

GROW

nr. 4
oktober 2017
Het relatieblad
van Royal FloraHolland

**“Bouvardia
tovert een
lach op je
gezicht”**

Tineke Vreeken
Vreeken Bouvardia

**Groene
oases
in de stad**

**Het brein
wordt blij
van groen**



**Royal
Flora
Holland**

Klimop blijft altijd groen

Klimop (hedera) is familie van de Araliaceae en komt voor in Azië, Europa en Noord-Afrika. De plant groeit op vochtige, voedselrijke grond tegen muren en bomen op waaraan de plant zich met korte luchtwortels vastklampt. De plant is in staat om 25 tot 30 meter hoog te klimmen. Hedera verspreidt een eigenaardige, wat harsachtige geur. De bloei is in de nazomer en de herfst van september tot december. Klimop is een belangrijke drachtplant. Bloeiende klimop is voor vele insecten in de herfst een rijke bron van nectar en stuifmeel, omdat er dan weinig andere planten bloeien. De dofzwarte bessen zijn in de lente rijp.

Symbool voor eeuwig leven

De Latijnse naam 'hedera' betekent zoets als 'vastgrijpen' en verwijst naar de wortels waarmee de plant zich vasthoudt. Daarom staat klimop dan ook symbool voor trouw. Daarnaast staat hedera voor het eeuwigelieven, omdat de plant altijd groen blijft. Op grafstenen wordt de plant vaak gebruikt als symbool voor onsterfelijkheid.

Ambitie

Tineke Vreeken:
"Bouvardia ontstijgt imago van bruidsbloem"

p 12

Perspectieven

Bunnik Plants heeft groen hoog in het vaandel staan

p 22

Perspectieven

Grown Down Town speelt in op de behoefte van de stedeling aan meer groen

p 23

Extra ALV

Bij het ter perse gaan van deze GROW waren de uitkomsten van de extra ALV (21 september) nog niet bekend. Om die reden hebben wij hierover geen informatie in ons relatieblad. Kijk voor actuele informatie op onze website: www.royalfloraholland.com.

Perspectieven

Waterdrinker:
"Veel mensen zijn niet op de hoogte van de gezonde effecten van een plant"

p 25

Groen en gezondheid

Het thema van deze GROW is groen in relatie tot gezondheid. Groen is goed voor je geest en je creativiteit. Alleen al het kijken naar een plant geeft rust en vermindert de kans op depressiviteit. In deze GROW komen diverse bedrijven aan het woord die dagelijks met groen en gezondheid bezig zijn. "Groene planten zijn meer dan een trend", geeft Waterdrinker aan in het verhaal op pagina 25. Planten zijn niet weg te denken uit interieurs. Laten we daar als sierteeltsector en Royal FloraHolland goed op inspelen. Op naar een groene gezonde toekomst!

De passie van Lucas Vos

Op naar 2020

Actueel

Big data

Insights

Globetrotter

Kruisbestuiving

Trends

Uit de sierteeltsector

Agenda

Colofon

4
6
8
16
18
20
26
28
30
31
31

Lucas Vos

“Groen heeft ongeloofelijke invloed op de openbare ruimte”

Lucas Vos, CEO van Royal FloraHolland, stelt dat er veel behoefte is aan groen bij consumenten. “Binnenshuis en ook buitenshuis in de stad. En daar moeten wij op inspelen als markt. Wij doen dit als sierteelt nu niet collectief. Hier liggen nog kansen voor ons in onze route naar 2020.”

Lucas geeft aan dat een belangrijke factor hierin de Groene Agenda is, die speciaal is opgericht om partijen bij elkaar te brengen om groenconcepten te stimuleren: “Er is een beweging gaande om meer met groen te doen in de openbare ruimte. Hier speelt de Groene Agenda van Royal FloraHolland actief op in. Dit programma brengt ondernemers in de groensector en kennisinstellingen en gemeentes en het bedrijfsleven bij elkaar. Wij ondersteunen hen bij de ontwikkeling van groenconcepten en verdienmodellen.” Lucas hoopt dat er in de toekomst ook goede initiatieven komen voor bijvoorbeeld gemeenten en de gezondheidszorg zodat groen nog beter in de markt gezet kan worden.

