

Door de jaren heen is de mens steeds verder afgedreven van de natuur. De tuin als verlengstuk van de kamer leek een briljant idee, maar was met zijn versteende uiterlijk de nagel aan de doodskist van alles wat groen en levend is. Het roer moet om, de wereld moet groener en duurzamer worden. En dat moeten we met elkaar doen, los van oude structuren, eigen belangen en eilandjes. Lodewijk Hoekstra maakt zich daar sterk voor. Hij staat op de 76e plek in de Duurzame 100 van dagblad Trouw.

Tekst: Monique Ooms
Fotografie: René Faas

Hij groeide op in het groene Eemnes, waar zijn ouders een huis met een grote tuin hadden, met een moestuin. Toen al was Lodewijk Hoekstra het liefst buiten te vinden. Slootje springen en rommelen met plantjes, dat vond hij als kind al mooi. Hij volgde de opleiding tot hovenier aan het Wellant College, een mooi vak vond hij. Zijn vrienden constateerden droog: 'Dus jij schoffelt tuintjes...' Dat was de aanzet tot een vervolgstudie in een hele andere richting: bedrijfskunde. Om vervolgens toch weer in de groensector terecht te komen. "Ik ging nadenken over het imago van de sector, de kansen, de marketingmogelijkheden,... daar wilde ik iets mee. Op dat moment kwam RTL 4 voorbij met het programma Eigen Huis & Tuin. En opeens had ik toegang tot een miljoen kijkers per week."

DRIVE

Zijn bekendheid als tv-tuinman helpt hem om de andere dromen te realiseren. Zo is Hoekstra bij veel groene, duurzame initiatieven betrok-

ken die een ding met elkaar gemeen hebben: 'het verschil willen maken.' "Als grote partijen in de sector opstaan en in actie komen, kunnen we belangrijke veranderingen teweegbrengen die goed zijn voor onze planeet en tegelijkertijd commercieel interessant zijn. Klagen over alles wat niet goed gaat, is makkelijk. We moeten nu komen met oplossingen." Zijn persoonlijke drive is de natuur zelf. "Vooral de schoonheid ervan: de natuur is mooi en zit tegelijkertijd slim in elkaar. Daar zou het vak veel meer over moeten gaan dan over geld, spullen, dozen schuiven, groeiremmers en bestrijdingsmiddelen."

Het is tijd om het vak opnieuw uit te vinden, vindt Hoekstra. "Mensen zijn het contact met de natuur kwijtgeraakt. Wat hebben we gecommuniceerd met 'de tuin als verlengstuk van de woonkamer', en met de focus op 'snel' en 'makkelijk'? Dat tuinieren niet leuk is, veel werk met zich meebrengt en tijd kost. Van dat beeld moeten we af. Er is toch niks leukers dan lekker buiten zijn, een plantje te zien kiemen en tot bloei te zien komen? Bovendien: al die verharde tuinen maken dat het water niet kan weglo-

'We willen



Lodewijk Hoekstra: 'De samenwerking met Keukenhof

pen, waardoor steden overstromen." En dat is niet duurzaam.

Hoekstra kan zich voorstellen dat consumenten best duurzaam willen zijn, maar verdwaald raken in een woud van duurzaamheidslabels 'die niet altijd het hele verhaal vertellen.' "Duurzaamheid gaat niet alleen over het product, maar ook om alles daaromheen, van het productieproces tot en met het transport."

DUURZAAMHEIDSPASPOORT

Vanuit die gedachte richtte Hoekstra samen met landschapsarchitect Nico Wissing NL Green Label op, waarbij de N en de L staan voor Nico en Lodewijk. Met zijn visie op duurzame materialen wordt Wissing gezien als 'Groene Visionair'. "Het doel van NL Green Label is het gebruik van duurzame materialen en producten in de buitenruimte te bevorderen. Daarbij speelt ook de herkomst een rol", legt Hoekstra uit. "Wij willen dit stimuleren met de uitgifte van een duurzaamheidspaspoort, dat wij samen met Royal Haskoning DHV hebben ontwikkeld; zij beoordelen de aanvragen. Door samen te werken, kunnen we verduur-

Serie duurzaamheid

Duurzaamheid wordt een steeds belangrijker thema. In de samenleving, en daarmee ook voor de bollensector. Immers, als de samenleving om een duurzaam product vraagt, zal de sector daarop moeten reageren. Wat betekent dit voor de verschillende partijen die actief zijn in het vak? Op welke manier spelen zij in op de ontwikkelingen? Waar lopen zij tegenaan? Veel vragen. In deze serie gaat BloembollenVisie op zoek naar de antwoorden.



