

Bloeigarantie basis voor succes

Over een week start de 69e editie van Keukenhof. Park en medewerkers zijn er klaar voor. De afgelopen tien maanden is geïnvesteerd in meer voorzieningen voor het groeiend aantal bezoekers en het bos naast de molen. Directeur Bart Siemerink kijkt vooruit.

Tekst: Arie Dwarswaard | Fotografie: René Faas

Bloeigarantie. Dat woord staat met hoofdletters bovenaan de eisen die de internationale tentoonstelling Keukenhof stelt aan zijn eigen activiteit. Als op 22 maart de 69e editie start, moet de bezoeker bloeiende bolgewassen zien en als op 13 mei de laatste bezoekers het park verlaten, moet er nog steeds genoeg bloeiends te zien zijn.

De reden dat dit facet zo hoog genoteerd staat bij Keukenhof, is simpel. “De meeste bezoekers komen maar één keer naar ons park. Dan kun je niet zeggen: ‘Komt u volgende

week maar terug als u bloeiende tulpen wilt zien.’ Dat gaat niet”, aldus directeur Bart Siemerink. Tegelijkertijd realiseert Siemerink zich maar al te goed dat de natuur bepaalt hoe het park opengaat. “Toen ik vijf jaar geleden begon, stonden er alleen maar wat krokussen te bloeien. Pas na 10 april werd het beter.” Die ervaring was voor hem reden om in te zetten op bloeigarantie. “We zijn meer krokussen gaan planten en vragen inzenders om andere vroegbloeiers mee te nemen, zoals Iris reticulata en Scilla. In de paviljoens zorgen we voor bloeiende tulpen, want daar komen veel bezoekers toch voor. In het Willem Alexander Paviljoen staan ruim achthonderd variëteiten en in de eerste bloemenshow in het Oranje Nassau Paviljoen laten bedrijven een flink deel van het moderne broeisortiment zien. Dit jaar krijgt de tulp overigens gezelschap van Lisianthus, want een groep telers van dat gewas wilde ook graag hun product op Keukenhof showen.”

Om de bezoeker tot de laatste dag met een positieve indruk naar huis te laten gaan, is Keukenhof dit jaar korter open dag voorheen. “We sluiten dit jaar op 13 mei. We zijn 53 dagen open. Op die manier kunnen we een park in optima forma laten zien en zoeken we niet de grenzen op. Vorig jaar waren we vooral over de laatste dagen van het seizoen niet tevreden. Liever kort en hevig, zodat we op al die dagen het visitekaartje van de sector kunnen afgeven.”

TIEN MAANDEN

Keukenhof heeft tien maanden om alle plannen die er zijn, te realiseren. Die beperkte periode maakt dat er niet veel meer dan twee grote projecten zijn uit te voeren. Wat de gebouwen betreft, is het Willem Alexander Paviljoen aan de zuidkant vernieuwd met een betere entree en meer ruimte voor toiletten. “Dit gebouw is ruim twintig jaar oud en in die periode is het aantal bezoekers sterk gegroeid. Daar is het nu weer op aangepast.”

In het park is vooral in het zogenoemde Molenbos flink geïnvesteerd. Dit ligt tussen de molen en het Beatrix Paviljoen aan de noordkant van het park. “Wat we nog misten in ons park was een gebied met ruimte voor water en bolgewassen en vaste planten die juist daar goed tot hun recht komen.

Bloemenshows

Tussen 22 maart en 13 mei vinden de volgende shows plaats:

Oranje Nassau

Tulp en Lisianthus	22-27 maart
Freesia	29 maart-3 april
Gerbera	5-10 april
Roos	12-17 april
Narcis en bijzondere bolgewassen	19-23 april
Alstroemeria	25-30 april
Chrysant-Calla	2-7 mei
Anjer-zomerbloemen	9-13 mei

Willem-Alexander

Amaryllis	22 maart-13 mei
Bol-op-pot	22 maart-13 mei
Potplanten	22 maart-13 mei
Tulp	24 april-13 mei
Lelie	2-13 mei

Beatrix

Anthurium en orchidee	22 maart-13 mei
-----------------------	-----------------



Daar is de afgelopen maanden hard aan gewerkt. Het zal nog wel een paar jaar duren voordat dit gebied helemaal is uitontwikkeld, maar de basis is gelegd. Het ziet er echt anders uit dan de andere delen van het park, maar juist dit gebied laat zien dat je ook bollen en vaste planten in een vochtig milieu kunt planten, mits je het juiste sortiment kiest. Zo creëer je een beleving en daar gaat het ons uiteindelijk om.”