Groen heeft ongeloofelijke invloed

De komende jaren wordt de samenleving geconfronteerd met extremere weersomstandigheden en toenemende verstedelijking. Groen kan een bijdrage leveren aan de oplossing van dit soort problemen. Lucas: “Groen heeft een ongeloofelijke invloed op de openbare ruimte. Het zorgt voor afnemende agressiviteit. De concentratie van mensen stijgt en het bevordert de genezing van patiënten. En het is nog mooi ook”, lacht hij. Lucas geeft als voorbeeld Frankrijk, waar competities tussen steden en dorpen worden gehouden om de groenste plaats te zijn. “Dat stimuleert natuurlijk enorm. Ik vind dit geweldig.”

Onkruid is geen probleem

Lucas ziet het programma Let it Grow als een prachtige manier om ondernemers te stimuleren met groen bezig te zijn. “De start-up Gewildgroei is hier een mooi voorbeeld van. Die ziet onkruid niet als een probleem, maar als partner. Door een stoeptegels te vervangen door een Living Pavement-tegel laat je zien dat wilde planten mooi en nuttig zijn. Prachtig toch?” Lucas roept klanten op om ook meer met groen te gaan doen.

Huis vol met bloemen

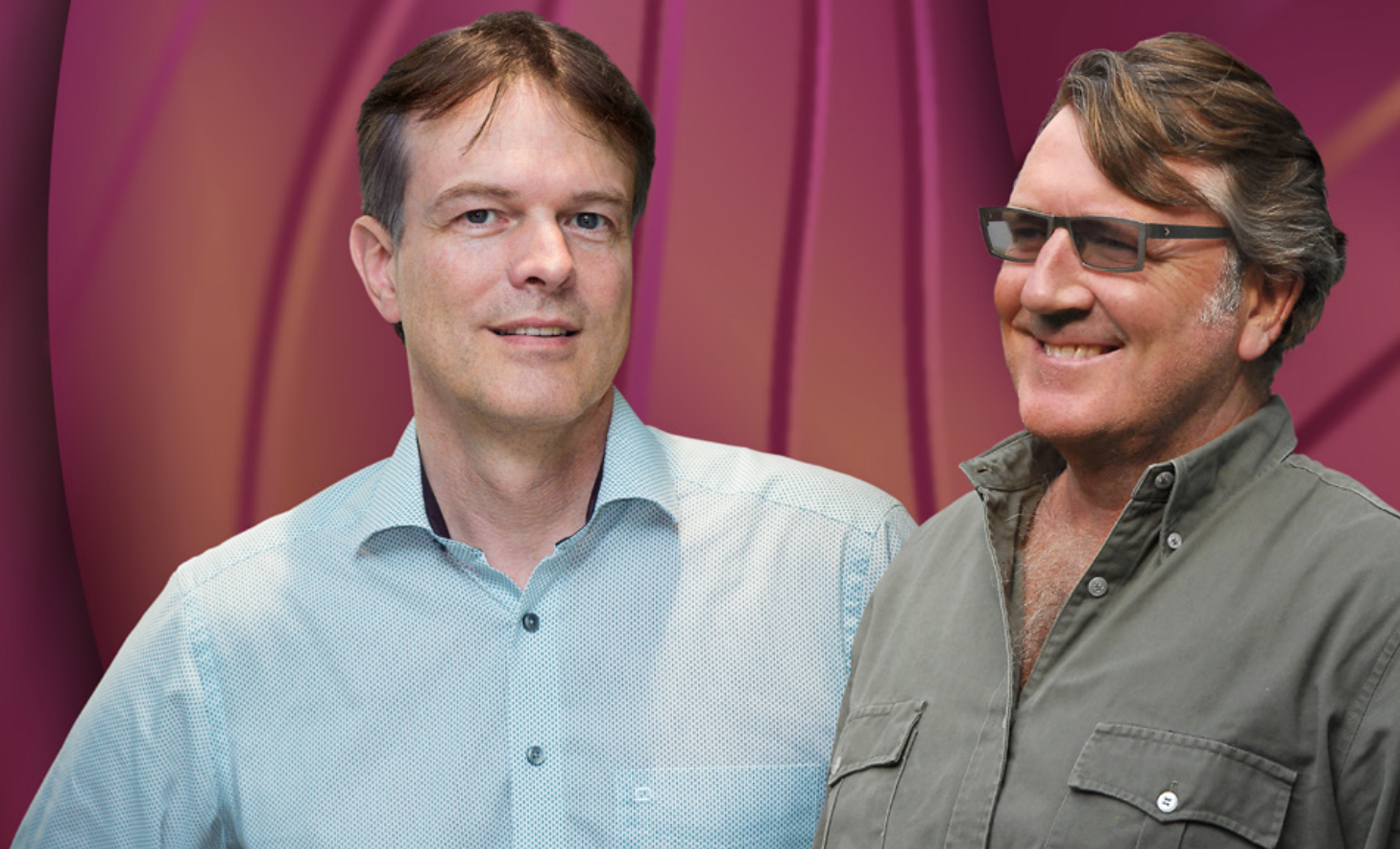
Hoe groen is Lucas zelf? “Sinds ik weer in Nederland woon hebben we een tuin en daarom zijn we veel met groen bezig. Ons huis staat vol met bloemen en planten. Als die er niet zijn, vind ik het maar kaal. Eerlijkheidshalve moet ik bekennen geen groene vingers te hebben.”

