

Into Green timmert aan digitale snelweg

Ruim baan voor opwaardering interieurbeplanting

Begin november vorig jaar ging Into Green van start. Dit is een initiatief van Branchevereniging VHG en VGB, de branchevereniging voor de groothandel in bloemen en planten. Doel is om de boodschap dat groen gezonder en gelukkiger maakt naar een breder publiek te brengen. Into Green levert informatie en inspiratie over de toepassing van groen op de werkplek, in de klas, het ziekenhuis en de woning. De eerste resultaten zijn veelbelovend.

Tekst en foto's Annemieke Bos



“De kracht van dit initiatief zit ‘m in het feit dat we het met elkaar doen.”

Marc en Marieke in de Oude Hortus in Utrecht.

‘Als natuur gezond is, waarom is er dan zo weinig groen in een ziekenhuis?’ ‘Luchtkwaliteit klaslokalen drastisch omhoog met planten.’ Met deze oneliners vestigt Into Green de aandacht op de waarde van groen in de zorg en het onderwijs. Ook groen op de werkplek en in de woning krijgen aandacht. Informatie over hoe planten kunnen bijdragen aan gezondheid, geluk en welzijn van mensen is er volop, zo heeft Marieke Karssen ontdekt. Zij is online expert en als extern deskundige verantwoordelijk voor de opzet van Into Green. “Er zijn tal van onderzoeken gedaan in binnen- en buitenland. De wetenschappelijke kennis vertalen we naar prettig leesbare, begrijpelijke artikelen en factsheets. Wie meer de diepte in wil, kan de wetenschappelijke onderbouwing raadplegen. Daarnaast bieden we inspiratieartikelen waar iedereen zijn voordeel mee kan doen.”

Groen in de genen

Into Green is er niet alleen om de eigen leden van beide brancheorganisaties te voorzien van bruikbare informatie en ideeën. Het wil vooral ook nieuwe doelgroepen aanspreken. “Denk aan architecten, HRM-managers, MVO-experts en medewerkers binnen het onderwijs en de zorg”, aldus Marc Custers. Hij is vanuit de VHG Vakgroep Interieurbeplanters betrokken bij het initiatief. “Zo willen we groen veel meer in de ‘genen van mensen’ brengen. Zodat ze na gaan denken over het integreren van groen in een project of in hun organisatie.” “De neiging om het rationeel te benaderen is

“De kamerplant is een ondergeschoven kindje.”

groot”, vult Karssen aan. “Groen wordt vaak gezien als kostenpost. De kamerplant is een ondergeschoven kindje. Het is hoog tijd voor een opwaardering van interieurbeplanting. Daar is meer voor nodig dan alleen wetenschappelijk bewijs van de meerwaarde van groen. We moeten mensen in hun hart zien te raken. Met verhalen die inspireren en die potentiële opdrachtgevers ook intern weer kunnen ‘verkoppen’.” “Klopt”, beaamt Custers. “Het is de combinatie



Hoe planten ons gelukkiger en gezonder maken en hoe ze prestaties verhogen, is kort weergegeven op deze infographic. Via de QR-codes komt u bij artikelen waarin de informatie verder is uitgewerkt. Een exemplaar van deze infographic treft u aan bij dit magazine. Meer exemplaren kunt u downloaden via www.intogreen.nl. Handig om op te hangen in uw bedrijf of showroom of om door te sturen naar uw klanten!



van harde argumenten en inspiratie die groen weer in de genen van mensen kan brengen.” De webredactie publiceert de kennis niet alleen op de eigen site, maar gaat ook actief andere netwerken en webportals benaderen. Informatie van onderzoek dat uitwijst dat er minder ziekteverzuim ontstaat door planten op kantoor, wordt bijvoorbeeld aangeboden aan HRM-blogs en portals.



“Kennis delen kan leiden tot interessante combinaties en nieuwe marktkansen.”

> **Social Media essentieel**
De eerste resultaten van dit online initiatief zijn bemoedigend. Social media spelen daarbij een belangrijke rol. “Ongeveer een derde van de bezoekers komt binnen via een bericht dat we op Twitter hebben geplaatst of via een post op Facebook”, vertelt Karssen. “Actief zijn op social media is dus essentieel. Uit analyses blijkt dat we met de tweets per week ongeveer 20.000 mensen bereiken. Dat is veel.” Steeds meer leden en andere geïnteresseerden volgen Into Green op Twitter en sturen berichten door naar hun klantenkring. Vanuit VHG wordt dat actief ondersteund. “Het is één van de belangrijkste functies van een branchevereniging om verbindingen te leggen”, stelt Custers. “De kracht van dit initiatief zit ‘m in het feit dat we het met elkaar doen. Daarom is het goed

dat VGB ook deelneemt. We willen de samenwerking graag uitbreiden richting andere brancheorganisaties zoals VBW (bloemisten), Tuinbranche Nederland en LTO (kwekers). Ook banken en zorgverzekeraars kunnen geschikte partners zijn.”

Kennis delen

Ondernemers kunnen op Into Green dus kennis en inspiratie opdoen, maar worden vooral uitgenodigd om kennis en kennis te delen. Karssen: “Iedereen is welkom om goede ideeën, interessante cases of tips te delen waaruit blijkt dat groen een waardevolle bijdrage levert aan gezondheid, leefbaarheid en geluk. Dat kan heel uiteenlopend zijn: van onderzoek tot praktijkcases, bijvoorbeeld hoe een project tot stand is gekomen, hoe het technisch in elkaar zit,

waar je als ondernemer tegenaan liep. Kortom: alles waar we allemaal van kunnen leren. Wees niet huiverig om te delen. Het delen van kennis, ideeën en inspiratie kan leiden tot interessante combinaties en nieuwe marktkansen. Het is dus vermenigvuldigen!” Een aantal VHG-leden heeft inmiddels al cases aangedragen. Zo zijn op de site artikelen te lezen waarvoor Bruinsma Hydrokultuur, Donkergroen en Zuidkoop informatie hebben aangeleverd. ■

Dit project is mede mogelijk gemaakt door het Productschap Tuinbouw.

Social media, óók een ideale ontmoetingspunt

Bent u op zoek naar inspiratie en informatie voor uzelf, uw prospect of opdrachtgever? Kijk op www.intogreen.nl. Over ieder artikel verschijnt er een tweet of een post die u kunt gebruiken om door te sturen. Volg de berichten via <https://twitter.com/IntoGreenNL> en <https://www.facebook.com/intogreen>.

Heeft u interessante cases die u wilt delen? De redactie bekijkt graag de mogelijkheden voor publicatie. Stuur een mail naar de redactie van Into Green via info@intogreen.nl.

