

april 2025



Plantion

MAGAZINE

**WESSEL BOSCH VAN FLORADO
KOOPT GRAAG IN OP DE KLOK**

MARGINPAR: STERK IN STORYTELLING

INZICHT IN JE MARGE MET FLORAL PROFIT

**TUINCENTRUM DE SCHOUW:
ENTHOUSIAST OVER DIGITALE BEMIDDELING**

**DE KRACHT
VAN BLOEMEN
EN PLANTEN**

INHOUD

april 2025



In gesprek met André van Kruijssen	3
Wessel Bosch, Florado	4
15 jaar Plantion in Ede	6
Luchtzuiverende planten Air So Pure	8
Plantion kort	11
Floral Profit: inzicht in marge	12
Marginpar: storytelling	14
Mickey Hogervorst	16
Coöperatie Plantion	18

Consumentenkatern	1-4
Gek op Groen	

Rob van Duijn, Kom in de Kas	19
Certificering kwekers	20
Commissie van Handel	22
Tuincentrum De Schouw	24
Biologische gewasbescherming	26
Van EAB naar Floriday	28
Tuinproducten in Plantion webshop	29
Buurman Planten	30
VBW, Bram Rijkers	32
Jolanta Šablinskaite, distributie	34
Contactgegevens Plantion	35
Agenda	36

IN GESPREK MET ANDRÉ VAN KRUIJSSSEN



Wat is voor jou de kracht van bloemen en planten? "Bloemen en planten roepen emoties op die altijd te maken hebben met een positief gevoel. Je wordt er blij van! Ze zijn ook een gezond decoratiemiddel in je huis of kantoor, zeker luchtzuiverende planten. Tijdens de lockdown, toen iedereen voorzichtig moest zijn en binnen moest zitten, haalde iedereen groen in huis. Ook mensen die dat eerder nooit deden."

Nu ligt de sector onder vuur. Wat moet er beter? "Het begint bij de bron: kwekers moeten verantwoord telen. We gaan ze helpen om te certificeren. Zelf zetten we ook stappen, bijvoorbeeld met een speciaal bioblok op de klok. Juiste informatie in de keten is belangrijk en ondersteunen we. Meten is weten."

Hoe nemen we de consument daarin mee? "Belangrijk is om de productinformatie te delen en het goede verhaal te vertellen. We moeten alle middelen daarvoor benutten, van QR-codes tot social media en van tv-programma's tot positieve verhalen in de krant. Het is goed dat Bloemenbureau

Holland hiermee aan de slag gaat. We zullen zeker samen optrekken en daarnaast ook zelf initiatieven nemen."

Hoe staat Plantion ervoor? "Ik zie veel spirit en enthousiasme onder medewerkers. De vernieuwingsslag in de organisatie levert merkbare resultaten op. Onze klanten zien dat er naar ze geluisterd wordt en aanvoerders komen graag naar de regiobijeenkomsten. Als je met elkaar in gesprek blijft, neem je sneller je verantwoordelijkheid. Mooi om te zien."

Het aandeel online neemt toe, hoe belangrijk is fysieke inkoop nog? "Heel belangrijk! Onze fysieke klok zou zelfs nog kunnen groeien. Als een product hard loopt in KVV of webshop worden er ook extra karren onder de klok gezet. De afmijnzaal geeft veel kopers een thuisgevoel, je ontmoet er collega's. Een van hen is Hans Scholten. Hij is meer dan 25 jaar voorzitter van de Commissie van Handel geweest, zit elke ochtend op de tribune en draagt Plantion een warm hart toe. Voor zijn grote verdiensten is hij onlangs onderscheiden met de gouden Plantion-speld."

'Belangrijk om productinformatie te delen en positieve verhalen te vertellen'



‘IK VIND HET LEUK

OM OP DE KLOK IN TE KOPEN’

Drie jaar geleden nam Wessel Bosch (35) de zaak over van zijn ouders. Florado is al veertig jaar een begrip in Ermelo. Wessel breidde het bedrijf uit met een tweede winkel. “We droomden ooit kortstondig over vijftig vestigingen. Maar we zijn enorm tevreden met twee goed lopende winkels.”

Loop je Florado binnen, dan is de kans groot dat je met twee armen vol bloemen de zaak verlaat. Rechts staan emmers met snijbloemen in alle kleuren, soorten en maten. Links is de verkoopbalie annex mengtafel. In het midden van de zaak en achterin zien we tafels en kasten met een stijlvol aanbod. Wessel loopt met een big smile rond. Hij rekent vriendelijk af met een klant en herschikt wat bloemen in emmers. “We hebben de zaak in de zomer van 2024 verbouwd zodat we nog beter contact met onze klanten kunnen maken. Eerder stonden we achterin de winkel boeketten te maken, maar voorin is veel leuker.”

Nieuwe formule

Wessel heeft enerverende jaren achter de rug. Hij werd vader, nam

de zaak over van zijn ouders, opende een tweede winkel en paste zijn formule aan, toen de pandemie daar om vroeg. Wessel: “Moesten we de prijzen verhogen of verlagen? Gingen we voor luxe boeketten of voor het goedkopere bosje? We kozen uiteindelijk voor een middenweg. Hier in het winkelcentrum verkopen we leuke, volle bosjes voor een lagere prijs. In de Stationsstraat runt mijn vrouw Rianne onze nieuwe winkel met luxere boeketten.”

Vroeg opstaan

Sinds zijn twintigste staat Wessel in de bloemenwinkel. Hij heeft na zijn schooltijd nog even in de bouw gewerkt. Maar na anderhalf jaar met tegenzin om half zes opstaan, erkende hij dat hij de bloemensector miste. “Nu

sta ik nog vroeger op, maar dat vind ik niet erg.” Vanaf het moment dat hij door zijn vader werd meegenomen naar Plantion vond hij het leuk om op de klok in te kopen. Wessel: “Je moet weten wat je klanten willen, maar daarnaast ook je gevoel volgen. Op de tribune kijk ik altijd goed om me heen. Wanneer het druk is, weet ik dat ik snel moet zijn. Ik wil leuk en niet te duur inkopen, zodat ik het ook weer leuk kan verkopen.” Om tijd te besparen, maakt hij ook geregeld gebruik van Kopen op Afstand. “Dan zit ik met drie schermen voor me en kan ik alles goed zien.”

Biologisch aanbod

Het aanbod bij Plantion is ‘op zich helemaal goed’, aldus Wessel, maar hij mist wel een kwalitatief aanbod duurzame bloemen. “Ik merk dat de



‘Bijna al onze klanten ken ik persoonlijk’

mooiste biologisch geteelde bloemen vooral via Aalsmeer worden verkocht. In Ede is het aanbod nog te mager, waardoor ik minder biologisch inkoop dan ik zou willen. Het is wel de kant die we op gaan. Kwekers bieden hun bloemen bijvoorbeeld steeds vaker in gerecycled folie aan. Sommige klanten willen helemaal geen folie meer.”

Menselijke maat

Na de klok rijdt hij altijd meteen terug naar Ermelo. “Ik zie veel bloemenhandelaren dan nog met elkaar aan tafel zitten en koffie drinken. Waar halen ze de tijd vandaan? Bij mij is het: inladen en weg.”

Wessel gunt zich weinig rust, maar hij is ook op zijn hoede. “Ik heb bij mijn ouders gezien hoe hard ze werkten en wat voor effect dat op hun leven had. Ik moet opletten dat ik niet in dezelfde valkuil stap. We hebben het ooit gehad over het openen van veel meer winkels, maar de prioriteit ligt nu bij twee goedlopende zaken.”

De menselijke maat is belangrijk: “Het moet voor Rianne en mijzelf leuk blijven en ik wil ook contact blijven houden met onze klanten. Vrijwel iedereen die hier binnenstapt, ken ik persoonlijk. Dat vind ik geweldig. Ik heb ook een voorbeeldfunctie voor mijn medewerkers. Als ik elke dag vrolijk en optimistisch in de winkel sta, gaan zij daarin mee.”

florado.nl

15 JAAR INVESTEREN

IN DE TOEKOMST



De wortels van coöperatie Plantion liggen in een ver verleden, in Utrecht en Bemmelen. Nu Plantion alweer vijftien jaar in Ede zit, zullen sommigen nog weleens terugdenken aan 'die goede oude tijd' en herinneringen ophalen.

Het grappige is dat de veilingbestuurders altijd vooruit hebben gekeken, niet achterom. Dat is nu niet anders. Plantion kijkt naar de toekomst! In een veranderende wereld kiest Plantion voor een combinatie van fysieke en online dienstverlening. Onder het motto 'Vernieuwen, Verbinden & Inspireren' krijgt dit profiel vorm en inhoud. Een paar dingen springen eruit.



Vernieuwen

De afmijnzaal is gemoderniseerd. Vanaf de tribune kijk je naar een indrukwekkend led-scherm. Een dagelijkse livestream zorgt ook voor extra beleving bij kopers op afstand. Andere vernieuwingen zijn een webshop, KVV, een logistieke hal, een bezorgservice en verschillende hubs.



Verbinden

Met regiobijeenkomsten investeert Plantion in binding en betrokkenheid. Aanvoerders zijn bij een kweker te gast en wisselen met elkaar en Plantion van gedachten. Regelmatig worden ook excursies naar kwekers georganiseerd voor klanten.



Inspireren

Karren met het klokaanbod, presentaties op de balustrade, visueel aantrekkelijke planten in Plantion Shop & Go. Op veel plekken kunnen klanten in Ede inspiratie opdoen. Ook organiseert Plantion met onder andere VBW en Groothandelscentrum Plantion events op het groothandelsplein.

AIR SO PURE

LUCHTZUIVERENDE GROENMAKERS

Een groep kamerplantentelers brengt sinds 2007 producten op de markt onder de naam Air So Pure. De planten zijn mooi en sterk, maar worden ook geselecteerd op luchtzuiverende eigenschappen. Brandmanager Ronald van Schie bewaakt de kwaliteit van de producten en zorgt dat het verhaal van Air So Pure goed verteld wordt.

We spreken elkaar in hartje Westland. De warme kas van Bestplant staat van voor tot achter vol Spathiphyllum, netjes gerangschikt naar leeftijd en grootte. In een koele hal staan karren klaar voor transport. Buiten vertrekt juist een grote trailer. 'Air So Pure – a world of wellbeing', lezen we nog net.