Gezond kantoor

In de kantoren van Royal FloraHolland (die inmiddels flexruimtes zijn geworden) is groen ook prominent aanwezig. “Op alle etages zijn groene wanden. Ook het nieuwe kantoor in Aalsmeer, dat volgend jaar gebouwd wordt, gaat bol staan van het groen. We maken er echt een gezond kantoor van met allerlei groene planten. Dit bevordert de sfeer op de werkvloer en is goed voor de concentratie.” ←



Lucas: “Ik moet
bekennen dat
ik geen groene
vingers heb”



Rod Jones is eigenaar van het bedrijf Equinox Flowers in Kenia, waar op 26 ha grootbloemige rozen worden gekweekt. Kees Pinggen is algemeen directeur van Smit Kwekerijen (15 ha kamerplanten) uit het Groningse Hogeveen. Hij werkte tot 2007 voor Royal FloraHolland bij onder andere de importafdeling. De ondernemers geven elk hun visie op hoe de coöperatie er op dit moment voorstaat in verband met de lidmaatschapsdiscussie die gaande is. Rod: "De coöperatie moet zich meer openstellen in de toekomst, om afnemend volume te voorkomen."

Wat is de koers die we moeten nemen? Rod (rechts op de foto), eigenaar van de kwekerij in Kenia waar op 2.000 meter hoogte bloemen worden gekweekt: "Er liggen genoeg kansen voor Royal FloraHolland. De coöperatie moet zich vooral meer open gaan stellen in de toekomst, om afnemend volume te voorkomen. Royal FloraHolland heeft altijd al een belangrijk deel van de markt in handen gehad. Er is een gevaar dat dat aandeel kleiner wordt als we de deelname van niet-leden uitsluiten. We moeten ons voor hen openstellen. De basis moet zijn dat ze weten dat ze welkom zijn. Als ze alleen maar sporadisch van de marktplaats gebruikmaken, moeten ze ter compensatie wel hogere tarieven betalen en aan andere – maar wel faire – regels voldoen dan partijen met volledig lidmaatschap. Maar dat betekent dus niet dat we ze moeten verbieden deel te nemen of ze moeten weggagen door het te gecompliceerd te maken."

Makkelijker

Royal FloraHolland moet zich openstellen voor kwekers uit Zuid-Amerika en Kenia die aan directe handel doen, vindt Rod. "De coöperatie zou deze

"Royal FloraHolland moet open worden voor niet-leden"

Rod Jones: "Zowel de marktplaats als de kopers krijgen het makkelijker door digitalisering"

kwekers moeten verwelkomen en aanmoedigen om via de coöperatie te handelen. Dat zou de zaken voor hen versimpelen en bovendien meer klanten naar Royal FloraHolland kunnen lokken. En digitalisering is een stap in de goede richting." Hoe krijgt dat in de toekomst vorm? "Zowel de marktplaats als de kopers krijgen het makkelijker door digitalisering, met kostenbesparingen en meer flexibiliteit, wat tot meer vraag kan leiden. In de toekomst moet de marktplaats Royal FloraHolland zich openstellen voor nieuwe kopers en klanten, nieuwe aanvoerders en nieuwe producten. Ik zie de toekomst heel zonnig in."

