

Workshop : Gebruik van inhoudsstoffen om sierteeltproducten te vermarkten
Tijdens Kennisarena: Biobased kansen voor bollentelers en vaste plantenkwekers
13 mei 2014 te Lisse

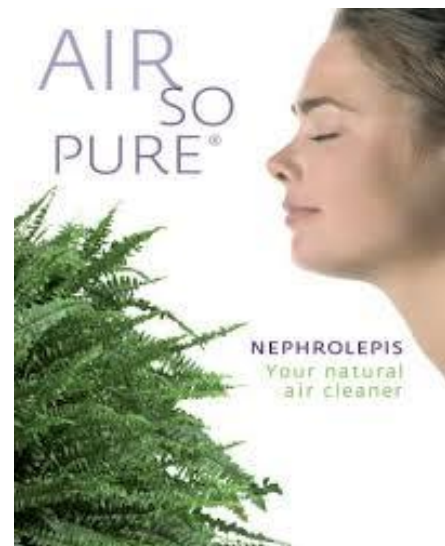
- Door: Leon Mur (KCP), Sam van Egmond (HoBaHo) en Margreet Niemansverdriet (KvK/GoBio)
- Deze workshop is tweemaal gehouden in totaal waren er 30 deelnemers. De resultaten van beide workshops zijn samengevoegd. De mindmaps die in beide workshops zijn gemaakt zijn samengevoegd tot één mindmap.
- Tot slot is een overzicht gemaakt van opmerkingen, voorbeelden, ideeën en tips.

Inleiding:

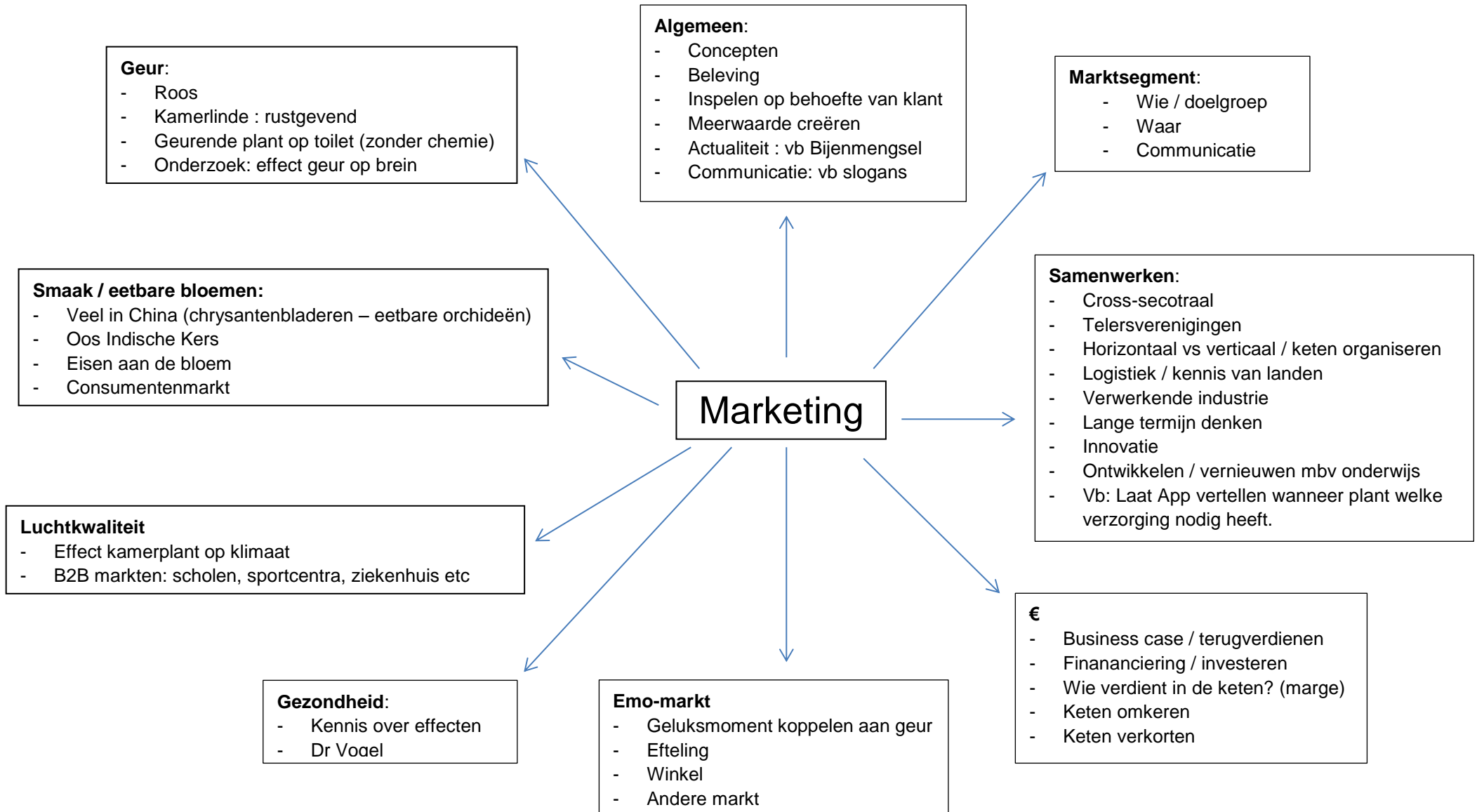
In groentes worden inhoudsstoffen gebruikt om producten te positioneren in het schap. Denk maar aan smaaktomaten (suikers), broccoli (glucosinolaten) of paprika (vitamine C). In de sierteelt zijn de eerste voorbeelden ook zichtbaar zoals de kamerplant Curcuma (inhoudstof Cucurmine). Waarbij wordt samengewerkt met Versteegen, met AMC, met NL-kankerfonds (een deel vd opbrengst gaat naar onderzoek). Een ander voorbeeld is Air-So Pure: Luchtzuiverende kamerplanten : Co2 wordt omgezet in zuurstof (marketing concept ism Astmafonds). Het gaat om het creëren van toegevoegde waarde met specifieke eigenschappen. Cross-sectorale samenwerking is hierbij essentieel: iedere deelnemer heeft een specifieke inbreng.