PRESENTEREN

In het park zijn dit voorjaar diverse nieuwe inzenders te vinden. Aan belangstelling geen gebrek, zo stelt Siemerink vast. “We merken dat er steeds meer bedrijven in de sector zijn die het nut van meedoen aan Keukenhof inzien. Ze denken daar goed over na en zien Keukenhof als een mogelijkheid om zich te presenteren. We zien dat terug in de manier waarop ze ons logo gebruiken op hun website of briefpapier. Ze zijn er trots op om hier inzender te mogen zijn.”

Die belangstelling blijft overigens niet beperkt tot de bloembollen- en vasteplantensector. Juist voor de binnententoonstellingen groeit de interesse vanuit de sierteelt. “Dat verklaart waarom we de Lisianthus meenemen bij de eerste Tulpenshow. Vorig jaar hebben we een groep telers van groene kamerplanten ruimte gegeven in het Willem-Alexander Paviljoen. Tegelijkertijd zien we bij andere gewassen de belangstelling afnemen. Neem de traditioneel gebroeide hyacinten, waar we dit keer geen speciale show meer van hebben. Die is onderdeel geworden van de permanente bol-op-potshow. Bedrijven uit de bloemisterij zien al meer het nut in van het presenteren aan de consument dan bedrijven met vaste planten en bollen.”

ROMANTIEK

Dit voorjaar staat Romantiek centraal als thema. Hoewel Keukenhof ook zonder thema waarschijnlijk volop bezoek zal trekken, kiest de organisatie er toch voor om elk jaar een onderwerp te bedenken. Dat is niet zomaar, aldus Siemerink. “Een thema biedt de mogelijkheid om van daaruit nieuwe invalshoeken te kiezen om het verhaal over bloembollen, vaste planten en siergewassen te vertellen. Dat blijft

‘Liever kort en hevig, zodat we op al die dagen het visitekaartje van de sector kunnen afgeven.’

nodig om de bezoeker te enthousiasmeren om zelf met al die siergewassen aan de slag te gaan. En dus is er een mozaïek en is het Oranje Nassau Paviljoen helemaal ingericht in romantische stijl, onder meer met een roze Cadillac. De redactie van Vrouw nodigt lezers uit om op Keukenhof hun partner ten huwelijk te vragen met kans op het winnen van een bruiloftsfeest op kasteel Keukenhof.”

Door de samenvoeging van bloemententoonstelling en landgoed is die combinatie goed te maken. Voor de komende jaren verwacht Siemerink dat er op het landgoed ook meer mogelijkheden zijn voor het presenteren van siergewassen. “De bloemententoonstelling kunnen we niet in andere periodes gebruiken, omdat we de tien maanden dat we dicht zijn echt hard nodig hebben om alle werkzaamheden uit te voeren. Op het landgoed zijn misschien wel plaatsen waar we iets kunnen met zomerbloeiende bollen of vaste planten. Daar gaan we dit jaar een plan voor opstellen. De belangstelling om mee te doen is er in ieder geval, dat weten we.”

IMAGO

Zo vlak voor het nieuwe seizoen krijgt Siemerink regelmatig de vraag of er ook dit jaar weer veel bezoekers komen. “De geluiden uit de markt zijn positief. Mensen reizen steeds gemakkelijker en massaler en Nederland is een interessante bestemming. We hebben op korte afstand heel veel te bieden en de tulpen horen daarbij. Dat is een imago om te koesteren en daar werken wij aan mee om dat in stand te houden.” ♦