat dat doel nog overeind?

“Dat doel is nog steeds hetzelfde. De kennis zit bij de veredelaars. Hun ontwikkelingsprogramma’s zijn tonnen waard. Tijdens de economische crisis dreigde dat genetisch materiaal verloren te gaan als veredelaars zouden omvallen. Blooming Breeders is bedoeld als vangnet om dat te voorkomen. Daarvoor hebben we het Vangnet Genetica opgestart.

Er zijn na Preesman weliswaar geen grote veredelaars omgevallen, wel enkele kleinere, maar het belang is er nog steeds. In de bloemenhandel zijn wel grote partijen op de fles gegaan. Het gedachtengoed is nog steeds dat de regiefunctie in Nederland moet blijven. Het gaat om die kennis. Als de sector samenwerkt, wordt het voor het buitenland moeilijker om ertussen te komen.”

Waarom is het belangrijk dat die veredeling in Nederland blijft?

“Mijn visie luidt: als de veredelaars wegvallen uit Nederland, dan verdwijnt ook de hele sierteelt uit Nederland. Veredeling is het bindmiddel van de sector. Daar ontstaan de ideeën. Dat

is de motor. De internationalisering van de sector gaat door, maar dat hoeft geen probleem te zijn voor de positie van Nederland. Vergelijk het met de Japanse auto-industrie. Zij hebben over de hele wereld fabrieken, maar de kennis zit in Japan.”

Hoe gaat Blooming Breeders de regiefunctie van Nederland behouden?

“Door meer samenwerking tussen veredeling en handel op te zetten. Daar werken we aan in het project ‘Blooming The Future’. Wij hebben de afgelopen jaren twee keer een congres gehouden om deze beweging in gang te zetten. Daar zijn elke keer zo’n 250 mensen uit de hele sierteeltketen op af gekomen. We hebben onder meer ‘decision rooms’ gehouden, een soort brainstormsessies. Uit die sessies zijn veel ideeën gekomen waarmee de sierteeltsector zich kan versterken en verbeteren. Er is alleen geen orgaan dat die ideeën kan uitwerken. Blooming Breeders wil daarom faciliteren en stimuleren, maar de gehele sierteeltsector is hierbij nadrukkelijk zelf aan zet.”

Wat doet Blooming Breeders concreet met deze plannen die uit het congres naar voren zijn gekomen?

“Op basis van de sessies hebben we een lijst met een tien verbeterpunten opgesteld die we nu van de grond willen krijgen. We bespreken dit in de werkgroep die bestaat uit ondernemers. Als er enthousiasme voor een plan is, dan zal er geld en menskracht voor moeten komen vanuit die betrokken ondernemers. Een van de plannen die we belangrijk vinden is dat er een soort platform komt waar ondernemers terecht kunnen met hun ideeën. Een kweker kan zich tot het platform richten en advies krijgen hoe hij zijn idee verder kan uitwerken. Wij beginnen in elk geval met drie speerpunten die uit de sessies naar voren kwamen: de marktplaats voor de sector, de sierteeltincubator en het duurzaamheidsplatform.”

Wat moet er met de marktplaats gebeuren?

“De marktplaats is een aandachtspunt omdat de veranderingen met rasse schreden gaan. De retail wil steeds dichter op de bron, de kweker, zitten en slaat stappen over. Ik denk daarom dat tussenlagen ook hier gaan verdwijnen. De teler zal een lijn met de retail krijgen. Het is zaak voor de producenten om meer geza-

menlijk te doen om zo richting de retail sterker gepositioneerd te zijn. Het gaat ons om bewustwording van de veranderingen bij de teelt en de handel.”

Wat is de sierteeltincubator?

“Met de sierteeltincubator willen we nieuwe initiatieven in de keten stimuleren. We hebben daarover contact met Let It Grow, het innovatieplatform dat onder de vlag van Royal FloraHolland opereert. Zij hebben een netwerk binnen de producenten. Wij hebben dat in de rest van de sector, dus zo kunnen we elkaar helpen.”

En wat willen jullie met duurzaamheid?

“De sierteelt zal duurzaam moeten worden. De retail eist het van ons. Maar het duurzaamheidsplatform is al opgepakt door LTO Nederland, de VGB en Royal FloraHolland. We kijken wat we daar verder voor kunnen betekenen, maar we gaan geen zaken doen die zij al oppakken.”

Tot slot, Disneyland. Hoe is het project tot stand gekomen?

“We zijn benaderd door vertegenwoordigers van Disney en de Nederlandse ambassade in Frankrijk. Disney is altijd op zoek naar nieuwe dingen. Ze hebben 3000 m² tuin beschikbaar gesteld voor ons om in te richten. Disney zet zijn eigen mensen in om de tuin te onderhouden.

Disneyland Paris is de grootste attractie van Europa. Daar komen jaarlijks 14 miljoen mensen op af. Als je daar een uithangbord kunt krijgen, dan is dat fantastisch.”

Hoe staat het met het Disney-project?

“Het gaat sowieso door. Op 23 maart is het contract ondertekend, 30 mei gaan de planten de Parijse grond in en kort daarna is er de officiële opening van de eerste Dutch Garden in Disneyland Paris.

We willen er een project van vijf jaar van maken. Als het dit jaar slaagt, dan komt die continuïteit er wel. Bij Disneyland Paris bevinden zich vijf grote hotels bij elkaar. Het idee is dat we elk jaar de tuin van een van die hotels inrichten. De kosten bedragen een ton per jaar. Dat geld komt uit de sector zelf. En het levert prachtige pr voor de Nederlandse sierteeltsector op.”