Een impressie van het DGIC op Keukenhof

met groen het verschil maken'



biedt kansen voor de sector en voor de regio'

zamen door de keten heen." Zo'n 140 partners hebben zich aangesloten bij NL Green Label. "Dan kun je denken aan producenten, toeleveranciers, kwekers en hoveniers. Samen willen wij met groen het verschil maken."

.....
'Duurzaamheid gaat niet alleen over het product, maar ook om alles daaromheen'
.....

Gemeentes kunnen gebieden aandragen, zoals een wijk of een park, en zo in aanmerking komen voor een 'gebiedslabel'. "Wie zich aansluit als partner kan op zijn product, dienst of materiaal een duurzaamheidspaspoort ontvangen. De producten, materialen en diensten van deze aangesloten partners zullen vervolgens sneller hun weg vinden in de projecten van gemeenten."

Een ander project van NL Green Label komt voort uit de ondertekening van een Green Deal met de overheid. "Vanuit deze, inmiddels derde, Green Deal gaan we 1000 hectare stedelijke natuur aanleggen in en om de steden met weinig onderhoud, veel biodiversiteit en ruimte voor water en fauna. Gemeentes kunnen zelf invulling geven aan de opgaves waar zij voor staan, van waterinfiltratie tot klimaatbestendigheid. De deal is net getekend en de eerste gemeenten hebben zich al gemeld." Over de rol van hoveniers merkt hij nog op: "De kennis op het terrein van duurzaamheid van deze groep professionals moet omhoog. Zij moeten de experts worden op het gebied van duurzaam groen, van schoffelaar naar environmentalist. Daar ontwikkelen wij trainingen voor."

VISITEKAARTJE

NL Green Label is ook betrokken bij de totstandkoming van het Dutch Green Inspiration Center (DGIC), samen met Stichting Kasteel Keukenhof en partijen als de gemeente Lisse en de provincie. "Het kasteel en het park gaan samen verder in een nieuwe stichting.

Daarmee ontstaat een complex van 230 hectare dat straks jaarrond open is. Met het DGIC willen we laten zien wat we kunnen op het gebied van agro, groen, design, kennis en innovatie, met duurzaamheid, educatie en beleving als uitgangspunten. Uit de combinatie van het DGIC met de bloementoonstelling, het kasteel, het nieuwe kunstmuseum en de omgeving ontstaat een park van internationale allure. Een uitgelezen kans voor de Nederlandse groensector om zijn visitekaartje af te geven en veel economische kansen voor de regio." Het idee is om een Ecodome te ontwikkelen, een paviljoen dat meereist met Nederlandse handelsmissies, om ook daar groen Nederland op de kaart te zetten. "Nico en ik willen ons graag de komende tien jaar als ambassadeurs aan het park verbinden."

Hoekstra is tevens betrokken bij 247Green, een multimediaal platform dat nu wordt gebouwd, over alles wat met groen te maken heeft voor consumenten. "Het idee hierbij is om groen weer 'fun' te maken, op een hippe manier die de consument van nu aanspreekt. We willen een community creëren waar consumenten niet alleen leuke informatie en handige tips vinden, maar ook zelf kunnen posten en van elkaar kunnen leren. Lancering staat gepland in het voorjaar van 2016." Ook hierbij is duurzaamheid het uitgangspunt.

Verder wil Hoekstra een duurzaam huis bouwen op het Floriadeterrein in Almere, waarmee hij de eerste permanente bewoner wordt van het terrein. "Als de gemeente meewerkt tenminste." GreenKids, dat kinderen in contact brengt met groen, is ook een initiatief van Hoekstra. Aan hem zal het niet liggen dat de wereld nog niet volledig duurzaam is.

STROPERIG

"In veel van de initiatieven waarbij ik betrokken ben, lopen we tegen beperkingen aan. Die worden vaak veroorzaakt doordat partijen niet met elkaar samenwerken, op hun eigen eilandje zitten en niet naar het grotere belang kijken. Met het wegvallen van de productschappen zijn bedrijven meer gericht op hun eigen belangen. Iedereen heeft de mond vol van samenwerken, maar in de praktijk verloopt dat uitermate stroperig. Zo ben ik laatst bij een congres over ketensamenwerking opgestaan met de opmerking: 'Mooi dat we het hier over hebben. Het gekke is: ik ben het hele seizoen op tv met Eigen Huis & Tuin, daar liggen kansen, maar niemand heeft mij ooit gevraagd met welke planten ik graag werk en waarom.' Voor de sector is het belangrijk dat we doorpakken, het is de dood of de gladiolen. Ik ga liever uit van kansen dan van belemmeringen. Alles wat je kunt dromen, kun je ook waarmaken."