Op tafel staat een bloeiende Spathiphyllum in een witporseleinen pot. Voor de sfeer én omdat het de eerste soort is die onder het label Air So Pure op de markt kwam. "Bestplant en nog een paar telers van hoogwaardige lepelplanten waren bijna twintig jaar geleden op zoek

naar een manier om de kwaliteit van hun planten herkenbaar in de markt te zetten", vertelt Ronald. "Ze zochten aansprekende aankoopmotieven voor de consument. Duidelijk moest worden dat je met een Spathiphyllum meer in huis haalt dan alleen een mooi product."

Ruimtestation

De telers besloten aan te haken op een onderzoek van ruimtevaartorganisatie NASA. Die had uitgezocht welke kamerplanten in ruimtestations voor een leefbare atmosfeer zorgen, die schoon en zuurstofrijk is. De Spathiphyllum kwam positief naar voren. Ronald: "Vervolgens hebben

we TNO gevraagd om normen te bepalen, waardoor we planten goed met elkaar konden vergelijken. Via TNO kwamen we uit bij hun dochterbedrijf Fytagoras in Leiden. Tot op de dag van vandaag testen zij voor ons."

Na de start met Spathiphyllum ging het balletje rollen en sloten ook kwekers met andere soorten zich aan. Ronald: "Bij nieuwe planten of rassen laten we die altijd eerst door Fytagoras keuren. Als een plant onvoldoende scoort, nemen we hem niet op in de collectie van Air So Pure."

Duurzaamheid

Air So Pure doet er alles aan om de producten zo duurzaam mogelijk te laten

>>> lees verder op pagina 10

WAGENINGS ONDERZOEK 'PLANTEN ZORGEN VOOR MEER WELZIJN'

Sjerp de Vries van Wageningen Universiteit is omgevingspsycholoog. Hij verrichtte onderzoek naar het effect van kamerplanten op het welzijn van kantomedewerkers in hun werkomgeving. De Vries: "Uit ons onderzoek kwam naar voren dat de tevredenheid in kantoorruimten met planten groter is, dan op werkplekken zonder planten."

Die uitkomst heeft volgens De Vries vooral betrekking op het welzijn van medewerkers. Planten hebben ook een positief effect op de gezondheid, maar daar hoort een kanttekening bij. De Vries: "Veel kantoren hebben mechanische ventilatie. De binnenlucht wordt regelmatig vervangen door buitenlucht, waardoor het luchtzuiverende effect van planten deels verloren gaat. Dat was ook een conclusie van het plantenfysiologisch instituut Fytagoras, waarmee wij het onderzoek samen deden."

In woonhuizen verwacht De Vries een sterker effect op de gezondheid. "Daar ontbreekt meestal zo'n installatie, waardoor het aannemelijk is dat de gunstige invloed van planten groter is. Uiteraard is het allemaal wel afhankelijk van het type en aantal planten, in verhouding tot de betreffende ruimte."

Volgens De Vries is meer onderzoek nodig om er achter te komen of de positieve effecten van planten vooral



Sjerp de vries

te maken hebben met schonere lucht, hogere luchtvochtigheid, de aanblik van planten of wellicht een combinatie ervan. Ook de vraag naar effecten op de langere termijn is vooralsnog onbeantwoord. De Vries: "Dat hebben wij niet onderzocht en het is ook moeilijk aan te tonen, want er zijn veel storende factoren. Je zou een aantal mensen een paar jaar in een laboratorium moeten opsluiten. Maar dat is vrij lastig."



Meer weten over dit onderzoek? Scan de QR!

telen. Waar mogelijk wordt gewerkt met biologische gewasbeschermers, zegt Ronald: “De telers ‘scouten’ doorlopend in hun kassen. Ze bekijken de kwaliteit en houden in de gaten hoe het gaat met de gewenste én de schadelijke bestjes. We ontwikkelen en verbeteren, maar de focus ligt niet op 100 procent duurzaam of biologisch. Het gaat ons om het verantwoord telen van uitstekende planten waar de consument jarenlang plezier aan beleeft. Wat wij leveren, komt overeen met wat de Europese consument van ons verwacht: mooie en duurzame luchtzuiverende groenmakers.”



Ronald van Schie

online-media en in uitzendingen van SBS6 heeft daarbij sterk geholpen. Veel telers profiteren daarvan.”

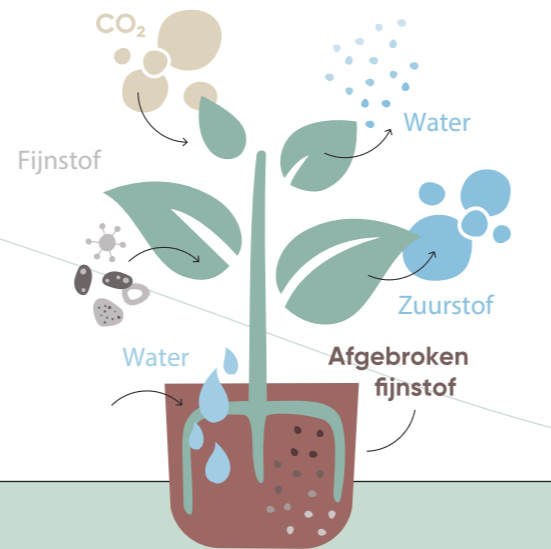
Veel aandacht

Ronald: “Na achttien jaar hard werken, durf ik wel te zeggen dat we in de sierteelt hét merk zijn met bewezen toegevoegde waarde voor de hele keten. Air So Pure heeft een grote naamsbekendheid. Ook hebben we veel aandacht gegenereerd voor de positieve effecten van planten in onze leefomgeving. Onze aanwezigheid op



airsopure.nl

Luchtzuivering door Air So Pure planten



AIR SO PURE BIJ PLANTION

Luchtzuiverende kamerplanten van Air So Pure zijn via Plantion webshop direct bij de kweker te bestellen. Ze komen niet voor de klok, een bewuste keuze. Ronald van Schie: “Wij investeren graag in langdurige relaties met onze klanten. Samen stemmen we af hoe we de meerwaarde van de luchtzuiverende groenmakers zo goed mogelijk bij de consumenten onder de aandacht krijgen. Om het verhaal te ondersteunen, ontwikkelen we ook presentatiemiddelen en adviseren we bloemisten over de inrichting van hun winkel.”

Kamerplanten van Air So Pure bestel je via shop.plantion.nl

BLOEM-O-MAAT VOOR BLOEMISTEN

Bloemisten die inkopen bij Plantion en/of lid zijn van VBW kunnen via Tops Vending een Bloem-O-Maat aanschaffen. Een vendingmachine zorgt op een vernieuwende manier voor extra verkoopmomenten, ook buiten openingstijden, en een efficiënte personele inzet. De bloemenautomaat past goed bij het gemak en ‘24/7’ waar vooral jongere generaties consumenten naar op zoek zijn. Met een vendingmachine investeert de bloemist in de toekomst.



Bekijk de mogelijkheden op plantion.nl/vendingmachine

DONATIE VOOR KIKa

In het restaurant van Plantion staat een uniek kunstwerk van Theo van Dalen uit Zevenaar: een stoel, gemaakt van het hout van een dode knotwilg. Theo stelde 'De Zetel' beschikbaar voor KiKa, de organisatie die zich inzet voor onderzoek en behandeling van kinderkanker. Sjanne Schouls, van GroenRijk Zevenaar, organiseerde een veiling. Plantion bracht het hoogste bod uit, het bedrag werd overgemaakt naar KiKa.

www.kika.nl



BIOLOGISCHE SIERTEELT VERGADERT BIJ PLANTION



Kees van Veluw

In januari hield de vereniging Biologische Sierteelt Nederland haar algemene ledenvergadering bij Plantion. De vereniging is in 2024 opgericht door Geert op 't Hof en telt inmiddels meer dan vijftig leden. Biologisch telen zit in de lift en wordt ook ondersteund door Plantion, onder meer met een 'bio-blok'

op de klok. Na de vergadering hield Kees van Veluw, oud-docent aan de Wageningen Universiteit, een lezing over permacultuur en hoe gewassen elkaar ondersteunen in weerbaarheid.

biologischsierteelt.nl



MARISKA MAASSE HOOFD RELATIE-BEHEER PLANTION

Sinds januari 2025 geeft Mariska Maasse (28) leiding aan de afdeling Relatiebeheer bij Plantion. Hiervoor was zij projectcoördinator. In de nieuwe afdeling zijn de voormalige teams Acquisitie en Aanbodsmanagement ondergebracht. Dit past in de nieuwe matrixorganisatie, waarin verschillende disciplines samen werken aan klantgerichte dienstverlening. Mariska wil de afdeling op poten zetten, structuur brengen in het bezoeken van relaties en Power BI inzetten om vraag en aanbod beter op elkaar af te stemmen.



Wendy Rothman

Ferry van Roekel

FLORAL PROFIT 'MAKKELIJK MEER RENDEMENT!'



Albert Haveman

'IEDERE BLOEMIST HEEFT BAAT BIJ FLORAL PROFIT'

Ferry van Roekel deed vorig jaar met nog enkele bloemisten mee aan een pilot van Floral Profit. Eerst had hij wat twijfels, maar al snel werd hij enthousiast en zag hij de toegevoegde waarde van de gebruiksvriendelijke app. "Hoge kosten zijn onze grootste uitdaging, dus is het belangrijk dat je kunt zien wat je feitelijke marge is."

Twee dagen in de week gaat om 03.15 uur de wekker van Ferry van Roekel af, om op tijd in Ede op de klok te zijn. Een derde dag koopt hij via KOA. Plantion is al jaren de plek waar hij bloemen en planten inkoopt voor Bloem en kado Hassink.

Voordat Ferry en zijn compagnon Wendy Rothman in 2018 de zaak in het centrum van Zelhem overnamen, werkten ze allebei ruim twintig jaar voor de vorige eigenaar. De twee

kunnen lezen en schrijven met elkaar. Ferry doet de inkoop en de binderij, Wendy de winkelstyling en de verkoop.

Voor elke portemonnee

Die taakverdeling werkt goed. Hun winkel biedt een royale keus aan snijbloemen, kamerplanten, vazen en andere decoratie. Buiten staan rondom tuinplanten. Wendy: "Ons motto is 'veel keuze, voor elke portemonnee'. We zijn er voor mensen die speciaal

vanuit Varsseveld, Doetinchem of Ruurlo hierheen komen, maar net zo goed voor de bewoners van het verzorgingshuis hier vlakbij." Ferry: "Onze winkel past bij het dorp."

