

Voorzitter Aad van der Wilt en deelnemer Rino Mans:

‘We moeten zuinig zijn op de ijzersterke formule van Kom in de Kas’



Rino Mans (links) is het eens met voorzitter Aad van der Wilt: “Ik zou niet weten wat we nog kunnen verbeteren. Het huidige concept is uniek.”

In welke andere bedrijfstak kun je nu elk jaar uitgebreid rondkijken en alle vragen stellen die bij je opkomen? De formule van Kom in de Kas is uniek en het evenement trekt consequent veel bezoekers. Als er al een bedreiging is, dan komt die van binnenuit de sector: de angst voor insleep van ziekten neemt lichtjes toe.

Vorig jaar zag het bij Topline Gerbera in Hedel tijdens Kom in de Kas zwart van de mensen. “Drieduizend, vierduizend bezoekers. We zitten hier vlak bij een grote stad (Den Bosch); dat zal wel meespelen. Als er nog meer komen, wordt het wel lastig om ze allemaal te ontvangen”, vertelt Rino Mans, die samen met vader Jan en moeder Willy het bedrijf met 2,4 ha mini-gerbera’s leidt.

Volgend jaar viert het evenement haar veertigjarig jubileum en de formule vertoont nog geen enkele slijtage. Jaarlijks komen er rond de 200.000 mensen op af. Het evenement voorziet duidelijk in een behoefte aan een leuk groen dagje uit met de kinderen, waar je ook nog iets van opsteekt. De stemming is consequent feestelijk, een enkel kritisch geluid daargelaten.

Vervolg op
pagina 6 >

Niets verbergen

Landelijk bestuursvoorzitter Aad van der Wilt is voor dit artikel uitgenodigd om van Rino Mans suggesties voor verbetering te horen, maar ze zijn het zo roerend met elkaar eens dat er van discussie geen sprake is. "Ik zou niet weten wat we nog kunnen verbeteren. Het huidige concept is mooi en uniek. Er is geen andere bedrijfstak waar zoiets wordt georganiseerd", zegt Mans.

Toch evolueert de formule elk jaar een beetje, vertelt Van der Wilt. "Dit jaar bieden we workshops aan voor de deelnemende telers. Sommige mensen zijn wel heel enthousiast om mee te doen, maar weten niet zo goed hoe je de boodschap overbrengt. Met de workshops in de regio's ondersteunen we hen om het verhaal gemakkelijker en nog beter te vertellen. Er is altijd een kleine categorie bezoekers die je het hemd van het lijf vraagt en de vraagstelling is soms kritisch. Dan moet je niet de hakken in het zand zetten, maar uitleggen. Op mijn eigen bedrijf laten we

bijvoorbeeld gewoon de spuitboom zien en vertellen dat we daar steeds meer zuren, vetten en plakmiddelen mee spuiten en steeds minder chemie. Je moet niets verbergen."