Meer marktconform

Kees vindt dat Royal FloraHolland als stap naar de toekomst meer focus moet leggen op de basisdienstverlening. "De diensten moeten meer marktconform zijn dan nu het geval is. Er moet echt iets veranderen want nu vragen veel kwekers zich af waarom ze nog lid van de coöperatie moeten blijven." Kees, mede-eigenaar van een grote plantenkwekerij, ziet dat er in de praktijk steeds minder gebruik wordt gemaakt van de veiling. Wel moeten er bijvoorbeeld hoge bedragen worden betaald voor het 'afrekenen' van bvo. "Dit is echt niet marktconform." Wat Kees daarnaast opvalt, is dat Royal FloraHolland veel geld en energie steekt in het verkopen van meer bloemen en planten aan meer consumenten via Let it Grow. "Uiteraard een goede doelstelling. Maar ik vraag mij af of de veiling daar ook echt resultaat mee behaalt. De focus moet als eerste op de basisdienstverlening liggen." Waar ziet Kees de meeste kansen voor Royal FloraHolland? "Op het digitale platform Floriday.eu dat er gaat komen zie ik wel kansen. Hier kan het centrale aanbod beter worden gevonden. Ook wereldwijd." ←

A man with short brown hair, wearing a dark navy blazer over a light blue button-down shirt and blue jeans, stands on a white metal balcony. He is looking off to the side with a slight smile. The background shows a large, modern building with a glass and steel roof structure. There are other people visible on lower levels of the building, and some greenery is visible in the background.

**"Duurzaamheid
is nodig om de
consument blij
te maken"**

De Trade Fair staat dit jaar in het teken van duurzaamheid. De wereld van groen groeit. Overal omringen we ons steeds vaker en creatiever met bloemen en planten. Welcome to the Green Age! Decorum is één van de partners die dit thema een warm hart toedraagt. Tijd voor een gesprek met Ralph Koopman, sinds maart 2017 directeur van telersvereniging Decorum. "Er is een grote urgentie om duurzaamheid hoog op de agenda te zetten."

Ralph Koopman, van oudsher agrarisch econoom, draait al bijna twintig jaar mee in de sierteelt. Bij diverse bedrijven werkte hij, onder andere bij Royal Van Zanten in de verkoop buitenland. Zodoende leerde hij de sector goed kennen. En sinds dit jaar staat hij dus bij Decorum aan het roer. Waarom is duurzaamheid zo belangrijk voor Decorum en haar aangesloten kwekers? "Duurzaamheid wordt alleen nog maar belangrijker. Willen we consumenten blij maken, dan moeten we hier zeker wat mee. Bij Decorum zijn we er al jaren mee bezig. Onze kwekers gebruiken zonnepanelen, aardwarmte wordt meer en meer benut, en men schakelt over van chemische naar biologische gewasbescherming. En daarnaast is het belangrijk om goed met je personeel om te gaan. Dat is ook duurzaamheid."

Urgentie

Ralph kijkt terug op de jaren tachtig en ziet grote verschillen met de samenleving van nu. "In dertig jaar is er veel gebeurd. Consumenten zijn bewuster geworden. Het middelenpakket voor kwekers is een stuk 'schoner' geworden. Ook de ngo's zoals Greenpeace geven hier vaak aandacht aan. Daarnaast is de wereld een stuk transparanter geworden doordat iedereen inmiddels internet heeft of een smartphone. En voedselveiligheid staat hoger op de agenda door alle schandalen rond voeding. Zoiets wil je niet meemaken in de sierteelt. De urgentie is dus groot."

Continue bewustwording

Ralph geeft aan dat het voor Decorum niet meer dan logisch om de focus op dit thema te leggen omdat

de druk vanuit de samenleving hoog is. "Decorum is al negentien jaar een innoverende club die gaat voor topkwaliteit. Wij werken samen met ontzettend veel partners in de keten. Met als doel de blijde consument. Die wil graag een mooi product kopen. Duurzaamheid is hierin onmisbaar.

"Goed met je personeel omgaan is ook duurzaamheid"

Al onze leden zijn hiervan overtuigd en daarom gaan wij in 2017 nog meer stappen zetten in dit proces. We zijn actief binnen het platform Duurzame Sierteelt om dit onderwerp blijvende aandacht te geven. Daarnaast ben ik bestuurslid van Tuinbranche Nederland en in die hoedanigheid voer ik ook veel gesprekken met stakeholders in de groenbranche over dit thema."

Duurzame handel

De ambitie blijft niet beperkt tot Nederland alleen. Zo is er de Europese vereniging Floraculture Sustainable Initiative (FSI), die ernaar streeft om negentig procent van de bloemen en planten in 2020 op een duurzame manier in te kopen en te verhandelen. Decorum zit met deze Europese club aan tafel om van gedachten te wisselen over hoe de handel nog duurzamer kan worden ingericht. "Het onderwerp moet hoog op de agenda blijven staan in de sierteelt", aldus Ralph. ←

Voor meer informatie over duurzaamheid: kijk op www.royalfloraholland.com/duurzaamheid.