Inzicht in marge

Vorig jaar werd Ferry door Albert Haveman benaderd of hij wilde meedoen aan een pilot met Floral Profit. Eerst vroeg hij zich af of de app nuttig voor hem was. Zou het niet meer kosten dan het oplevert? Maar inmiddels zijn de twijfels als sneeuw voor de zon verdwenen. "Het is belangrijk om te weten wat een product feitelijk kost", legt Ferry uit. "Het bedrag op de klok zegt lang niet alles. Bij kleine aantallen zijn bijvoorbeeld de transactiekosten in verhouding hoger dan bij grote aantallen. De app maakt dat soort

dingen visueel. Je ziet heel feitelijk wat je marge is."

Makkelijke app

In het begin moest Ferry nog even uitvinden hoe hij Floral Profit het beste kon gebruiken. "Ik koop veel verschillende producten op de klok. Tussendoor is er dan niet veel tijd om op je mobiel de app bij te werken. Beter is om het direct na afloop te doen, als je toch even op je producten moet wachten. De app werkt heel makkelijk en je kunt ook meteen een mailtje naar de winkel sturen."

De kosten van het abonnement waren ook geen obstakel. Ferry: "In de praktijk komt het neer op 5 euro per keer dat ik inkoop. Dat halen we er dubbel en dwars uit, doordat we nu een goed inzicht hebben in kosten en marge. Daarom denk ik dat iedere bloemist baat heeft bij Floral Profit."

bloemenkado-hassink.nl

Floral Profit is een innovatie van softwarespecialist Albert Haveman. Albert heeft brede ervaring in de sierteeltsector, met internationale projecten en implementaties van software. Hij voerde als ZZP'er projecten uit voor Plantion. Van daaruit ontstond het contact met een pilotgroep van vijf bloemisten. Plantion heeft Albert vervolgens geholpen bij het in contact komen met bedrijven en organisaties in de branche.

Wat is het? "Floral Profit geeft real-time inzicht in je marge en ondersteunt je bij het maken van de prijslijst. De gebruiksvriendelijke tool is beschikbaar via een app op je mobiel of tablet en ook via je PC."

Wat is de toegevoegde waarde? "Het unieke van Floral Profit is dat je op een eenvoudige manier je marges over-eind kunt houden. Je stuurt op harde cijfers in plaats van gevoel en laat geen geld op tafel liggen."

Hoe werkt het? "De app verwerkt al je inkoop en berekent direct de werkelijke kostprijs per stuk. Als onderdeel van je dagelijkse routine koppel je de ingekochte partijen aan je prijslijst, die je vervolgens met één druk op de knop print of naar je winkel verstuurt."

Wat kost het? "Er zijn twee opties. Een jaarabonnement kost 49 euro per maand. Een maandelijks opzegbaar abonnement kost 59 euro. Leden van VBW kunnen hiervoor ook hun ondernemersbudget inzetten. Floral Profit is beschikbaar voor alle inkopers van bloemen en planten."

Wat levert het op? "Met hooguit tien minuten werk per keer haal je op jaarbasis al gauw duizenden euro's meer rendement!"



Interesse of meer informatie? Neem contact op met Albert Haveman: 06 20701120. Of scan de QR-Code en vraag de demo aan.

MARGINPAR GELOOFT IN DE KRACHT VAN STORYTELLING

Dat het bij Marginpar draait om bijzondere bloemen, zie je meteen bij binnenkomst op het hoofdkantoor in Aalsmeer. Soorten als Craspedia Paintball™ Pop en Clematis Amazing® Kansas hangen in kleine vaasjes als trofeeën aan de muur. Mooi in hun eenvoud.

“Wist je dat uit onderzoek blijkt dat echt elke vrouw een glimlach op het gezicht krijgt bij het zien van een boeket?”, steekt Helena van Achterberg van wal. Zij is de Brand Manager van Marginpar. “Bloemen wakkeren positieve gevoelens aan in de hersenen. Hoe bijzonder!” Helena is overtuigd van de kracht van bloemen en deelt die boodschap graag met bloemisten over de hele wereld.

Afrika

Eind jaren tachtig vestigde Marginpar zich als een van de eerste Nederlandse bloemenkwekers in Zimbabwe. Inmiddels omvat de Marginpar Group tien locaties in Kenia en Ethiopië en telen zeven partnerbedrijven in Zimbabwe en Tanzania exclusief voor Marginpar. Het nieuwe, volledig CO₂-neutrale hoofdkantoor in Aalsmeer heeft een Flower Lab voor kwaliteitscontroles, een logistieke hal



met verschillende temperatuurzones, een robot die razendsnel fusten verwerkt en een directe productstraat naar Royal FloraHolland. Jaarlijks verwerkt Marginpar zo'n driehonderd miljoen stelen van honderd verschillende variëteiten zomerbloemen met een constante kwaliteit. Daarvan gaat ook dagelijks aanbod naar Plantion. Nog steeds komen er nieuwe variëteiten snijbloemen bij. Helena: “Dat vraagt veel tijd, kennis en doorzettingsvermogen.”

Duurzame ambities

Door de kwekerijen volledig FS-

compliant te certificeren en duurzame ambities nóg verder te dragen, kan Marginpar in Afrika duurzaam produceren. Helena: “Onze kwekerijen zijn gecertificeerd op het gebied van milieu, sociaal en regelgeving met MPS A, SQ, GAP en KFC Silver. Ik benoem dit vaak als ik bloemisten tegenkom omdat er veel onduidelijkheid is: wat houdt het nu eigenlijk allemaal in? Uiteindelijk komt het neer op vertrouwen. Dat we het goed doen op alle vlakken.”

Het verhaal vertellen

Aan enthousiasme ontbreekt het Helena niet. Met een achtergrond in de mediawereld heeft ze een extra

zintuig om mooie verhalen en beelden te verzamelen. “Voor onze socials zijn we met een professionele film crew langs onze kwekerijen gegaan. Hierdoor beschikken we over een prachtige videoserie waarin we mensen meenemen langs de bloemenvelden. Daarbij vertellen we ook het verhaal achter de bloemen. Bijvoorbeeld hoe we samenwerken met veredelaars of hoe we de grond gezond houden en daarmee sterke bloemen kweken. Dit jaar gaan we via LinkedIn nog dieper in op onze duurzaamheidsreis. Een ander paradepaardje is ‘The Story of M’, onze eigen glossy met interviews en inspirerend beeldmateriaal van bloemwerken, gemaakt door floral designers van over de hele wereld. Wij geloven echt in de kracht van storytelling en geven Marginpar daar een gezicht mee.”

marginpar.nl



Benieuwd naar de verhalen van Marginpar? Scan de QR-Code.

Samen met Plantion

Marginpar werkt samen met Plantion om het contact met aanvoerders en klanten actief te onderhouden. Zo is het bedrijf regelmatig aanwezig tijdens Meet & Greets in Ede. Vorig jaar sponsorde Marginpar bloemen voor het uitvaartevent in Groothandelscentrum Plantion. Bloemisten bezochten het bedrijf in het voorjaar van 2024. Tijdens de regiobijeenkomst Noord-Holland kregen aanvoerders van Plantion een rondleiding op het hoofdkantoor. Er is ook een Marginparmix samengesteld, die exclusief bij Plantion voor de klok komt. Helena: “Het gaat om fusten met een gemixt aanbod, speciaal voor bloemisten die met kleinere aantallen werken. Opbrengsten hiervan gaan naar de Marginpar Foundation, waarmee we onze community's in Afrika helpen om de kwaliteit van leven te verbeteren.”



Exclusief voor de klok van Plantion: de Marginparmix.

Tips van Helena

Marginpar is een grote speler en daardoor misschien niet te vergelijken met veel andere groenprofessionals. Maar Helena van Achterberg geeft toch graag wat tips over hoe telers de kracht van bloemen en planten kunnen vertalen naar de klant. “Kwekers werken hard en denken zelf misschien niet meteen aan marketing. Probeer daar toch ruimte voor te

maken en zet er zo mogelijk iemand fulltime op. Ook stagiairs kunnen van betekenis zijn. Een kweker die met zijn neus bovenop het werk zit, ziet het misschien na een tijdje niet meer. Maar verhalen zijn overal te vinden en dat is precies waar de klant op zit te wachten. Die wil namelijk weten waar producten vandaan komen. Laat dat verhaal dan ook zien.”



HORTENSIAKWEKER

EN VICEVOORZITTER VAN PLANTION

Zacht uitgedrukt waren de afgelopen jaren nogal hectisch voor Mickey Hogervorst. Kort nadat hij in december 2019 bestuurslid van Plantion werd, brak de pandemie uit. Datzelfde jaar begon hij op zijn kwekerij in Stompwijk ook met de omschakeling van rozen naar snijhortensia.

In de bedrijfskantine schenkt vader Aad Hogervorst een bakje koffie. Gezellig even bijpraten. Als Mickey tien minuten later binnenkomt, moet hij lachen. "We hebben hiernaast een mooie kantoorruimte, maar eigenlijk zitten we altijd hier. Is toch een stukje nostalgie, op deze plek is Aad begonnen." De familie Hogervorst komt uit Oude Leede, bij Berkel en Rodenrijs. Aad kocht vijftig jaar geleden in Stompwijk een hectare grond en begon daar met rozenteelt. In het begin deed hij er nog chrysantenstekken naast, maar al snel richtte hij zich helemaal op de rozen. Frisco, Belinda en Jack Frost waren de eerste soorten, weet hij nog. Zijn bedrijf Royal Roses was vanaf het begin innovatief. Aad: "Als een van de eerste rozenkwekers gingen wij belicht telen."

Kleinschalige veiling

Rond de eeuwwisseling kwam zoon Ronald in het bedrijf en werd grond van de burens bijgekocht. De kleine 'kas van Aad' maakte plaats voor een grotere. In 2007 kwam andere zoon Mickey ook aan boord. De rozenteelten veranderden: van

Madelon naar First Red en van Passion naar Red Naomi. Allemaal rode soorten. Aad: "Daarvoor was de grootste markt." Na jaren op Naaldwijk te hebben geveild, stapte Royal Roses over naar het kleinere Tele Flower Auction (TFA). Toen TFA in 2010 opging in FloraHolland zocht Royal Roses een vergelijkbare kleinschaligheid. Mickey: "We deden maar een deel van onze productomzet in Ede, maar we kozen er toch voor om lid te worden van Plantion. Vanwege de persoonlijke benadering en de kortere lijnen."