Happy Rose?



MINDMAP Workshop “Gebruik van inhoudsstoffen om sierteeltproducten te vermarkten” – 13 mei 2014 –



Overzicht opmerkingen, voorbeelden, ideeën en tips: (1= workshopronde 1), (2 = workshopronde 2)

- Marktsegment: wie, waar, passende communicatie
- Anders denken "Haal het voorjaar in huis" (1)
- Gebruik een slogan soortgelijk aan "Feel good with Prosecco" => "Feel good with Fresia" (1)
- Afvalstoffen wordt gebruikt als verkoopargument: het is duurzaam / MVO. In hoeverre kan je dit ook toepassen bij planten? (1)
- Inspelen op latente behoefte van de klant / creëren van emotie => verkoopargumenten (1,2)
- iets toevoegen => onderscheiden. En dit aspect communiceren (1,2)

Geur:

- Welk effect heeft geur op de mens? Er is een onderzoek in Amsterdam uitgevoerd naar de effecten van geur op het brein. Hiervoor is het essentieel te weten In welke rassen, is welke stof aanwezig? (1)
- Bij FloraHolland werd voorheen een geur-indicatie van bloemen vastgelegd. Waarom zijn ze hiermee gestopt? (1)
- Geur: Roze bloemen hebben een hogere geur-waarde als gele bloemen (1)
- Hoe lang is de geur aanwezig? Hopelijk ook niet te lang ivm omloopsnelheid € (2)
- Handelaar in groene takken etc. => wil geur toevoegen aan zijn product, zo meerwaarde creëren (1)
- Arabieren / moslims zijn erg gevoelig voor geuren (1)
- Geurende plant op toilet (boodschap: zonder chemie)

Smaak:

- Voorbeeld: Koppert Cress richt zich tegenwoordig ook op bloemen, planten (1,2)
- China: chrysanten en eetbare orchideeën
- Oost Indische Kers

- Bijvoorbeeld bij "liefde" of "verdriet" specifieke bloemen opsturen per post > Hier zijn langhoudbare bloemen voor nodig (1)
- Gezondheidseffecten van bloemen kennen (1)
- Vogel-homeopathie (2) Welke bestanddelen? Is er een gezondheid bevorderend effect? (2)
- Bij te weinig verse lucht in huis, kan de hyacint een negatief effect hebben. Scandinavië (2)
- B2B: Benoem positieve effect van planten in ruimten op klimaat : In ziekenhuizen, op werkplekken, in sportcentra, op scholen. Plant in klaslokaal. Sluit aan bij media aandacht over Sick Building Syndroom. Boodschap (2)
- B2B toepassing: maak een App die vertelt wanneer een plant verzorging nodig heeft. Met een sensor in pot. Zo minder onnodige verzorging van planten (2)
- Prijs: wie krijgt / verdient het meest in de keten. Het is wenselijk om de keten om te keren (1, 2)
- Keten verkorten (1)
- Zijn er inhoudsstoffen die exclusief zijn / schaars zijn en hierdoor veel waard € zijn? (1)

Actualiteit:

- Er is een zaadmengsel samengesteld van bloemen die positief effect hebben op bijen. Zogenaamd Bijenmengsel. Hierdoor aansluiten bij gevoel / beleving van consumenten (Marketing). Vaak gebaseerd op niet-rationele aspecten. Is een grote vraag van product te leveren? Bij dit Bijenmengsel heeft leverancier last gehad van Greenpeace, die negatieve effecten van teelt ging benadrukken. Terwijl dit niet van toepassing was op producent. Zodoende veel tijd kwijt aan media-aandacht. Risico-management. (2)
- Groente-certificaat via groentespecialist was dit haalbaar. Sluit aan bij het type consument dat bij de groentespecialist koopt. Via supermarkt lastig op deze manier meerwaarde te creëren. Belevingsaspect is cruciaal. Hieruit blijkt dat specialisatie haalbaar kan zijn (2)
- Onderbouwing van residuen in bloemen (2)
- In NL worden de meeste bollen ter wereld geteeld (2)