Trade Fair 2017 heeft duurzaam karakter

De Royal FloraHolland Trade Fair Aalsmeer is in november dé plek om drie dagen zaken te doen, te netwerken en geïnspireerd te worden. Groothandelaren, kwekers, exporteurs en hun klanten uit binnen- en buitenland vinden er een compleet overzicht van het aanbod bloemen, planten en noviteiten.



Deze internationale sierteeltbeurs biedt inspiratie op het gebied van sierteelt. De Royal FloraHolland Trade Fair trekt een breed en internationaal vakpubliek.

De wereld wordt steeds groener en ook de sierteeltsector is voortdurend in beweging. Met het beurs-thema 'Welcome to the Green Age' willen wij bezoekers laten zien wat er in onze sector gebeurt op het gebied van duurzaam produceren én handelen, en het effect daarvan op de keten. Nieuw op de beurs is de zogenoemde Greenwalk. Op deze wandeling over de beurs kunnen bezoekers zien welke bedrijven uit de sierteelt zich presenteren met het thema duurzaamheid.

Interactie in het Royal FloraHolland House

In het Royal FloraHolland House is veel interactie met de bezoekers. Op woensdag 8 november is er een programma rond duurzaamheid georganiseerd. Er komt een kopstuk van buiten de sierteeltsector vertellen over ecosystemen en de relatie tot onze sector. Let it Grow houdt ook diverse lezingen, onder andere over groene steden. Daarnaast hoort u op de Trade Fair welke noviteit is bekroond met de Dutch Tulip Award, voorheen de Glazen Tulp. Zie ook pagina 31 (agenda). ←

Ga voor openingstijden, inschrijven en meer informatie naar:
royalfloraholland.com/tradefair



Ontdek de groeiende wereld van groen op de Royal FloraHolland Trade Fair

De belangrijkste feiten rond de Trade Fair Aalsmeer:

- Woensdag 8 tot en met vrijdag 10 november 2017 in Aalsmeer op locatie 10.80.
- 24.000 m² (ongeveer 600 stands)
- Bloemen- en plantenbeurs
- Ongeveer 15.000 (internationale) bezoekers
- Alles over kansen voor duurzaam ondernemen, digitalisering en globalisering



Tineke Vreeken:

**“Bouvardia
maakt je
vrolijk”**



Tineke Vreeken houdt zich bij Vreeken Bouvardia (Rijsenhout) vanaf 2015 bezig met de marketing bij dit familiebedrijf. De inmiddels 5 ha grote kwekerij zit al honderdtwintig jaar in de familie. Broer Jaap heeft samen met zijn vader de leiding; zij zijn de mannen met de groene vingers. Tineke is de prater. Zij heeft een groot hart voor de bouvardia en denkt graag na over hoe je hem in de markt zet. "De bouvardia maakt je vrolijk. Een echte verrassing omdat je de bloem koopt in de knop. Iedere dag gaan er een paar open."

Het familiebedrijf startte eerst in Oude Wetering met allerlei verschillende gewassen. In de periode dat zoon Jaap in Nieuw-Zeeland aan het werk was, kreeg vader Krijn te horen dat hij het bedrijf in Oude Wetering kon verkopen. Dit was een mooie kans en daarom vroeg hij Jaap om een nieuw bedrijf in Rijsenhout te starten. Om die reden kwam Jaap sneller terug uit Nieuw-Zeeland dan eerst gepland. Zo gezegd zo gedaan; de keuze viel op bouvardia. Waarom? "Wij vonden het een interessante plant," lacht Tineke.

Compleet energiezuinig telen

Vreeken is ervan overtuigd dat energiezuinig telen zowel de redding als de toekomst is van de Nederlandse sierteeltsector. "Na een proef is eind 2015 in deze kwekerij gelijkstroom geïntroduceerd. Dit is een stap voorwaarts. Hierdoor kun je de lampen ook dimmen en precies instellen wat de plant nodig heeft aan licht. Dat is een revolutie. Wij zijn hier inmiddels compleet energiezuinig aan het belichten. Samen met de aansluiting op een nog aan te leggen zonnepark bespaart dit vijftientig procent op de energiekosten." Tineke geeft aan dat dit bedrijf uniek



is in zijn soort, qua belichting en ook qua ervaring met het teeltproces en nieuwe rassen. Bouvardia is sowieso vrij uniek, want het is een niche teelt in Nederland.

