



Postbus 170 | 2180 AD Hillegom

Weeresteinstraat 10 | 2181 GA Hillegom

T 0252 535080 | www.anthos.org | www.ibulb.org

Groene Stad steunpilaar institutionele markt

De institutionele markt vormt een belangrijk onderdeel van de totale handel van de leden van Royal Anthos. Dit geldt zowel voor boomkwekerijproducten als bloembollen. Op het gebied van de openbare ruimte zit Anthos dan ook niet stil. Wat doet Anthos voor de institutionele markt en hoe kunnen leden daar hun voordeel mee doen? “We staan met De Groene Stad op een kantelpunt”, aldus Leon Smet.

De belangstelling voor een gezonde leefomgeving is groter dan ooit. Leon Smet, secretaris van Royal Anthos, vertelt dat vanwege het toenemende aantal vragen op dit gebied een helpdeskfunctie is toegevoegd aan de website van De Groene Stad. “Het is een centraal punt voor vragen over groen. Gemeenten, milieurorganisaties en andere partijen willen van alles op dit gebied, maar weten niet hoe ze dit voor elkaar kunnen krijgen.” De werkzaamheden voor Stichting De Groene Stad vormen een belangrijk onderdeel van zijn werk. Naast Royal Anthos participeren LTO Vakgroep Bomen, Vaste planten en Zomerbloemen en Royal FloraHolland in de stichting. Als secretaris van de stichting heeft Smet een coördinerende rol.

KENNIS

Bedrijven en organisaties kunnen via een partnerprogramma deelnemen aan De Groene Stad en kennis- en netwerkevenementen bijwonen. Op die manier stimuleert de stichting kruisbestuiving tussen ‘groen en grijs’. “Het mooie van De Groene stad is dat je partners kan positioneren, kennis kunt overdragen en koppelingen kunt maken in het netwerk”, vertelt Smet. “Er wordt meer en meer bekend over welk type groen toekomstbestendig is. Dat gaat heel ver. Zo brengen onderzoekers van WUR aan de hand van de kroonomvang en type blad in kaart wat de bijdrage van boomsoorten aan temperatuurreductie is.”

Samen met WUR en Royal Flora Holland maakt Anthos deel uit van het kernteam van de Groene Agenda. Op die manier kunnen ze kennis uit onderzoek met overheidsgelden van het Topconsortium voor Kennis en Innovatie (TKI) vervlechten met De Groene Stad. Ook wordt via die weg geïnvesteerd in de website Groen Kennisnet. In factsheets staan kennisfeiten over groen in relatie tot onder meer wonen, leren en zorg. Een losstaand initiatief voor de institutionele markt is het innovatiefonds van vijf vooraanstaande boomkwekerijbedrijven. Deze maakt het mogelijk te participeren in onderzoek. Zo is nu ‘i-Tree 2.0’ in de maak en wordt meegedaan met de PPS ‘Klimaat effectief Groen’.

KANTELPUNT

“We staan nu op een kantelpunt”, aldus Smet. “Het verhaal van De Groene Stad is op veel plaatsen geland en het belang van groen erkend. Nu gaat het om de vertaling naar de toepassing.” Nieuw dit jaar is een promotiefilm over het belang van groen in steden. In het najaar is een symposium in Brussel gepland voor Europarlementariërs. Smet hoopt dat deze kan doorgaan. “Covid heeft behoorlijk roet in het eten gegooid bij de campagne. De kennisbijeenkomsten zijn nu voornamelijk digitaal, waaronder een herbplantingsproject in Almere en enkele sessies met de Dutch Green Building Council.”

PIB'S

Onder de vlag van De Groene Stad participeert Anthos in PIB's (Partners in Business). Met een cluster van bedrijven is het doel aansprekende projecten in de institutionele markt van een land te realiseren. Deelnemende bedrijven investeren in cash en natura. In 2019 is een PIB in Roemenië van start gegaan met een cluster van negen bedrijven. Een mijlpaal was volgens Smet de beplanting van bomen, hagen, rozen, vaste planten en bloembollen bij het parlamentsgebouw in Boekarest. Hij vertelt dat voor Oekraïne een programma in de maak is. “We zijn momenteel bezig een cluster met deelnemers te vormen. Het leuke is dat verschillende disciplines bij elkaar komen, zoals handelaren en architecten, maar ook een bedrijf dat zich met stadsverlichting bezighoudt. Andere landen lopen een stuk achter bij Nederland als het gaat om technische kennis over groen. Waar in Nederland ‘de juiste boom op de juiste plaats’ al vele jaren gemeengoed is, is dat voor veel landen nu een item.”