Bloemen onder de zonnebank

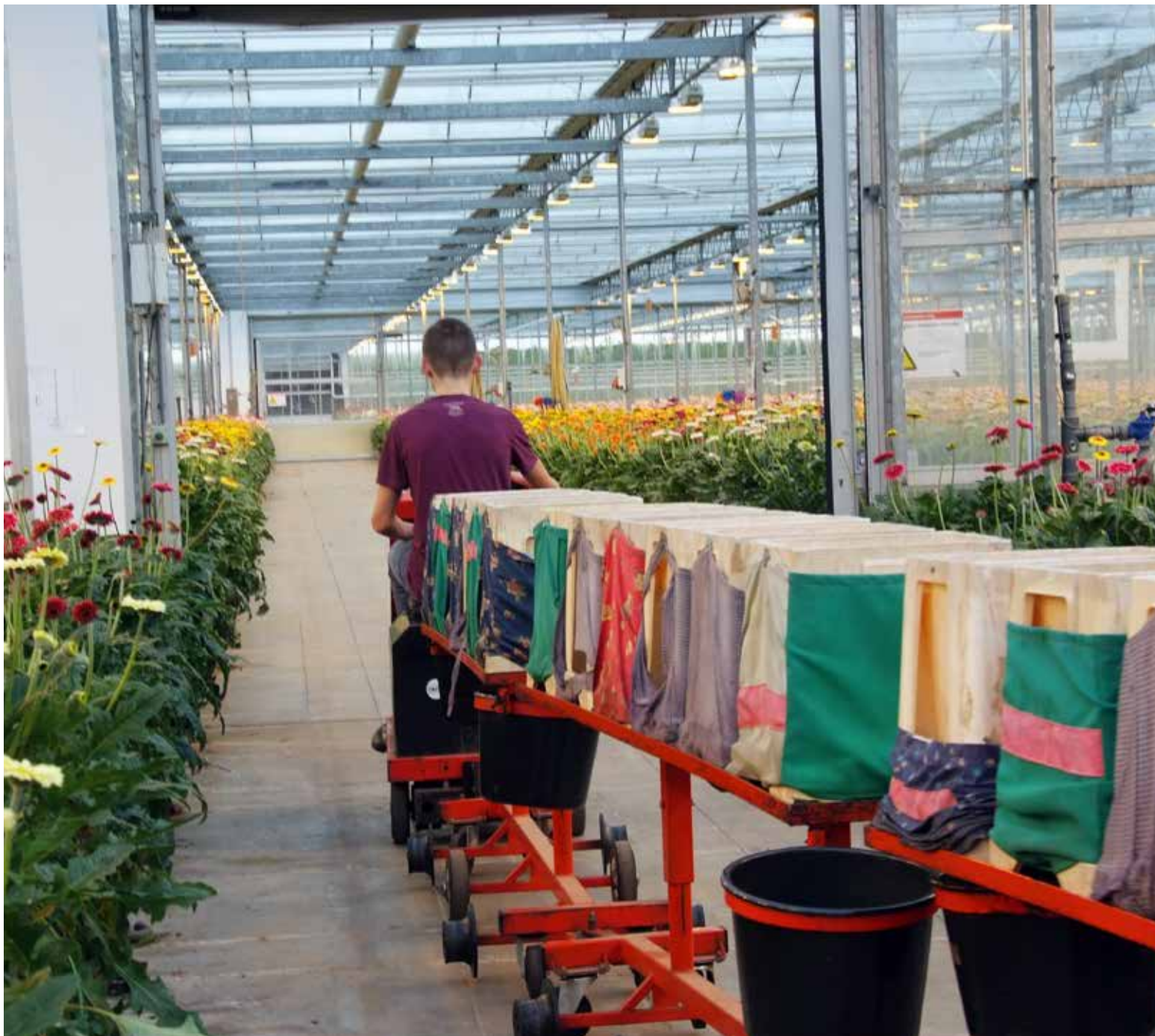
Mans heeft nog nooit meegemaakt dat bezoekers zich negatief opstellen, vertelt hij. "Ze staan er juist versteld van hoe we de zaken hier aanpakken en zijn blij dat ze alles een keer kunnen zien. Er komen altijd veel wandelaars langs ons bedrijf en ze bellen regelmatig aan of ze mogen komen kijken. Door het jaar heen is dat onhandig, maar tijdens Kom in de Kas is er alle gelegenheid. We zorgen ervoor dat er veel actie is. Er is een scout die de biologische aanpak laat zien en we demonstreren de UV-behandeling van de bloemen met CleanLight tegen schimmels. 'De gerbera's gaan onder de zonnebank', zeggen we dan. Dat vinden de mensen heel interessant."

Ouders met jonge kinderen

De kick-off vindt dit jaar plaats in Aalsmeer op 31 maart en staat in het teken van de jungle. De hoofdrolspeler is Bamboo Bill, de avonturier van Ouwehands Dierenpark, bekend van het programma Jungleclub bij RTL Telekids. "Vroeger was de start een 'bobofeest', maar tegenwoordig kiezen we ervoor om zoveel mogelijk pers te trekken voor een maximale aandacht. Een bekende Nederlander helpt daarbij", vertelt de voorzitter.