Positieve reacties

De klantengroep van Vreeken Bouvardia is divers, maar bloemisten maken er een groot deel van uit. Regelmatig leidt Tineke groepen klanten rond op het bedrijf. "We krijgen heel positieve reacties. Op dit soort momenten kunnen we de mogelijkheden van de plant toelichten. Het imago was altijd dat van bruidsbloem. Maar dat verschuift nu steeds meer, want stylisten zien er meer mogelijkheden in. We laten dit ook zien op Facebook."

Een plant om verliefd op te worden

Het marketingthema van Vreeken is live, laugh, love. Bloemen zijn goed voor je gezondheid. "De bouvardia is verrassend, zit boordevol vrolijkheid. Daarnaast is hij veelzijdig en een plant om verliefd op te worden." Tineke geeft aan dat de consument heel enthousiast wordt van bouvardia. "Hij wordt verrast door de houdbaarheid. Met water en de juiste voeding kun je er heel lang van genieten." →

Wie is Tineke Vreeken?

- Ze is 51 jaar.
- Ze woont met haar man en dochter in Noordwijk aan Zee.
- Marketing is haar passie. Haar studie NIMA-B rondde ze voor de zomer af.
- Ze werkt sinds 2015 bij Vreeken Bouvardia. Daarvoor was ze secretaresse bij de Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijprodukten (VGB).
- Motto: Laat zien wat je met bouvardia kan!



**“De consument
wordt verrast door
de houdbaarheid
van bouvardia”**

Groene planten langzaam in de lift →

Groene planten worden steeds populairder bij de consument. Uit cijfers van Royal FloraHolland blijkt dat groene planten van de Nederlandse kweker vooral gekocht worden door klanten uit Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Opvallend is dat de Engelse consument steeds meer het internet gebruikt voor de aanschaf van groene planten. In Duitsland en Frankrijk bezoekt de consument vaak de bloemist. De Nederlandse consument koopt in bij het tuincentrum.

