

Groenbranche presenteert ge

De groentrends voor 2015 zijn bekend. Op basis van de tijdgeest zijn verschillende thema's ontwikkeld die qua stijl en sfeer allemaal op hun eigen manier aansluiten bij wat de verschillende groepen consumenten nu aanspreekt. Opvallend aan deze serie trends is dat ze het resultaat zijn van een samenwerking tussen Tuinbranche Nederland, de Branchevereniging VHG, Bloemenbureau Holland en iBulb. 'We willen als eenheid naar buiten treden.'

Tekst: Monique Ooms
Fotografie: René Faas en iBulb

Toen de budgetten nog royaal waren, presenteerde iedere organisatie in de groenbranche zijn eigen groentrends voor binnen en buiten aan de media en het vak. Die royale budgetten zijn er niet meer, maar de behoefte aan trendinformatie en het bijbehorende beeldmateriaal is er nog wel, met name bij redacties van tuin- en lifestylebladen, bij omroepen, websites en bloggers. Dus besloten Tuinbranche Nederland, Branchevereniging VHG, Bloemenbureau Holland en iBulb hierin met elkaar samen te werken. "Samen met Aafje Nijman van Bureau Nijman + Van Haaster hebben we de trends voor 2015 uitgewerkt", vertelt

Jessica Wagemaker van iBulb. "Deze aanpak is niet alleen praktisch en efficiënt, het is ook veel krachtiger als we gezamenlijk vanuit de branche iets neerzetten."

.....
 'Met het beeldmateriaal
 hopen we de branche
 te inspireren: zo kun je
 producten uit de bollensector
 laten schitteren in de trends
 van nu'

We willen als een eenheid naar buiten treden. En doordat iedere organisatie zijn eigen netwerk heeft, is de spreiding ook veel breder. Ik zie alleen maar voordelen."

SMAAKVOORKEUREN

De tijdgeest vormt de basis voor de Groenbranche Trends voor 2015. "Die tijdgeest is steeds aan verandering onderhevig, afhankelijk van wat er in de samenleving speelt. Dat heeft zo zijn invloed op de smaakvoorkeuren van de consument. Dit jaar vinden we dat terug in de voorkeur voor echtheid, dingen met elkaar delen en de natuur. Nu de economie wat aantrekt, komt het optimisme weer bovendrijven. We staan weer open voor vernieuwingen en zoeken verbinding met elkaar." Vanuit de tijdgeest zijn vier waardentrends geformuleerd: brutal reality, higher perspective, review en new truth - die de basis vormen voor drie trendthema's: Unexpected Wild, Eco Luxe en The Happy Life.

In het thema Unexpected Wild draait het om 'eenvoud' en 'natuurlijk'. We zien dan ook veel gebruik van natuurlijke materialen zoals hout, canvas, geoxideerde metalen en stoffen met een natuurlijke uitstraling en eenvoudige dessins. Bloembollen als tulp, crocosmia en agapanthus passen in dit thema. The Happy Life is het thema waarbinnen alles kan en mag, het leven is een feestje. Het kleurgebruik is fris en vrolijk met roze, rood, geel en oranje, en de materialen zijn verrassend van vorm en kleurrijk. In boeketten speelt geel een belangrijke rol. Vrijwel elke bloembolsoort kan in dit thema zijn rol opeisen: van krokus tot tulp en gladiol, als de kleuren maar uitgesproken zijn. Eco Luxe is daarbij vergeleken een veel rustiger thema met basiskleuren in de tinten grijs, bruin en groen en gebruik van ruwe materialen en natuurlijke stoffen. Luxe bloembolsoorten zoals Zantedeschia, Franse tulpen en anthurium sluiten hierbij uitstekend aan.

FOTOGRAFIE

"Speciaal voor de bollensector hebben we de trends nog wat specifieker gemaakt", vertelt Jessica. "Aan de hand van mooi fotomateriaal laten we zien hoe je het gebruik van bloembollen, bolbloemen en bollen-op-pot kunt toepassen in de drie trends." Jessica benadrukt dat vooral de fotografie van belang is. "De foto's bieden ons een goede ingang bij de consumentenmedia. Als het materiaal hen aanspreekt, pakken ze het op en gaan ze ermee aan de slag. Daarbij zetten we niet alleen in op de gespecialiseerde tuinbladen, maar ook op interieurbladen, kranten en lifestyle magazines, zodat we een zo groot mogelijk deel van onze doel-



Unexpected Wild



The Happy Life

zamenlijk trends voor 2015



Jessica Wagemaker: 'Samen trends ontwikkelen en presenteren, is veel krachtiger'



Eco Luxe

groep bereiken." Het doel van die inspanningen is duidelijk: "Uiteindelijk hopen we hiermee de verkoop te stimuleren. Als bladen over bloembollen, bolbloemen en bollen-op-pot schrijven, worden lezers enthousiast en gaan zij wellicht naar het tuincentrum of de bloemist om ze te kopen."

Het fotomateriaal is ook bestemd voor de branche. "Met het beeldmateriaal hopen we de branche te inspireren: zo kun je de producten uit de bollensector laten schitteren in de trends van nu. Doordat wij al hebben nagedacht over de sfeer, het materiaal- en kleurgebruik, kunnen ze er zo mee aan de slag en zichzelf op een sterke manier profileren in de markt." Alle leden van iBulb hebben de informatie over de groentrends digitaal ontvangen en kunnen er gebruik van maken. "Leden kunnen ook gebruikmaken van het fotomateriaal uit de beeldbank."



Eco Luxe