

Het eerste vaatje haring om het haringseizoen te openen en de Beaujolais Primeur om de eerste jonge wijn aan te kondigen. Waarom hebben wij zo iets niet, vroeg een aantal tulpenkwekers zich af. Eerst gekscherend, maar al snel serieus. Zaterdag 21 januari was het zover: de Dam vol met tulpen, veel media-aandacht en alleen maar blije mensen. Het vak geeft haar visitekaartje af met de eerste Nationale Tulpendag.



# ‘Nationale Tulpendag moest en zou

Tekst : Jeannet Pennings  
Foto's: PR

**E**en jaarlijks terugkerend evenement om het begin van het tulpenseizoen te markeren, dat is wat de broeiers uit Nederland voor ogen hebben. Het initiatief ontpopte zich binnen Tulips4all, een collectief van ruim 20 tulpenbedrijven uit West-Friesland. “We waren van de veiling op weg terug naar huis en zaten wat te brainstormen over hoe we de tulp bij de consument onder de aandacht konden brengen”, vertellen John Boon, Bas Karsten

en Jan Mantel. “Je hebt de Vlaggetjesdag en de Beaujolais Primeur, daar waren wij eigenlijk wel jaloers op. Het idee kwam ter sprake binnen Tulips4all en de hele club was unaniem: er moest een Tulpendag komen.” Ook bij Bloemenbureau Holland (BBH) waren ze er direct enthousiast over en het zou naadloos aansluiten op de al lopende Geef-campagne: ‘Geef het voorjaar met tulpen!’ De coördinatie kwam bij Tulpen Promotie Nederland te liggen. “Daarmee is de tulpendag een initiatief dat rechtstreeks uit de praktijk komt en gedragen wordt door de hele tulpenketen”, benadrukken de mannen.

## VOORJAARSGEVOEL

Volgens de tulpenbroeiers is de tulpenafzet de laatste jaren steeds meer gefocust op een aantal belangrijke momenten, zoals Valentijnsdag, Vrouwendag en Moederdag. “Deze dagen volgen elkaar mooi op, maar tussen Kerst en Valentijn missen we zo’n moment”, zegt Karsten. “Januari is een vrij duffe periode met weinig koopimpuls. Een Tulpendag kan daar verandering in brengen, maar dan moet je wel het juiste moment kiezen. De tweede zaterdag van januari kan te vroeg zijn als je een laat seizoen hebt. Afnemers kopen meestal tien dagen



Burgemeester Eberhard van der Laan plukte de eerste tulpen



Bas Karsten en collega-kwekers hielpen bij het bosse



# u er komen'

voor het evenement hun eerste bloemen in. Bovendien is bij veel consumenten begin januari de knip nog leeg, dus hebben we gekozen voor de derde zaterdag van januari. De Tulpendag valt daarmee vlak na Blue Monday, de meest depressieve dag van het jaar. Mensen kunnen dus wel een vrolijke noot gebruiken." Het voorjaarsgevoel is er bij de meeste consumenten wel, alleen moest er nog een koppeling gemaakt worden. De slogan 'Pluk het voorjaar' werd in het leven geroepen. En dat gebeurde zaterdag 21 januari massaal, gratis en voor niets, op de meest centrale plek van Nederland:



en ontbollen

de Dam in Amsterdam. In de eerdere plannen passeerden ook andere locaties de revue, zoals de Bijenkorf, het Centraal Station en Schiphol. Allemaal mooie trekpleisters, maar als je het doet, moet je het goed doen. "Onze ambitie was de Dam in Amsterdam", vertelt Jan Mantel. "Maar we hadden nooit gedacht dat dit daadwerkelijk zou lukken. Laat de burgemeester van Amsterdam, Eberhard van der Laan, nou net een link hebben met de bloemensector. Hij komt van oorsprong uit Rijnsburg en was ooit de buurman van ex-veilingvoorzitter Gerrit Ravensbergen. Hij was direct enthousiast over onze plannen. Natuurlijk levert het ook mooie publiciteit op voor zijn stad. De medewerking vanuit de gemeente Amsterdam verliep zodoende erg voorspoedig."

## 200.000 TULPEN

En zo lukte het Tulpen Promotie Nederland om binnen enkele maanden een heuse Tulpendag op poten te zetten. Op de Dam werd een pluktuin van maar liefst 2.500 vierkante meter gerealiseerd in de vorm van een tulp. De tuin telde ruim 200.000 tulpen, een bonte mix van tien verschillende kleuren. De 2.000 kratten met tulpen vormden een bloemenzee tegen het decor van het Paleis op de Dam. "Om 17.00 uur was alles weg", vertelt John Boon. "Een geweldig resultaat! Mensen mochten gratis hun eigen tulpen plukken, dat kon bijna niemand geloven. We gingen uit van 20 stuks per persoon, wat neerkomt op zo'n 10.000 tulpenplukkers. De tuin had een in- en een uitgang en twee loopspaden. Er waren volop mensen in vrolijke, herkenbare kleding aanwezig om een en ander te begeleiden. Ook kwekers zelf hielpen met het ontbollen en bossen van de tulpen en het beantwoorden van vragen."

De vrijdag voorafgaand aan de Tulpendag reden drie bloemenmeiden op een bakfiets door de binnenstad van Amsterdam om het evenement te promoten. Zij deelden speciale hoezen uit die op zaterdag gevuld konden wor-

den met een bos zelfgeplukte tulpen. Zaterdagochtend vroeg vertrokken vijf trailers uit West-Friesland – belangeloos beschikbaar gesteld door Varga & Beemster Transport, De Wit Transport en Van Straalen en De Vries Transport – met de met tulpen gevulde broeikraten naar Amsterdam. Om 7.00 uur 's ochtends werd de tuin opgebouwd en twee uur later waren alle tulpen gelost. Toen al trok de pluktuin al veel belangstelling. Rond de klok van 13.00 uur mocht burgemeester Van der Laan de tuin officieel openen, waarna het publiek massaal toestroomde. Ook veel pers was aanwezig en via de webcam van Madame Tussauds was alles van minuut tot minuut te volgen. Kortom, de tulp stond de hele dag in de schijnwerpers en dat was precies de opzet van het hele evenement.

## GEWELDIG SUCCES

Karsten, Boon en Mantel zijn dik tevreden. "De eerste Nationale Tulpendag kon alleen mislukken als er geen aandacht voor was, maar het tegenovergestelde was het geval. Het evenement werd breed aangekondigd in de media en via Social Media verspreidde het nieuws zich als een olievlek. Ter plekke deden journalisten verslag en werden er veel foto's en videobeelden gemaakt. Iedereen reageerde heel enthousiast. In dat opzicht is de Tulpendag een geweldig succes geweest." De tulpenbroeiers verwachten niet dat er direct meer tulpen verkocht worden. "We hebben ons best gedaan om de zakelijke markt vooraf zoveel mogelijk te informeren over dit initiatief. Het is voor inkopers echter lastig om zo'n eerste jaar aan te haken met acties. Je weet vooraf niet hoe het zal lopen. Maar met het succes van dit jaar kunnen we volgend jaar met een verhaal naar onze tulpenafnemers. We zien het vooral als het creëren van herkenbaarheid op de lange termijn. Dankzij het budget dat vrijkomt via Tulpen Promotie Nederland kunnen we gezamenlijk werken aan extra consumentenpromotie voor tulpen. Een oproep daarom aan alle kwekers: doe mee."



Duizenden consumenten plukten gratis hun eigen bos tulpen