Belangrijkste 3 afzetlanden en volumes

Landenverdeling groene planten op basis omzet 2016 in procenten

Overige landen 41%

Engeland 13%

Frankrijk 16%

Duitsland 30%

Omzet groene planten Royal FloraHolland

in miljoenen

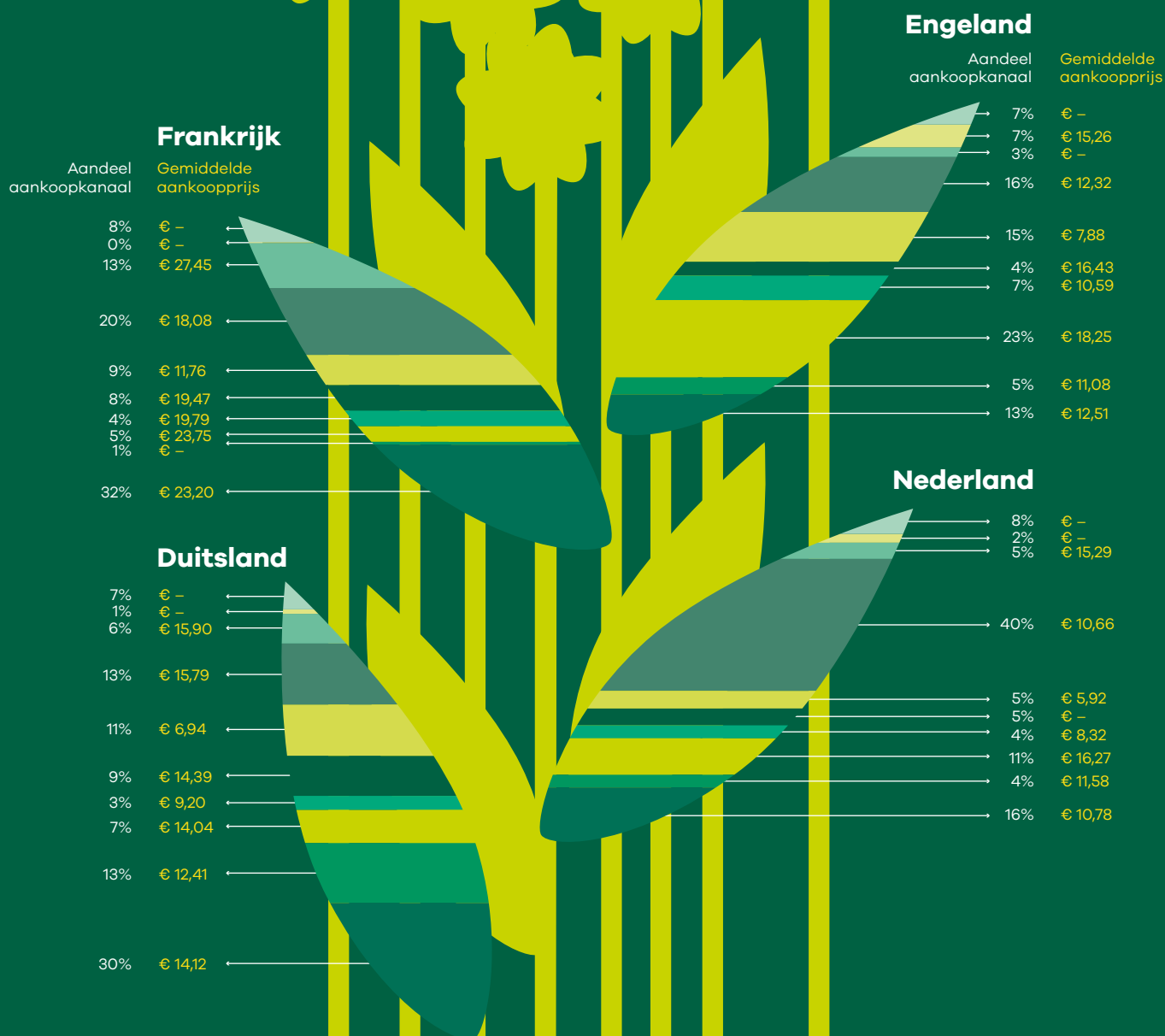
■ Omzet in euro's
■ Aantallen



Aankoopkanalen en gemiddelde prijs per consument

in procenten en euro's, 2016

- Overig - offline & online
- Supermarkt - online
- Verzendorganisatie - online
- Tuincentrum - offline
- Supermarkt - offline
- Kweker - offline
- Kiosk/markt - offline
- Internet
- Bouwmarkt - offline
- Bloemist - offline



“Groen is goed voor lichaam en geest”

Sierteelproducten zijn allesbehalve luxeproducten. Groen is belangrijk voor het lichamelijk en geestelijk welzijn, stelt wetenschapsjournalist Mark Mieras. “Hersenen vinden het heerlijk als je naar structuren van planten en bloemen kijkt.” Stress vermindert en herstel verloopt sneller, blijkt uit onderzoek.

Mark Mieras duikt in wetenschappelijk onderzoek naar het functioneren van het brein. Hij vertaalt dat onderzoek naar de dagelijkse praktijk. Zo zocht hij in 2015 voor de Stichting Stad en Natuur Almere uit wat onderzoeken zeiden over het effect van verstedelijking en natuur op het brein. “Uit Japans onderzoek blijkt dat één plantje al een heel positief effect heeft, maar dat vijf planten nog veel meer effect hebben.”

Kijken naar groen geeft voldoening

Planten vormen een rustpunt. De complexe structuren van bloemen, bladeren en takken zijn voor de hersenen ‘heerlijk’, legt Mieras uit. “Die structuren prikkelen de aandacht, maar ze vormen voor ons brein een logisch geheel. Het patroon is logisch en het kijken naar het groen geeft grote

voldoening. Dat is evolutionair bepaald. We moesten ooit de leeuw onder de heester kunnen herkennen.”

Groen is goud

Dat groen een effect op de gezondheid heeft, toont Mieras aan met een voorbeeld uit de Isala-kliniek in Zwolle. Hier is naar het effect van groen op patiënten en artsen gekeken. Uitzicht op groen zorgde voor een duidelijk sneller en beter herstel van de patiënten. Artsen blijken minder fouten te maken als ze hun werk doen in een omgeving met planten. “Voor een ziekenhuis is groen goud.”

Kijken naar een groene foto

Hersenen maken gebruik van het groen in de omgeving om trauma's te verwerken. “Kinderen die trauma's hebben ervaren,

Mark Mieras, wetenschapsjournalist, aan het woord over groen en de invloed hiervan op ons brein

“Planten zijn meer dan alleen groen. Van klimaatverbeteraar tot geneeskrachtige kruiden. Die positieve eigenschappen moeten we veel meer uitdragen.”

Selma van der Beek

Projectmanager marketing en communicatie Waterdrinker Aalsmeer

geven die makkelijker een plek als er bijvoorbeeld bomen en planten zijn. Zelfs het kijken naar een foto van groen helpt, al is het waarnemen van een echte plant veel stimulerender voor de hersenen.” Ook voor het bedrijfsleven zijn er voordelen. Groen op kantoor verbetert het rendement van het personeel

“Groen zorgt voor gezonde prikkels. Zijn we verder van de natuur, dan functioneren we minder goed. Een groene omgeving is een goede start voor herstel.”