'We luisteren goed naar onze leden en kopers'

Royal Hortensia

In 2018 besloot het familiebedrijf ook Hortensia's te gaan telen. Aad: "We wilden het risico spreiden. Rozen kweken kost veel energie, arbeid en inspanning. Daarbij was er veel concurrentie in Nederland en kwam ook Afrika opzetten." In 2023 werden de laatste



Aad Hogervorst

hectaren in Stompwijk omgeschakeld. Royal Roses heet nu Royal Hortensia. Mickey: "We telen achttien verschillende Hortensiasoorten, bij elkaar ruim 1,7 miljoen stelen per jaar. De teelt is voor 95 procent biologisch, een UV-C-robot doodt de schimmels op het blad en in de knop. Alleen in het voorjaar en incidenteel moeten we nog beperkt aan plaagbestrijding doen. Onze kassen verwarmen we met een warmtekrachtkoppeling."

Andere dynamiek

Aad is officieel met pensioen, maar voert nog dagelijks hortensia's aan op Plantion. Hij voelt zich er thuis. Dat geldt ook voor Mickey, die in december 2019 bestuurslid van de coöperatie werd. "René Willemsen



Mickey Hogervorst

was net voorzitter geworden, André van Kruijssen kwam terug uit Brazilië en de pandemie brak uit, waardoor we snel allerlei beslissingen moesten nemen. Er was veel dynamiek en ik ging daarin mee. In korte tijd leerde je elkaar goed kennen." Terugkijkend op alweer vijf jaar coöperatiebestuur is 'vernieuwing' het eerste dat hem te binnen schiet. Mickey: "André is bevlogen en ondernemend, een echte bouwer. Veel vernieuwingen zijn onzichtbaar, zoals een nieuw kloksysteem en Power BI. Maar het zijn wel noodzakelijke stappen. Het is de basis voor de toekomst."

Goed luisteren

Als bestuurslid zegt hij de verantwoordelijkheid voor alle leden te voelen. "Het gaat erom dat je in ieders belang goede beslissingen neemt. Daar praten we binnen het bestuur over, maar nog belangrijker is dat we luisteren naar de leden en kopers. We zitten er redelijk dicht op. Neem de verplichte certificering. De vragen daarover snappen we goed, maar het is echt nodig. We zorgen ervoor dat aanvoerders daarin goed begeleid worden. We hebben iedereen hard nodig."

Beter promoten

De negatieve berichtgeving over de sierteelt is Mickey Hogervorst een doorn in het oog. Tegelijkertijd is hij realistisch: "Sierteelt Nederland heeft nog een grote stap te zetten. Telers zijn van oudsher zuinig op de centjes, maar we moeten gewoon investeren in duurzaamheid. Vervolgens moeten we ons product ook veel beter promoten. Wat dat betreft kunnen we een voorbeeld nemen aan de boeren, met hun drie- en viersterren stallen. Die kant moeten wij ook op."

royalhortensia.nl



NIEUW BESTUURSLID: MAURITS VAN DEN AREND

Op de ALV van afgelopen december namen we afscheid van ons zeer gewaardeerde bestuurslid Marc Cleophas. Marc stopt als kweker, waardoor er na zeven jaar helaas ook een eind komt aan zijn lidmaatschap van Plantion. Gelukkig zijn we erin geslaagd een opvolger te vinden, in de persoon van Maurits van den Arend. Maurits woont en werkt in Klazienaveen waar hij met zijn bedrijf Patio Plants kuisplanten kweekt. Hij voerde al aan op Plantion en zes jaar geleden werd hij ook lid van de coöperatie. Maurits heeft een goed gevoel bij Plantion en dat hebben wij ook bij hem. Toen we hem benaderden om in het bestuur te komen, moest hij daar even over nadenken: "Wat kan ik toevoegen en heb ik er tijd voor?" We zijn blij dat hij uiteindelijk ja heeft gezegd en verheugen ons op een mooie samenwerking.

WILLEM OP 'T HOF IN RAAD VAN DE TOEKOMST

Onlangs is Willem Op 't Hof (22) bij Plantion toegetreden tot de Raad van de Toekomst. Willem kwam in 2022 bij zijn vader Geert in het bedrijf. Kwekerij Op 't Hof is een biologische snijbloemenkwekerij in Nederhemert. Willem: "Ik vond het leuk dat André en Ellis mij hiervoor vroegen. Je komt toch iets meer te weten over Plantion. Het liefst werk ik op het land, maar het is ook goed om andere dingen te leren en mee te denken over de toekomst."

Ben jij een jonge kweker en wil je ook meedenken over de toekomst van Plantion en de sierteelt? Neem contact op met Maarten Schouls: maartenschouls@plantion.nl



VOORSTEL HOGER MAXIMUM LEDENLENIING

Plantion heeft een voorstel uitgewerkt om de leden-/aanvoederslening aan te passen. Manager Financiën Manon Janssen: "Bedrijven hebben altijd een financieringsbehoefte en dat geldt ook voor Plantion. We willen investeren om onze missie 'Vernieuwen, Verbinden & Inspireren' te kunnen vervolgen. De financiering willen we het liefst met onze eigen leden doen. Vandaar dit voorstel. Ten eerste willen we het maximumbedrag van de ledenlening verhogen van 30 naar 75 duizend euro. Ook willen we de voorwaarden van vrijwillige lening beter laten aansluiten bij de voorwaarden van de ledenlening. Verder is de bestaande participatie-regeling achterhaald en stellen we voor die te laten vervallen."

In de Algemene Ledenvergadering van 3 juni wordt dit voorstel ter goedkeuring aan de leden voorgelegd. Heb je hier vragen over? Stuur een mail naar cooperatie@plantion.nl.

Hoe werkt de ledenlening?

De leden-/aanvoederslening is een achtergestelde lening van leden en gastleden aan Plantion. Het werkt als volgt. Plantion houdt standaard 1 procent in van de productomzet die (gast) leden via Plantion maken. Elk jaar wordt na goedkeuring van de ALV het ingehouden bedrag (een jaarlaag) toegevoegd aan de lening. Een jaarlaag valt na tien jaar vrij en wordt dan teruggestort naar het (gast)lid. De ledenlening is op dit moment maximaal 30 duizend euro; ingehouden gelden daarboven worden teruggestort. Over de lening wordt jaarlijks een rente vergoed.

Gek op GROEN

LENTE 2025

BRENG JE TUIN TOT LEVEN!



HOTSPOT
DE KEUKENHOF



ZO MAAK JIJ EEN PRACHTIGE PLANTENBAK!

ONTDEK,
ERVAAR EN
GENIET!



IN GESPREK MET
IVO PUTMAN



BINNENKIJKEN | HOTSPOTS | TRENDS

Stylen met bloemen en planten

Ben je klant van Plantion?
Bestel gratis exemplaren van dit katern voor je klanten (tot 6 april 2025).
Scan de QR-code om aan te vragen.



LENTE HOTSPOT



VIER DE LENTE IN KEUKENHOF: een paradijs voor bloemenliefhebbers!

Ben jij een grote bloemen- en plantenliefhebber? Dan mag een bezoek aan Keukenhof niet ontbreken op je lijstje! Dit lentepark in Lisse is dé plek om het voorjaar te vieren. Meer dan 7 miljoen tulpen, hyacinten en narcissen geven je het ultieme lentegevoel.

In 2025 is Keukenhof geopend van donderdag 20 maart tot en met zondag 11 mei.



KOM IN DE KAS: 5 & 6 april 2025

Altijd al nieuwsgierig geweest naar wat er zich in de glazen kassen van Nederlandse telers afspeelt? Zet dan zaterdag 5 en zondag 6 april 2025 in je agenda! Tijdens Kom in de Kas openen meer dan honderd glastuinbouwbedrijven hun deuren. Een unieke kans om eens met eigen ogen te zien wat er groeit en bloeit in de kassen en te ontdekken hoe onze bloemen, planten en groenten worden geteeld!

Meer weten?
Scan de QR code!



Hoe mix je

EEN PLANTENBAK?

Verschillende planten bij elkaar zorgen voor een prachtige, gevarieerde uitstraling. Hoe maak je van jouw plantenbak een echte blikvanger?

HIER ONZE TIPS!

- **Kies een thema** Ga voor mediterrane, kleurrijk of bijvoorbeeld een jungle-look.
- **Combineer** Hoge eyecatchers, middelhoge vullers en hangende planten zorgen samen voor een speels effect.
- **Houd rekening met zon en water** Kies planten met dezelfde licht- en waterbehoefte.
- **Werk met kleuren** Combineer harmonieuze tinten of contrasterende kleuren voor een opvallend geheel.
- **Gebruik goede grond** Voeg potgrond, hydrokorrels en mest toe voor gezonde groei.
- **Onderhoud** Verwijder uitgebloeide bloemen, geef water en voeg extra voeding toe.



Scan hier voor meer inspiratie & maak kans op een plantenpakket!



VIJF VRAGEN AAN Ivo Putman

WIE Ivo Putman is tuinexpert en presentator van het TV programma De Grote Tuinverbouwing

1 WAT IS JOUW FAVORIETE VOORJAARSBLOEIER EN WAT ZIJN DE TRENDS VOOR 2025?

'Ik heb veel favorieten, maar de Magnolia stellata heeft mijn hart gestolen. Groen is hotter dan ooit. Tuinen worden steeds groener en dat brengt zoveel sfeer!'

de balans klopt. Dus bomen, struiken en bodembedekkers in de juiste verhouding. Diversiteit zorgt voor een perfecte sfeer!

4 WAT ZIJN MOOIE KLEUR- COMBINATIES IN EEN VOORJAARSBORDER?

'Voorjaarsbloeiers zijn vaak paars, geel, roze of wit. Die kleuren werken uitstekend samen en zorgen voor een levendige en harmonieuze border.'

2 HEB JE EEN TIP VOOR MENSEN DIE HUN TUIN WILLEN VERGROENEN?

'Begin klein, bijvoorbeeld door een stukje tuin tegelvrij te maken. Haal de oude grond eruit, voeg verse aarde toe en plant wat leuke groene planten.'

5 WELKE PLANTEN DOEN HET GOED IN EEN POT?

'Ik kies altijd voor planten die lang bloeien, zoals zomer- of herfstbloeiers. Zo kun je genieten van een prachtige potplant die je na de bloei gemakkelijk vervangt.'

3 WELKE PLANT IS VOLGENS JOU ONMISBAAR IN ELKE TUIN?

'Elke tuinliefhebber heeft andere wensen, maar belangrijk is dat



Meer tips van Ivo?
Scan de QR-Code!



5 TIPS voor een groene tuin

Wil je een tuin die niet alleen mooi is, maar ook vriendelijk is voor de natuur? Een groene tuin is dé trend van 2025! Natuurlijke tuinen zijn een lust voor het oog, vragen minder onderhoud en trekken vogels, bijen en vlinders. Met deze 5 tips maak je eenvoudig een duurzame, diervriendelijke tuin.

