

IPM: de fysieke internetwin

De Internationale Pflanzmesse (IPM) in Essen is de beurs waar je present moet zijn, en dat doen veel Nederlandse sier- teeltbedrijven dan ook. De kans om bekende en nieuwe klanten uit binnen- en buitenland te spreken is groot. Op een beursvloer van 105.000 vierkante meter staan 1.554 inzenders uit 45 landen. BloembollenVisie was een van de ruim 57.000 bezoekers om enkele Nederlandse inzenders te spreken.

Tekst: Lilian Braakman
Fotografie: René Faas

Op de beurs IPM in Essen hangt ook dit jaar een gemoedelijke sfeer. Het contact is goed en de verwachtingen ook. Dat is een goed teken na het slechte voorjaar, veroorzaakt door het langdurig aanhoudend koude weer van afgelopen jaar. Er wordt weer normaal ingekocht, waardoor de verwachtingen voor 2014 positief zijn. Een ding is zeker dit jaar: alle standhouders hebben hun uiterste best gedaan om met een nieuw of vernieuwend idee te komen. Als het aan de inzenders ligt wordt 2014 een goed jaar. De stemming is er in ieder geval wel naar.

VIERKANTE METER

Zo presenteert Kapiteyn op de beurs hun nieuwe bedrijfslogo, ontworpen door Karin van den Berg: "We hebben goed naar het bedrijf gekeken en zo kwamen we op het idee van m². Kapiteyn probeert elke vierkante meter een zo goed mogelijke kwaliteit te leveren en elk blok heeft zijn eigen verhaal." Op de stand zijn uiteraard veel calla's te zien in vierkante blokken per pro-

ductgroep zoals snij- en potcalla's. Lennaert Kapiteijn geeft aan dat er veel belangstellenden op de bloemen afkomen. "De gesprekken zijn er. Onze huidige klanten hebben we al veel gesproken. Internationaal zie je dat er veel belangstelling is vanuit Scandinavië. Azië blijft groot en ook uit Australië komen veel bezoekers."

Het m²-idee is ook de vinden in de stand van Baltus Bloembollen. Hans Baltus: "Ondanks dat we al meer dan twintig jaar op de beurs staan, proberen we elk jaar met iets nieuws te komen. Het m²-principe is aan de consument een vierkante meter tuin te verkopen die gemakkelijk te planten is met verschillende soorten bloemen. Niet alleen met bloembollen, maar ook met groentes en theeakjes. Dit doen we juist ernaast om de verkoop van bloembollen te stimuleren. Als een consument bezig is in de tuin, de beleving ervaart en zin krijgt in tuinieren, zullen ze vervolgens eerder bollen kopen voor in de tuin." De stand van Baltus valt op door de hoge stellages vol met kleurrijke bloembollenpakketten en levensgrote tulpen aan de voorkant. Deze grote tulpen zijn vergelijkbaar met een groot ijsje voor een ijsalon: "Als consu-

menten deze tulpen zien staan, weten ze dat er bloemen verkocht worden in de winkel waar deze tulpen voor staan."

ETALAGEPLANTEN

In het rijtje van vernieuwingen past ook JUB (Jac. Uittenbogaard en Zn). In hun stand zijn namelijk verschillende nieuwe concepten te vinden. Zo komt er naast de lijn 'Crown Jewels' de 'Queen's Jewels'. Daarnaast zijn er bloembollenpakketten voor vlinders, bijen, golfbanen en is er een 'pot vol bloemen'. Met de laatste kan de consument leren etageplanten. Jos Beelen: "Het is een pot compleet met grond en drie soorten bolgewassen. In vier eenvoudige stappen wordt uitgelegd hoe het werkt. Verder zijn bijen- en vlindermengsels erg populair. Ook bloembollen blijven goed verkopen in tuincentra. Wel wordt er minder ingekocht. Belangrijk is dat je eerlijk bent en kwaliteit levert, maar we merken dat het de goede kant op gaat." Op de beurs worden interessante nieuwe contacten opgedaan. Daarnaast zijn er veel bestaande relaties uit Scandinavië en Engeland. Beelen: "Je moet eerst een aantal jaren zaaien voordat je betrouwbare partners hebt, maar daar zijn beurzen zoals deze goed voor."