EUROPESE CAMPAGNE

Internationaal loopt vanaf 2018 een Europees project dat onlangs op initiatief van de ENA (European Nursery Stock Association) en boomkwekerijorganisaties uit de deelnemende landen is verlengd. Smet is voorzitter van de werkgroep Promotie van de ENA. De EU financiert 80%, de sector de overige 20%. Het vervolgpriject ‘Meer Groene Steden voor Europa’ werkt met dezelfde thema's als De Groene Stad en benut de kennis uit de Groene Agenda. De campagne wordt ondersteund door de website thegreencity.eu, met daarop ken-

nis over vergroening van openbare ruimten, technische achtergronden en innovatieve ideeën. Aan het eerdere project namen zeven landen deel en in het vervolgproject werken dertien landen samen.

WERELDWIJD

Er is een script in de maak voor een film over Europese Green Cities en dit jaar wordt de Green Cities Award voor de tweede keer uitgereikt. iBulb verzorgt de PR van het vervolgproject. “De persberichten gaan over aansprekende voorbeeldprojecten in onder meer Rotterdam en Breda”, licht Anne Verdoes toe.

Binnenkort gaat het eerste persbericht vanuit iBulb uit. Verdoes: “Ook komen er nieuwsbrieven. De afgelopen jaren hebben we veel mooie nieuwe beelden gemaakt, waaronder stadsparken in Amsterdam, Seoul en New York en tulpen in het straatbeeld van Amsterdam. De komende jaren hebben we budget om deze beelden verder uit te breiden.”

Tot slot stuurt iBulb wereldwijd veel persberichten over bloembollen, vaste planten en rozen voor de institutionele markt uit. In overleg met leden komen daarin actuele onderwerpen aan de orde zoals verticale beplanting, dakbeplanting en klimaatadaptatie.



Leden over De Groene Stad

Brenda Swinkels, Van den Berk Boomkwekerijen: “Wij ondersteunen De Groene Stad al jaren omdat we het belangrijk vinden dat ‘de groene boodschap’ bij een zo groot mogelijk publiek terechtkomt. Het is een goed platform, met een sterk netwerk, waar alle wetenschappelijke kennis samenkomt en die deze kennis uitdraagt. Wij gebruiken De Groene Stad ook in communicatie naar onze afnemers toe. Het toont betrokkenheid en we zijn graag ambassadeur van groen. Zo liggen de factsheets in de ontvangstruimte voor bezoekers om mee te nemen. Als een klant met een specifiek onderwerp bezig is, sturen we deze soms ook op. Ook gebruiken we ze als bron als we zelf een over een onderwerp schrijven. En we nemen deel aan de PIB in Roemenië en Servië. Met behulp van het RVO kunnen we ons, samen met andere bedrijven, in het buitenland laten zien als specialisten van de groene buitenruimte. Het is een krachtige samenwerking en daardoor komen we in contact met gesprekspartners op hoog niveau.”

Robbert Uittenbogaard, JUB Holland: “Als bedrijf zijn we heel actief op de openbaar groen markt en hebben we contacten met gemeenten. De campagne van De Groene Stad moet ook de beleidsmakers bewust maken van de voordelen. Ons doel is dat onze klanten de doelstellingen van De Groene Stad omarmen, zodat niet wordt bezuinigd op groen. Helemaal in deze coronatijd moeten mensen kunnen genieten van de kleur en fleur in het groen om hen heen. We zitten ook in het cluster van de PIB Roemenië. Deelname opent voor ons deuren die anders gesloten blijven, zeker als er een ambassade bij betrokken is. En het is leuk om in de breedte samen te werken; het gaat om bollen, vaste planten én boomkwekerijproducten, met één gemeenschappelijk doel. Ook in onze catalogus en andere communicatieve uitingen dragen we De Groene Stad uit. Zo laten we zien dat we als bedrijf én als sector De Groene Stad omarmen, nationaal en internationaal. De Groene Stad is een mooi voorbeeld van hoe je als bedrijf kan profiteren van – en mee kan lopen met – het werk van een brancheorganisatie.”