- 1 VERVANG JE TEGELS** Een betegelde tuin is praktisch, maar niet ideaal voor de natuur. Wanneer je tegels vervangt door gras, planten of bloemen trekt het regenwater makkelijker in de grond. Ook fijn: je tuin is levendig en blijft koeler in de zomer!
- 2 PLANT INHEEMSE SOORTEN** Inheemse planten zoals lavendel, veldbloemen en klaprozen, passen perfect bij het Nederlandse klimaat. Ze hebben minder verzorging nodig én zijn onweerstaanbaar voor bijen en vlinders.
- 3 SLIM MET WATER** Met een regenton vang je regenwater op voor je planten. Kies ook voor planten die tegen droogte kunnen en zich prima redden met weinig water, zoals sedum of lavendel.
- 4 KIES BIOLOGISCHE BLOEMBOLLEN** Bloembollen met keurmerken zoals EKO of BIO zijn volledig geteeld met natuurlijke beschermingsmiddelen. Zomerbollen zoals dahlia's, gladiolen en lelies plant je vanaf half mei, na de nachtvorst. Ze zorgen voor een kleurrijke tuin vol leven!
- 5 LOK DIEREN NAAR JE TUIN** Een groene tuin is pas echt compleet als ook dieren zich er thuis voelen. Hang een bijenhotel op, zet een vogelbadje neer of maak een schuilplek van takken voor egels.



Favorieten

VAN DIT VOORJAAR



1



2

Ken je deze soorten al?

1 Tulp

5 Narcis

2 Zonnehoed

6 Craspedia

3 Ranonkel

7 Lathyrus

4 Hyacint

3



4



7



6



5

‘KOM IN DE KAS BEREIKT EEN BREED PUBLIEK’

In oktober 2024 heb ik ja gezegd op de vraag of ik landelijk voorzitter van Kom in de Kas wilde worden. Ik zat al drie jaar in het bestuur en in die periode zag ik hoe belangrijk dit evenement is. Als glastuinbouwsector kunnen wij een positieve bijdrage leveren aan de uitdagingen van deze tijd. We hebben een mooi verhaal dat verteld moet worden. Het is daarbij wel belangrijk dat we een breed publiek bereiken. Kom in de Kas is een unieke kans om dit te doen.

Dertig jaar geleden begon ik samen met twee broers in ons familiebedrijf Van Duijn Aubergines. Sindsdien is er veel veranderd, maar de passie voor het product is onverminderd aanwezig. Tegenwoordig hebben we vier locaties in Zuid-West-Nederland en zijn we gefuseerd met auberginekweker De Jong. Onze producten worden onder de naam Purple Pride verkocht via Growers United. Doordat zij voor ons ook zaken op het gebied van marketing, financiën, ICT en kwaliteitszorg regelen, kunnen wij ons volledig richten op het verantwoord telen van de mooiste en lekkerste aubergines.

Ons product verkoopt zichzelf niet makkelijk. Je hebt een goed verhaal nodig om de consument te overtuigen en de verkoop te stimuleren. We laten zien dat aubergines een perfecte vleesvervanger zijn en dat je ze op verschillende manieren kunt bereiden: grillen, barbecueën, stomen en marineren. Met Kom in de Kas

kunnen we veel mensen hiermee kennis laten maken en dit laten beleven. Hetzelfde geldt voor bloemen en planten. Consumenten zien eens met eigen ogen waar de producten vandaan komen en hoeveel liefde en passie van de kweker daar bij komt kijken.

De woorden liefde en passie zeg ik niet zomaar. Enkele jaren geleden zijn we met Kom in de Kas een nieuwe weg in geslagen, met een nieuwe huisstijl en een nieuwe benadering van de doelgroep. We denken meer vanuit de ontvanger en benadrukken de positieve impact van onze producten voor de consument. Dit brengen we onder de aandacht met de langlopende campagne Groene Liefde.

Tot slot wil ik nog kwijt dat Kom in de Kas een evenement ‘voor en door de sector’ is. Het wordt grotendeels door de sector zelf betaald: vanuit de sierteelt via Royal FloraHolland en Plantion en vanuit de glasgroente via Dutch Produce Association (DPA). Plantion ondersteunde al jarenlang enkele regio’s en is sinds 2021 ook landelijk partner. Daar zijn we heel blij mee. Want hoewel we met veel vrijwilligers werken, is er voor een professionele organisatie toch een bepaald budget nodig. Het is daarom fijn dat we op deze ondersteuning kunnen rekenen.

Rob van Duijn
Landelijk voorzitter Kom in de Kas



Rob van Duijn

‘We hebben een goed verhaal nodig om de consument te overtuigen’

komindekas.nl

'DOOR CERTIFICERING VERGROOT JE JOUW EIGEN MARKT'

In 2024 maakte Royal FloraHolland bekend dat alle aanvoerders uiterlijk 1 januari 2027 gecertificeerd moeten zijn volgens de eisen van Floriculture Sustainability Initiative (FSI). Plantion sluit zich hierbij aan. Vooral kleinschalige kwekers hebben vragen, projectleider Daniëlle van Heijningen beantwoordt de belangrijkste.

1 Waarom moeten aanvoerders zich laten certificeren?

"Als sector moeten we een antwoord hebben op de eisen vanuit Brussel en Den Haag en op kritische geluiden uit de samenleving. De productie van bloemen en planten heeft een bepaalde impact, waarover je verantwoording moet afleggen. Zoals je van een spijkerbroek ook wilt weten hoe het zit met milieu en arbeid. Met certificering toon je aan dat je voldoet aan de overheids-eisen. Ook grote retailbedrijven vragen om gecertificeerde bloemen en planten."

2 Voor welke aanvoerders geldt de verplichting precies?

"Voor alle kwekers die producten aanvoeren op Royal FloraHolland en/of Plantion. De meeste grote aanvoerders zijn al gecertificeerd, veel kleinschalige telers nog niet. Driekwart van de omzet bij Royal FloraHolland voldoet op dit moment aan de FSI-eisen, dus we zijn er nog niet."

3 Hoe hard is de datum 1 januari 2027?

"Met kwekers die dan niet gecertificeerd zijn, wordt contact

opgenomen. Zij krijgen de kans om alsnog te certificeren."

4 Hoe en waar moet een kweker zich certificeren?

"Kwekers moeten zich aanmelden bij een certificaathouder die certificaten aanbiedt die in het 'mandje' van FSI vallen. Bijvoorbeeld MPS en GLOBAL GAP. De drie pijlers van FSI zijn milieu, good agricultural practice (GAP) en sociale omstandigheden. Nederland wordt aangemerkt als niet-risicoland. Dat betekent dat bij binnenlandse productie op dit moment alleen naar de eerste twee pijlers wordt gekeken."

5 Certificering kost tijd en geld, levert het ook iets op?

"Ik kom vaak kwekers tegen die zeggen dat niemand naar een certificering vraagt. Maar dat is een misvatting, want zij weten niet hoe vaak ze worden gepasseerd. Door certificering vergroot je jouw eigen markt. Je hebt meer kans op een opdracht of afzet via de klok. Bloemisten met het keurmerk Barometer Duurzame Bloemist kopen bijvoorbeeld hoofdzakelijk gecertificeerde producten in."



PAUL HEIJMINK AANSPREEKPUNT

Voor aanvoerders die met certificering beginnen of daar al mee bezig zijn, is Paul Heijmink binnen Plantion het aanspreekpunt.

Heb je vragen? Mail naar paulheijmink@plantion.nl of bel 06 10621862. Hij helpt je graag!

6 Hoe wordt het makkelijker gemaakt voor de kleinschalige kweker?

"Aanvoerders met een veilingomzet tot 250 duizend euro per jaar kunnen gebruik maken van een aangepast schema om te voldoen aan de FSI-eisen. Alleen essentiële zaken staan daarin, zoals eisen rondom meststoffen, bemesting en gewasbeschermingsmiddelen, maar ook sociale eisen zoals veiligheid en hygiëne in het bedrijf. Ook zijn milieu, GAP en sociaal samengevoegd in één schema. De kweker hoeft maar één document aan te maken. Een andere aanpassing is dat er niet jaarlijks, maar eens in de drie jaar wordt gecontroleerd."

7 Op welke manier wordt de kweker hier verder in begeleid?

"Samen met Plantion hebben we een voorbeelddocument gemaakt, waarin veel zaken zijn uitgeschreven. Daarmee kan de kweker snel en makkelijk een document voor zijn eigen situatie opstellen, zonder adviseur. Per jaar is het hooguit een dag werk."

'WE ZIJN KWEKER, GEEN BOEKHOUDER'



Patrick van Koolwijk is een kleinschalige kweker in Velddriel. Zijn vaste planten voert hij aan bij Plantion. Zoals bij veel collega-kwekers viel de certificeringsplicht hem aanvankelijk rauw op het dak. Inmiddels begrijpt hij de noodzaak.

Patrick is een trouwe en betrokken aanvoerder van Plantion. Omdat hij ook producten moet inkopen voor zijn twee bloemenwinkels is hij bijna elke dag wel in Ede te vinden. Vanuit die relatie dacht hij vorig jaar december mee over een aangepast schema voor kleinschalige kwekers. Patrick: "Iemand van MPS kwam bij mij langs. Samen hebben

niet te beroerd om in kaart te brengen welke gewasbeschermingsmiddelen ik gebruik, waar ik mijn potgrond vandaan haal en hoeveel energie ik verbruik. Maar er moeten niet allemaal dingen bijkomen. We zijn kweker, geen boekhouder."

Aanspreekpunt

Inmiddels is hij een stuk positiever en ziet hij de noodzaak: "Als we een korte, begrijpelijke vragenlijst en een aanspreekpunt bij Plantion krijgen, dan kan ik er wel mee leven. Het moet gewoon allemaal niet te gek worden. Kweken is ons vak, onze passie. Dat doen we op een verantwoorde manier en dat willen we blijven doen."

'Met een korte, begrijpelijke vragenlijst kan ik er wel mee leven'

we een hele dag wel tien pagina's vol regeltjes doorgenomen, om te kijken of die van toepassing waren voor kleinschalige kwekers. Ik werd er niet vrolijk van." Patrick was 'anti' en hij was lang niet de enige. "Ik werd overspoeld met boze uitspraken van collega-kwekers. Zelf ben ik echt

f Patrick van Koolwijk Bloemen en Planten

'Voor kleinschalige aanvoerders is er een aangepast schema'



Daniëlle van Heijningen

HANS SCHOLTEN

GEEFT STOKJE DOOR

Bij Veiling Vleuten vertegenwoordigde Hans Scholten al de klokkopers. Na de oprichting van Plantion werd hij ook meteen voorzitter van de Commissie van Handel. Dit voorjaar gaf hij het stokje door aan Mark Kalberg. Een terugblik.