Met duizenden bezoekers op de beurs, kan het druk zijn maar dat hoeft niet. "De bezoekers komen in vlagen," geeft René van der Geest van Kébol aan. Iets wat juist in hun stand opvalt en de laatste tijd vaker te zien is, zijn bollen met een laagje gekleurde wax eroverheen. "Onze amaryl-



Het m²-idee komt duidelijk over in de stand van Kapiteyn



De amaryllis Waxz bollen (inzet) die in de stand van Kébol staan

kel anno 2014



De levensgrote tulpen bij Baltus die consumenten de weg naar verkooppunten leiden



Jaap-Jan Uittenbogaard met de nieuwe 'pot vol bloemen'

lis Waxz bol kan met allerlei verschillende kleuren en versieringen passend gemaakt worden om te verkopen met andere gelegenheden dan kerst, zoals Valentijn. Dat is wel een moeilijke tijd omdat het voorjaar druk is vanwege het grote aanbod voorjaarsbloeiërs op de markt, maar zo proberen we de amaryllis over een langere periode te verspreiden dan alleen kerst."

ZAKELIJK

De firma C. Steenvoorden staat voor het derde jaar op IPM. Gerard van Went geeft aan dat hij merkt dat bezoekers dit jaar gericht bedrijven bezoeken. "De indeling van de beurs per sector is hiervoor ook handig. Woensdag en donderdag zijn altijd de topdagen, maar voor ons is er niet veel directe handel, omdat de lelies al verkocht moeten zijn. Zakelijk is het een goede beurs om bestaande en nieuwe contacten te spreken. Zo is Mosad El Asmar uit Turkije juist nu op bezoek om zaken te bespreken op de beurs. Tot nu toe zijn we tevreden over de gang van zaken."

Jord Mosselman van Mosselman Holland staat met zijn stand in hal 12, tussen de boomkwekerij-inzenders, maar voor de ingang. Misschien niet een voor de hand liggende plaats, maar Mosselman is er blij mee: "Met de kleurrijke verpakkingen val ik op tussen het groen. Veel bezoekers kijken ernaar waarop ik ze kan aanspreken. Daaruit komen leuke gesprekken voort." De manier van handel is volgens Mosselman in de jaren wel veranderd. "IPM is eigenlijk een fysieke internetwinkel. Voorheen keken mensen in de winkel en kochten het online, tegenwoordig zijn de rollen omgedraaid.

BOOMKWEKERIJ

In dezelfde hal is Alex Schoenmaker Living Creations te vinden met zijn specialisme: Hydrangea. Opvallend is dat de stand een klassieke uitstraling heeft door alle oude materialen van de kwekerij in de stand te laten zien, gecombineerd met moderne tablets. Schoenmaker: "We combineren juist oud met nieuw

om te laten zien dat wij de vierde generatie zijn die Hydrangea kweekt, wat in onze ogen staat voor kwaliteit. De tablets zijn erbij omdat wij dit jaar op IPM ons nieuwe concept presenteren. Aan elke plant zit namelijk een etiket. Daarop staat kort alle informatie over de plant, samen met een uniek nummer. Als de consument dit nummer online invult of de QR-code op het etiket scant, krijgt hij alle informatie over de plant. Als extra verlengstuk hebben we films gemaakt over hoe Hydrangea te snoeien. Als de consument zijn plant registreert, kunnen wij een bericht sturen wanneer het tijd is om de plant te snoeien en bieden daarbij de film aan." Het idee is bedacht om als extra service aan te bieden aan supermarkten, bouwmarkten en tuincentra die onze Hydrangea verkopen. "Zo worden de planten hopelijk eerder gekocht door consumenten. Velen weten ook niet dat je een Hydrangea koopt voor slechts vijftien euro en dat die levenslang mee gaat als je hem goed verzorgt."



Jord Mosselman in zijn 'fysieke internetwinkel'



Schoenmaker Living Creations combineert oud met nieuw