De doelgroep is de laatste jaren duidelijk omschreven: ouders met jonge kinderen. "We hebben een trendwatcher wel eens kritisch naar onze aanpak laten kijken. Hij vond dat we de oudere jeugd meer moesten aanspreken. Maar kinderen van 12-18 jaar en jongvolwassenen zijn de allermoeilijkste groepen. Daar hebben alle organisaties mee te maken. Pas als ze zelf een gezin stichten, zie je ze weer terug."

Dit jaar onderzoeken studenten van HAS Den



Meest gestelde vraag tijdens Kom in de Kas bij Mans: waarom zitten er rokjes om jullie emmers? Antwoord: om de bloemknoppen te beschermen.



Mans maakt zich nog geen zorgen over de hygiëne. "Maar grote groepen mensen die van het ene naar het andere bedrijf lopen, vormen in potentie een risico."

Bosch waarom de bezoekers komen, hoe ze weten dat het evenement wordt georganiseerd en wat ze van de glastuinbouw vinden.

Goodwill

Het jaarlijkse evenement creëert veel goodwill voor de tuinbouw, maar valt die ook te verzilveren? "Ik denk het wel", zegt Mans. "Als de mensen gerbera's in de winkel zien, kennen ze het verhaal erachter. Dat zal de verkoop zeker helpen."

Maar voor de situatie van de tuinbouw in de Bommelerwaard heeft al die positieve aandacht weinig effect, denkt hij. Zijn bedrijf is ingedeeld in een extensiveringsgebied. Dat betekent dat de overheid het bedrijf het liefst verplaatst ziet naar een intensiveringslocatie en dat uitbreiding alleen toegestaan is als verplaatsing echt niet lukt. Er is een verplaatsingssubsidie toegekend, maar die is alleen interessant wanneer het bedrijf is afgeschreven, vertelt de teler. "De lokale bevolking snapt er niets van. De tuinbouw in Hedel is

heel klein, waarom zouden we hier dan weg moeten?"

Om dingen voor elkaar te krijgen moet je je als teler en als standsorganisatie voortdurend actief opstellen, geeft Van der Wilt aan. Bijvoorbeeld burgemeester en wethouders uitnodigen om met eigen ogen te komen bekijken wat de gevolgen zijn van gemeentelijk of provinciaal beleid voor de sector.

Toenemende zorg bedrijfshygiëne

Aan de bezoekers zal het dus niet liggen of Kom in de Kas de komende jaren doorgaat. Als er al een bedreiging is, dan komt die meer van binnenuit, denkt de voorzitter. "We hebben wat zorgen over de steeds toenemende noodzaak van een strenge hygiëne. We hebben nu te maken met bruinrot in de rozen en virusen in de groenten. Er is voorzichtigheid geboden en de vraag is hoe je dat kunt handlen in de toekomst."

Mans maakt zich nog geen zorgen voor het moment, maar ziet ook dat grote groepen

mensen die van het ene naar het andere bedrijf lopen in potentie een risico zouden kunnen vormen. "Als ik bijvoorbeeld een rozenbedrijf zou hebben, zou ook ik eerst wel even goed nadenken of ik wel mee zou doen in verband met de ziekte-insleep", zegt hij.

Jonge ondernemers

Van der Wilt noemt een tomatenbedrijf dat wel meedoet, maar de risico's met allerlei aanpassingen verkleint. "Ze hebben een sluis van plastic op het middenpad gemaakt. Zo kunnen de bezoekers de kas in zonder dat ze in aanraking komen met de planten. We moeten die beleving erin houden. Kom in de Kas is zien, ruiken, proeven, beleven. We hebben meer goede creatieve oplossingen nodig voor dit probleem."

Tot slot wil hij nog een oproep doen: "Het is van groot belang dat we nog meer jonge ondernemers betrekken bij de regiocomités. Dat is toch de toekomst. Gelukkig zien we op veel plaatsen veel enthousiasme."



Rino Mans: "Verhaal vertellen aan consument, zal verkoop zeker helpen."

Samenvatting

Kom in de Kas voorziet duidelijk in de behoefte aan een leuk groen dagje uit. De bezoekers steken wat op en krijgen een positief beeld van de sector. De formule staat als een huis, maar elk jaar vindt er wel fine-tuning plaats. Toenemende zorg voor de bedrijfshygiëne zet de bereidheid om deel te nemen wel wat onder druk.