'Plantion is echt mijn wereldje geworden'



Wanneer is je liefde voor de veiling geboren?

"In de schoolvakanties ging ik al met mijn vader mee naar de veiling. Hij had een bloemenzaak in Soest en was commissionair. Na militaire dienst twijfelde ik tussen verder studeren of werken. Ik ben toen in de zaak gegaan. Met mijn vrouw Mirjam heb ik vervolgens Jasmijn Bloemen en later Scholten Bloemen overgenomen."

Waarom werd je in Utrecht voorzitter van de koperscommissie?

"Als kopers hadden we aandelen in Veiling Vleuten, waardoor we zeer betrokken waren. Ik vond het leuk het voortouw te nemen. Toen de veiling uit Utrecht weg moest, dacht ik mee over mogelijke locaties en over de inrichting van de nieuwbouw in Ede."

Hoe kijk je terug op je tijd als commissievoorzitter bij Plantion?

"Eerst waren er echt twee bloedgroepen: Utrecht en Bemmelen. Dat is voorbij. Wel hebben we veel kopers met uiteenlopende belangen. Ik heb mijn best gedaan iedereen te vertegenwoordigen. Het was fijn dat ik altijd bij André of Guus kon binnenlopen en ook het contact met het bestuur was constructief. Plantion is echt mijn wereldje geworden."

Waar ben je trots op?

"Op het gebouw van Plantion. We hebben hier de mooiste veiling van Nederland! Het contact met aanvoerders was ook echt mijn ding. We zijn vaak met kopers naar kwekers geweest. Dat werd gewaardeerd en zorgde voor begrip. Verder stond ik aan

de wieg van het Kopers en Kwekers Platform op Facebook."

Waarom moet de fysieke klok blijven?

"De mooie niche is dat we hier bij Plantion zelf nog kunnen schouwen. Op een tablet is de productbeleving toch anders. Daarnaast zullen kopers ook van de online diensten van Plantion gebruik moeten maken. Met alleen maar op de tribune zitten, red je het niet meer."

Hoe kijk je naar de uitdagingen van deze tijd?

"Rendement is je grootste zorg. Daarom ben ik blij met Floral Profit, waarmee je dagelijks inzicht hebt in je marges en makkelijk je prijslijsten kunt maken. Duurzaamheid is ook een uitdaging. Overheden en bedrijven stellen eisen en ook de consument is kritisch. Maar bloemen en planten geven nog steeds emotie. Als je daar jouw passie als ondernemer aan koppelt, heb je een positief verhaal richting klanten."



Mark Kalberg

NIEUWE VOORZITTER

Mark Kalberg volgde dit voorjaar Hans Scholten op als voorzitter van de Commissie van Handel. Naast Hans zijn ook Jaco de Mooij en Chris Derksen uit de commissie gegaan. Hun opvolgers zijn Ferry van Roekel (Bloem en kado Hassink, Zelhem) en Juliette van de Kolk (Tuincentrum de Wildernis, Achterberg).

**Heb je een vraag voor de Commissie van Handel?
Bel Mark Kalberg: 06 48614279**

JOS VAN ROOIJEN ENTHOUSIAST OVER DIGITALE BEMIDDELING

Het verhaal van Jos van Rooijen is bijzonder. In 1981 liep hij als veertienjarige jongen binnen bij Tuincentrum De Schouw in Houten met de vraag of ze een bijbaantje voor hem hadden. In 1994 nam hij het bedrijf over. Jos houdt van doorpakken. Toen Plantion begon over digitale bemiddeling, zag hij het meteen zitten. "Ik ben nu veel gericht bezig."



Gerard van Essen

Jos van Rooijen

In plaats van mondeling, telefonisch en met handschreven bonnen, koopt Jos zijn daghandel nu grotendeels in via digitale bemiddeling. Hij somt de voordelen op: "Altijd de beste kwaliteit, continuïteit in de producten en alles is kakelvers. Als ik vandaag voor twaalf uur bestel, staat het morgen hier op tafel."



Elkaar versterken

Voor zijn inkoop werkt Jos nauw samen met Gerard van Essen van Plantion bemiddeling. "Als Jos iets bestelt via onze webshop komt hij automatisch bij de juiste door ons geselecteerde kweker. We begeleiden het ordertraject en verzorgen de administratieve afhandeling. De samenwerking is gebaseerd op het vertrouwen dat je elkaar versterkt. Jos legt door ons makkelijker contact met kwekers en waar nodig geven we advies. Bijvoorbeeld: 'bestel maar twee van die palmbomen, morgen kan je er altijd nog één bij nemen'. We helpen elkaar echt."

Geld besparen

Volgens Jos is het online bestellen van daghandel op korte termijn soms wat duurder, maar levert het op termijn juist geld op. "Met bemiddeling ben ik altijd zeker van een optimaal aanbod. Mijn klanten kunnen altijd rekenen op een volle winkel met mooie planten en een zeer divers aanbod. Klanten zijn tevreden en als ze tevreden zijn, dan kopen ze ook meer. Uiteindelijk gaat het daar om." We lopen langs kamerplanten op lange tafels en tuinplanten op karren.

'Continuïteit in de producten en alles is altijd kakelvers'

Jos: "Hier staan dertig verschillende soorten. Als er tien op zijn, scan ik de kaart en bestel ik heel makkelijk digitaal bij. Vroeger deed ik het allemaal uit het hoofd en een beetje op gevoel." Nog een reden waarom er een besparing is op de lange termijn: doordat alles online gaat, staan alle

planten, aantallen, prijzen en (ver)koopfluctuaties goed geregistreerd. "In plaats van aanvoelen dat het wel goed zit, weet ik het nu zeker. Je bent veel gericht bezig en daarmee bespaar je geld."

Cultuuromslag

Is het een grote cultuuromslag, deze manier van online inkopen? Jos: "Op zich wel, maar alles is te leren en de voordelen zijn echt groot. Ik ben gewend te veranderen. De Schouw is de afgelopen jaren ruim vier keer zo groot geworden. We groeiden van 1.500 m² naar 8.000 m² plus parkeerplaatsen. We openden in 2018 ons nieuwe pand. Dat is bijna energieneutraal. Al het regenwater wordt opgevangen om de 6.000 verschillende planten van water te voorzien." Hij wil maar zeggen: een beetje doorpakken hoort er bij en als je wil groeien, moet je meebewegen.

Persoonlijk contact

Het contact tussen Plantion en De Schouw is digitaal, maar toch ook nog steeds persoonlijk. Jos: "Gerard en zijn collega's weten hoe ik ben, hoe ik werk en hoe ik mijn winkel wil hebben. Dat

'Plantion weet hoe ik mijn winkel wil hebben'

vind ik erg prettig." Het helpt ook dat hij nog drie keer in de week in Ede op de tribune zit. Hij koopt dan de mooie snijbloemen waar Tuincentrum De Schouw ook om bekend staat. Daarbij neemt hij meteen ook een aantal kamer- en tuinplanten mee die via digitale bemiddeling nog niet verkrijgbaar zijn. Jos is graag in Ede: "Dan heb ik effe

mijn loopie." Na afloop van de klok neemt hij meteen zijn online bestellingen mee naar Houten. De producten komen soms wel van tien verschillende kwekers uit het hele land. Plantion verzamelt die en zet ze klaar, zodat Jos alleen maar naar Ede hoeft te rijden. Hij heeft dertig medewerkers in dienst, maar maakt zelf nog steeds werkweeken van wel tachtig uur. "Geen enkel probleem", zegt hij lachend.

[tcdeschouw.nl](https://www.tcdeschouw.nl)

Meer weten over digitale bemiddeling?



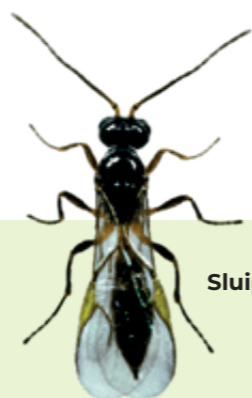
Mail naar klantenservice@plantion.nl of scan de QR

KOPPERT, SPECIALIST IN BIOLOGISCHE GEWASBESCHERMING

Het bedrijf Koppert in Berkel en Rodenrijs loopt wereldwijd voorop als ontwikkelaar van kennis en producten voor biologische gewasbescherming. Zeven vragen hierover aan sierteeltconsultant Stan van Steekelenburg.



Stan van Steekelenburg



Sluipwesp

1 Waarom is gewasbescherming in de sierteelt zo'n heikel punt?

“Dat heeft te maken met de extreem hoge schadedrempel. Als er honderd trips op een tomatenblad zitten, hoeft dat nog niet fataal te zijn. Maar een rozenknop met één tripschade is al niet meer verkoopbaar. Een bloemen- of plantenteler haalt daarom alles uit de kast om zijn gewas te beschermen. Chemische middelen zijn zeer effectief, alleen mogen die steeds minder gebruikt worden. Om goede redenen.”

2 Biologische gewasbescherming, wat houdt dat in?

“In de kern gaat het om het inzetten van natuurlijke vijanden voor de bestrijding van plagen. Tegen het gros van de plagen in de sierteelt hebben wij goed werkende middelen. Op macroniveau zijn dat roofmijten, sluipwespen, zeg maar alles met pootjes en vleugels. Op microniveau

gaat het om goedaardige bacterie- en schimmelpreparaten en aaltjes.”

3 Hoe effectief zijn die biologische middelen?

“Het doel van biologische gewasbescherming is om het gebruik van chemische middelen overbodig te maken, of in elk geval zo lang mogelijk uit te stellen. Dat is ingewikkeld, maar het kan tot op zekere hoogte.”

4 Waarom zijn biologische middelen nog geen gemeengoed in de sierteelt?

“Het is uitdagend. Ten eerste omdat de omstandigheden veranderen, waardoor je steeds naar nieuwe oplossingen moet kijken. Vroeger had je vooral in het voorjaar last van luizen, maar door de zachtere winters kun je nu het hele jaar populaties in je kas hebben. Daarnaast hebben we door de globalisering te maken met meer import van plantmateriaal en invasieve exoten. Bij

elke soort moet je onderzoeken welke natuurlijke bestrijders je kunt inzetten. Wat het ook ingewikkeld maakt, is de Europese regelgeving. Het duurt soms jaren voordat een biologisch bestrijdingsmiddel wordt goedgekeurd.”

5 Wat is realistisch en haalbaar voor telers?

“Met biologische middelen kun je een heel eind komen, maar het moet ook economisch rendabel zijn. Groentekwekers die overgaan naar biologische middelen krijgen subsidie, met het argument dat voedsel belangrijk is voor mensen. Siertelers krijgen niets. Onzin natuurlijk, want bloemen zijn ook belangrijk voor mensen. Bovendien geldt voor alle kwekers hetzelfde: ze telen een gewas en willen

daarmee een boterham verdienen. Om rendabel te kunnen kweken, zal het in de sierteelt daarom neerkomen op een combinatie van biologische en andere toegestane middelen.”

‘Zorg voor een goede balans in je kas’

6 Wat is jullie belangrijkste advies?

“Zorg voor een goede balans in je kas! Dan heb ik het over het complete plaatje van voeding, schimmels en insecten. Een plant heeft zelf ook afweermechanismen en zolang er niet te veel stressfactoren zijn, redt hij zich. Daarnaast is preventief scouten erg belangrijk. Hoe eerder je weet met welke plaaginsect je te maken hebt, hoe sneller je kunt anticiperen. Verder is het goed om naar rassen te kijken die minder vatbaar zijn voor schade-

lijke organismen. De markt vraagt misschien om bepaalde soorten en kleuren, maar daar ligt dan een mooie uitdaging voor veredelaars.”

7 Helpt certificering ook?

“Zeker. Veel kwekers zijn daar al mee bezig, mede door de bovenwettelijke eisen van grote afnemers zoals Lidl en Ikea. Voor die kwekers is het in grote lijnen een kwestie van administratief zichtbaar maken wat ze in de praktijk al doen. Verplichte certificering is voor de jongere generatie kwekers ook een stimulans. Zij zijn digitaal onderlegd en kunnen makkelijker uit de voeten met data-gestuurd kweken. Dat is allemaal gunstig voor de beweging richting biologische gewasbescherming.” ●



Scan de QR voor een video over het inzetten van roofmijten.

Over Koppert

In 1967 zocht en vond teler Jan Koppert voor het bestrijden van spint in zijn gewas een natuurlijke oplossing: de mijt. Zijn ontdekking zette een beweging in gang, richting duurzame landbouw. Het groeiende bedrijf werd voortgezet door zijn zoons. Tegenwoordig gebruiken wereldwijd telers en boeren de kennis en innovatieve producten van Koppert, om het natuurlijk evenwicht in hun gewassen te herstellen. Het ultieme doel waar Koppert naar streeft, is 100 procent duurzame landbouw. Hiervoor wordt samengewerkt met telers, partners, universiteiten, onderzoekscentra en overheidsinstellingen. Koppert is gevestigd in Berkel en Rodenrijs en is met dertig dochterondernemingen actief in meer dan honderd landen.

Weten wat Koppert voor jouw bedrijf kan betekenen? Mail naar Stan Steekelenburg: ssteekelenburg@koppert.nl of kijk op koppert.nl

VAN EAB NAAR FLORIDAY

WAT IS FLORIDAY?

Floriday werd in 2017 geïntroduceerd door Royal FloraHolland. Het bedrijf wilde een digitale transformatie doorvoeren om de sierteelt efficiënter en transparanter te maken. Doel van het platform is om processen te automatiseren, kosten te verlagen en handelsmogelijkheden te vergroten. Floriday zorgt inderdaad voor een verschuiving naar digitalisering. Tegelijkertijd geeft het centrale platform antwoord op vragen en eisen rondom duurzaamheid. Het platform maakt het complete aanbod inzichtelijk en laat zien aan welke sociale en milieuwetgeving de productie voldoet. Daarmee draagt Floriday bij aan de toekomst en het bestaansrecht van de sierteeltsector.

Wat zijn de voordelen?

Kwekers kunnen via Floriday overal op dezelfde makkelijke manier hun aanvoerinformatie aanleveren. Alle softwareleveranciers ondersteunen het platform, een ander pakket is niet nodig.

Floriday bevat belangrijke functionaliteiten:

- Eén manier van aanvoerinformatie
- Toegang tot de wereldmarkt van bloemen en planten voor kopers en kwekers
- Flexibel KVV-aanbod voor meerdere dagen
- Toegang tot het verpakkingsregister
- Footprint registratie FLORIFEFCR
- 360 graden productfoto's
- Verrijking aanvoer met duurzaamheids certificaten



Gerrit Kremer

Plantion werkt al enige tijd met Floriday, het centrale handelsplatform in de sector. Het platform krijgt een verplicht karakter en daardoor zal de elektronische aanvoerbrieven (EAB) op termijn niet langer te gebruiken zijn.

Afgelopen jaren werd Floriday doorontwikkeld en uitgebreid tot het huidige platform, dat inmiddels door de hele sector wordt omarmd. Floriday wordt verplicht gesteld voor alle kwekers die via Royal FloraHolland hun producten aanbieden. Plantion sluit zich hierbij aan. Ook de mogelijkheid om op het servicepunt bij Plantion een aanvoerbrieven in te vullen, zal komen te vervallen.

Overstappen

Voor overstappen naar Floriday zijn er twee opties. De eerste is dat je in Floriday zelf aanvoerbrieven aanmaakt. Bij de tweede optie bedien je het platform via een eigen aan het platform gekoppeld

softwarepakket. In beide gevallen moet je in Floriday een productcatalogus maken en onderhouden, met relevante foto's. Wees voorbereid en zorg dat je producten op tijd in onze webshop staan. Plantion ondersteunt je daarbij graag.

Vragen over omschakelen naar Floriday?

Bel of mail Gerrit Kremer: 06 10350758, gerritkremer@plantion.nl

Hulp nodig bij het maken van foto's voor je productcatalogus?

Neem contact op met Paul Heijmink: 06 10621862 of paulheijmink@plantion.nl

Meer informatie? Kijk op floriday.io

TUINPRODUCTEN

IN WEBSHOP PLANTION



Marcel van Haaften

Michaël van der Meer

Hoveniers en andere groenprofessionals kunnen de basisproducten voor hun tuinen voortaan bestellen in de webshop van Plantion. In eerste instantie gaat het om zo'n 2.500 tuinplanten, hagen en heesters. Palmen, olijven en andere specifieke soorten koopt de hovenier nog steeds fysiek bij Plantion Shop & Go.

Michaël van der Meer, hoofd Plantion Shop & Go, spreekt over een voorzichtige start. "Onze hoveniers zijn gewend hun bestellijsten door te bellen of te mailen en daarna de producten bij ons op te halen. Zij zijn de motor van de cash & carry en dat moet ook zo blijven. We gaan hen persoonlijk begeleiden en de voordelen van online inkopen laten zien."

Bredere klantvragen

De aanleiding om het basisaanbod te digitaliseren, is de veranderde

marktsituatie. Michaël: "Klantvragen zijn zodanig verbreed, dat we niet meer alle producten fysiek op het terrein of in de kas kunnen hebben. Tegelijkertijd raken groenprofessionals steeds meer vertrouwd met inkopen via webshops." Hij verwacht dat ook hoveniers met weinig internetervaring al snel de voordelen zullen inzien. "Na een dag werken kun je 's avonds rustig de basis voor je tuinen bestellen. In de webshop zie je welke producten beschikbaar zijn en wat ze kosten."

Bij het ophalen van je bestelling, pak je vervolgens meteen een aantal visuele producten mee. Daar gaan we in Ede nog meer op focussen."

Flora Nova voert uit

Wat niet verandert, is dat Flora Nova de bestellingen uitvoert. Michaël: "We werken al meer dan 25 jaar samen en weten wat we aan elkaar hebben. Met hun eigen kwekerij en grote netwerk is Flora Nova altijd in staat de meest gangbare producten te leveren. Klanten kunnen er van op aan dat hun online bestellingen in Ede klaar staan."

Marcel van Haaften van Flora Nova: "We zijn het inderdaad gewend om de bestellijsten voor Plantion uit te voeren. Dat deden we al in Utrecht, daarna ook in Bemmelen en nu in Ede. De stap naar digitaal bestellen past helemaal in deze tijd. Voor de hovenier is het makkelijk dat hij de basis voor zijn tuinen al vooraf kan bestellen."

Vragen over online tuinproducten bestellen? Kom langs bij Plantion Shop & Go!

Tuinproducten bestellen? Ga naar shop.plantion.nl

NIEUW LEIDERSCHAP BIJ BUURMAN PLANTEN

Begin dit jaar konden klanten zich op een huisbeurs van Buurman Planten in het groothandelscentrum in mediterrane sferen wanen. Citrusplanten, olijven en allerlei kruiden lieten de zon schijnen in de aanloop naar het seizoen. Het tekent de frisse wind die er door het bedrijf waait, met Chris Buurman en Leo van der Linden aan het roer.

In januari dit jaar werd het directie-team van Buurman Planten uitgebreid met Leo van der Linden als commercieel directeur. Chris Buurman is algemeen directeur en heeft de dagelijkse leiding. Samen vormen zij de nieuwe generatie leidinggevend van Buurman Planten, met een gezamenlijke visie om het bedrijf verder te laten groeien en versterken.

Chris: "Leo heeft meer dan twintig jaar ervaring in de internationale bloemen- en plantenhandel. Vanuit zijn sterke focus op kwaliteit en klantgerichtheid werkt hij aan het versterken van relaties met klanten en kwekers en het

uitbouwen van onze marktpositie. Het is prettig voor mij om iemand naast me te hebben die onze visie deelt en aan een half woord genoeg heeft."

Dynamische markt

Als familiebedrijf onderscheidt Buurman Planten zich al decennialang met de kernwaarden kwaliteit, service en klantbeleving. Die waarden blijven volgens Chris ook onder het nieuwe leiderschap het fundament. "We willen nog meer en beter samenwerken met klanten en kwekers. Zij kunnen bij ons altijd rekenen op persoonlijke aandacht, flexibiliteit en ondersteuning.

Een hoog serviceniveau is nodig om succesvol te blijven in een dynamische en uitdagende markt."

Veelzijdig

Buurman Planten is een veelzijdige en veelomvattende onderneming. Naast de vestiging in Groothandelscentrum Plantion heeft het bedrijf ook een plantengroothandel in Tilburg. De import en export van de planten wordt gecoördineerd vanuit het hoofdkantoor in Bommel. In hetzelfde complex ligt ook een eigen kwekerij. Chris: "Die gebruiken we onder meer om onze importplanten uit Zuid-Europa te

laten acclimatiseren. Pas wanneer die in topconditie zijn, gaan ze naar onze verkooplocaties. We leveren alleen planten van topkwaliteit." In het Duitse Herongen heeft Buurman Planten een tweede exportlocatie.

Marktleider

Binnen vertrouwde kaders waait er duidelijk een frisse wind door het bedrijf en dat vertaalt zich ook in de organisatie. Leo: "De strategie is gericht op groei door verdere professionalisering en innovatie, met als doel om ook in de toekomst marktleider te blijven. Daarbij zijn onze mensen erg belangrijk. We

willen dat zij zich gewaardeerd voelen en geven hen de ruimte om zich professioneel te ontwikkelen." Voor klanten in Ede zijn de eerste verschillen al duidelijk merkbaar. Zij zien nog steeds een zeer uitgebreid assortiment planten van hoge kwaliteit, in een zaak die anders is ingericht en een frisse look & feel heeft. Klanten kunnen hier volop inspiratie opdoen dankzij wisselende presentaties met bestaande plantensoorten en nieuwe aanwinsten in mooie potten.

Leo van der Linden

Chris Buurman

Goed verhaal

Volgens Leo zijn vernieuwende stappen nodig in de huidige, veel-eisende tijd. Hij heeft er vertrouwen in dat klanten ook in de toekomst graag zaken zullen blijven doen met Buurman Planten: "Ons assortiment is uniek. Van de honderden kwekers waar we zaken mee doen, weten wij precies wat ze in huis hebben en hoe de kwaliteit is."

Buurman Planten heeft een goed verhaal en dat verhaal willen ze uitstralen naar hun klanten. Chris: "Dat doen we met presentaties en huisbeurzen hier in het groothandelscentrum. Maar ook brengen we regelmatig klanten in contact met onze kwekers. Zodat zij ter plekke kunnen zien hoe de planten erbij staan en zaken met elkaar kunnen afstemmen. We houden de lijnen kort en transparant en dat wordt erg gewaardeerd."

buurmanplanten.nl

‘ALS SECTOR MEER MUZIEK MAKEN’

Het kan verkeren: tijdens de pandemie was de sierteelt een essentiële sector. Nu lijkt alles wat toen goed was, opeens verkeerd. “Dat is jammer en onterecht”, vindt Bram Rijkers van VBW, “Bloemen en planten zijn nog steeds waardevol en als sector zetten we mooie stappen.”



‘Productdata is de basis voor positieve beeldvorming’

Al sinds 2012 praat Bram zich namens de Nederlandse bloemisten de blaren op zijn tong over het belang van sierteeltproducten. “Bloemen en planten hebben de unieke eigenschap dat ze krachtige emoties bij mensen aanspreken”, zegt hij. “Dat is ook gewoon wetenschappelijk bewezen. Van felgekleurde bloemen krijg je energie, terwijl een boeket met pasteltinten rustgevend is. Ik heb het zelf weleens geprobeerd door twee verschillende boeketten naast elkaar te zetten. Het is écht zo.”

Vijf voor twaalf

Onbewust raakt Bram de kern van het probleem: de bloemensector moet zichzelf beter verkopen. Niet zozeer

richting de consument die trouw elke twee weken een bloemenwinkel bezoekt. Maar wel naar sommige overheidinstellingen en bedrijven, die alleen nog maar duurzame producten willen. Of naar het publiek dat op social media hoort dat bloemen vervuilend of overbodig zijn. Bram: “Zoals wel vaker wordt daar de toon gezet door een kleine groep en hollen anderen daar achteraan. Maar we mogen het niet negeren. Het speelt in de samenleving en het is belangrijk dat we als sector goede antwoorden hebben.”

Productdata nodig

De sector moet met een tegengeluid komen. Er zijn genoeg positieve

‘Het is nog een lange weg te gaan, maar we moeten het nu oppakken’

verhalen te vertellen, zegt Bram. “Kwekers als Tesselaar Alstroemeria, Marginpar en Air So Pure timmeren goed aan de weg.” Op veel plekken klinkt muziek, maar er moet ook nog veel gebeuren. Bram: “De grootste winst is te behalen in de productie.”

Positieve beeldvorming

De verplichte certificering van telers zal daarbij helpen, denkt hij. Aan bloemistenkant leveren ook de Barometer Duurzame Bloemist en de footprint-tool FlorIT de nodige gegevens op. “Hoe meer ondernemers meedoen, hoe meer data. Daarmee kunnen

we geloofwaardig aantonen hoe duurzaam de teler en bloemist zijn en welke stappen worden gezet. Dan ontstaat er een basis voor positieve beeldvorming.”

Samen oppakken

Bij die positieve beeldvorming neemt Bloemenbureau Holland (BBH) de komende jaren het voortouw. Het bureau heeft groen licht gekregen en zal campagnes gaan opzetten. VBW introduceerde zelf al het bloemenconcept FloraVita en werkt aan een jaarprogramma met content die de bloemist één op één kan doorvertalen naar zijn of haar winkel. Bram: “Het is een lange weg te gaan, maar we moeten het nu oppakken. Zorgen dat we als sector de zaken op orde hebben en samen werken aan een positievere beeldvorming.”



Operationeel directeur

Bram Rijkers is sinds 2012 werkzaam in commerciële functies bij VBW. Per 1 januari dit jaar is hij toegetreden tot de directie van VBW. Naast algemeen directeur Marco Maasse is Bram als operationeel directeur verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken binnen de branchevereniging.

Meer weten over VBW?
Kijk op vbw.nu

'GEEN SOVJET-MENTALITEIT BIJ PLANTION'

Waar kom je vandaan? "Ik kom uit Vilnius, de hoofdstad van Litouwen. Daar studeerde ik rechten en werkte ik als journalist. Ik maakte reisreportages waarvoor ik de hele wereld rondreisde. Mijn man is Nederlands, hij woonde voor zijn werk in Vilnius. Ons leven was goed, tot corona kwam. Toen zijn we naar Nederland verhuisd. We wonen nu in Harskamp tussen de herten en de zwijnen!"

'Het is erg leuk dat hier zoveel nationaliteiten werken'

Wanneer ben je bij Plantion begonnen? "Eigenlijk meteen nadat we naar Nederland gingen, in 2021. Ik werk hier 's ochtends drie, vier uurtjes in de distributie. We zetten alle aangevoerde bloemen en planten klaar voor de juiste kopers. Daarna ga ik naar Hotel ReeHorst, waar ik teamleider ben."

Wat maakt het distributiewerk voor jou uitdagend? "Het blijft een uitdaging om zo min mogelijk fouten te maken. Je hebt ook steeds met verschillende producten te maken, dat maakt het afwisselend. Verder is het leuk dat hier zoveel nationaliteiten werken. Hoog en laag opgeleid door elkaar. Ik heb vanochtend een man uit Brazilië ingewerkt, hij is bioloog."

Naam Jolanta Šablinskaite
Leeftijd 41
Functie Medewerker distributie en rozenimport



Heb je veel contact met aanvoeders of klanten? "Eerlijk gezegd zo min mogelijk. Het werk dat we hier doen komt heel precies. Dus als je grapjes loopt te maken, weet je dat het mis kan gaan. In de pauze hebben we onderling natuurlijk wel veel contact."

Heb je hobby's? "Ik maak graag portretfoto's, al doe ik dat door de smartphone steeds minder. Fietsen vind ik ook leuk. In het begin fietste ik via de Hoge Veluwe naar Plantion. Schitterend! De eerste keer dat ik over

een rooster reed, kwam ik erachter dat daar gewoon wilde zwijnen rondlopen!"

Wil je nog iets kwijt? Het is erg leuk dat mensen van kantoor vaak komen helpen bij de distributie. Dat is in Oost-Europa echt ondenkbaar. Daar heb je een Sovjet-mentaliteit van 'ik ben de baas'. Bij Plantion is het gevoel juist 'we doen het samen'. Dat zorgt voor een goede sfeer."

COLOFON

Hoofredactie: Jill Hulzinga, Guus van Logtestijn

Redactie: Liesbeth Bakkenes, Agenita Brink, Vivette Willemsen

Eindredactie: René Bremer, Bremer Communicatie

Teksten: Hans van den Bos, René Bremer, Rob van Duijn, Maaïke Kuyvenhoven, Meike Wesselink

Vormgeving: Juliette Lima Cirne-Hageman, Puntwee Visuele communicatie

Fotografie: Paul Heijmink

Drukwerk: Drukkerij AMV, Lunteren

Plantion Magazine wordt verspreid onder relaties en medewerkers van Plantion.

Plantion

Wellensiekstraat 4
6718 XZ EDE
(0318) 661 700

✉ info@plantion.nl

🌐 www.plantion.nl



Bedrijfsvideo
Plantion

Klantenservice Plantion

(0318) 661 770

✉ klantenservice@plantion.nl

Depot logistieke middelen

(0318) 661 829

Groothandelscentrum Plantion

Buurman Planten, Dillewijn Alflora,
Goedegebuure & de Mooij, TICA, Zalam

✉ info@ghcplantion.nl

🌐 www.ghcplantion.nl

SOCIAL MEDIA

Plantion

@ veilingplantion

📌 bloemenvaillingplantion

📌 Kopers en Kwekers Platform Plantion
(besloten groep)

Plantion Shop & Go

@ plantionshopengo

Taste the Green

@ tastethegreennl



Plantion Magazine wordt gedrukt met bio-inkten op basis van plantaardige oliën. De gebruikte lak is op waterbasis. Het papier is FSC®-gecertificeerd, wat betekent dat het afkomstig is van verantwoord beheerde bossen. Het magazine wordt verzonden in folie van suikerriet. Deze folie is gemaakt van minstens 80 procent hernieuwbare grondstoffen en is 100 procent recyclebaar.

AGENDA

BIJZONDERE DAGEN

17 april	Secretaressedag
20 april	Eerste Paasdag
21 april	Tweede Paasdag
26 april	Koningsdag (wordt gevierd op zaterdag)
5 mei	Bevrijdingsdag (gewone veildag)
11 mei	Moederdag
29 mei	Hemelvaartsdag
8 juni	Eerste Pinksterdag
9 juni	Tweede Pinksterdag
12 juni	Uitslagen eindexamens
15 juni	Vaderdag

BIJEENKOMSTEN

27 maart	Regiobijeenkomst Zuid-Holland noord bij Marjoland (Waddinxveen)
3 april	Regiobijeenkomst Zuid bij Jack van Vlerken (Mierlo)
3 juni	ALV Plantion
8 oktober	Bijeenkomst nieuwe aanvoerders

BEURZEN/EVENTS

24-26 augustus	Trendz
28 oktober	Vier de Feestdagen Samen met GHC, VBW en Smithers-Oasis