André Hoek

Eigenaar Hoek Hoveniers Voorhout

“Zonder groen zelfs geen levenskansen. Planten zorgen voor schone lucht, ze filteren schadelijke stoffen weg. Op de werkplek levert groen een langere concentratie en een lager ziekteverzuim op.”

Johan Vriens

Salesmanager VLM Hydrocultuur Made

“Groen heeft gewoon een helend effect. Het stressniveau gaat omlaag en het is bewezen dat patiënten die uitkijken op een bloemenweide eerder herstellen.”

Philip van Traa

Eigenaar en bedenker Grown Down Town Amsterdam

met vijftien procent, zo blijkt uit onderzoek.

Groen moet volgens Mieras serieus worden genomen. “Ons stresssysteem reageert op groen. Als we in de natuur zijn, worden we zachter, socialer en stressbestendiger. Ons brein komt in een toestand van speelgedrag. We kunnen ook op een betere

manier omgaan met conflicten. Dat is allemaal aangetoond met hersenonderzoek.”

Telers mogen fier zijn

De journalist denkt dat telers nauwelijks beseffen wat ze met hun producten in handen hebben. Lagere zorgkosten, sociale saamhorigheid, een veiliger

gevoel en minder stress, het is allemaal te bereiken met groen. “Telers mogen fier zijn, ze zorgen voor een essentieel product.” Zijn er grenzen aan het positieve effect van groen op het brein? “Er treedt verzadiging op bij mensen die de hele dag in het groen te vinden zijn. De meerwaarde is niet oneindig.” ←

World Horti Center straalt groen uit

Bij het World Horti Center in Naaldwijk dat in september geopend is, zijn de buitenmuren totaal versierd met groene planten. Ook de binnenkant van het gebouw is niet vergeten: daar staan vierhonderd groene planten. Een waar kunstwerk. Hier worden twaalfhonderd studenten gehuisvest en tachtig bedrijven uit de tuinbouwsector. Ook de demokwekerij Westland komt hier vanaf november te zitten. Waarom de keuze voor groene wanden? Projectleider Mark Zwinkels: "De sierteelt is gebaat bij veel groen. Groen maakt mensen gelukkig. Eigenlijk is het vreemd, aangezien kwekers dagelijks bezig zijn met groen, dat er in het hele Westland nergens zo'n gebouw als dit stond."



Lelie populair in Iran

De lelie is een populaire bloem in Iran en heeft een lange historie in het Midden-Oosten. De zon schijnt 350 dagen per jaar in Iran en het nadeel hiervan is dat dit grote problemen in de watervoorzieningen geeft. Toch zijn er veel bloemenkwekerijen in de buurt van grote steden zoals Teheran en Isfahan. De beste plaats om lelies, calla's en freesia's te broeien is in de bergen. Daar is veel licht tijdens de dag en tijdens de nacht daalt de temperatuur. Met een potentiële markt van 400 miljoen consumenten en een sterke behoefte aan innovatie biedt de Perzische golf veel kansen voor Nederlandse ondernemers. De Iraniërs willen heel graag met Nederlanders en Europeanen werken omdat wij bekend staan om onze kwalitatief goede producten.





De stedelijke omgeving vergroenen

Stedelijk groen wordt steeds belangrijker. Mensen beseffen dat er meer in het leven is dan staal en beton. Ze willen de stad opleuken door haar groener te maken. Landschapsarchitect Nilufer Danis, woont in Londen, geboren in Turkije, werd vaak onderscheiden voor haar werk. Zij vertelt waarom de wereld groenere steden nodig heeft. "Stedelijke gebieden kennen gemiddeld hogere temperaturen dan het platteland, want het ontbreekt steden aan groene gebieden en aan oppervlak waarin water en gewassen kunnen doordringen. Groene steden bestrijden dat probleem en dus de opwarming van de aarde. Bovendien is er in groene steden meer zuurstof en minder luchtvervuiling, wat nu en straks een gezonder leven betekent. Het planten van volwassen bomen met grote bladeren is onderdeel van de oplossing. Daarnaast zijn groene daken nodig om fijnstof en andere luchtvervuilers op te vangen en om – net als bomen – zuurstof te produceren. Regentuinen en doordringbaar land moeten water opvangen zodat steden beter bestand zijn tegen overstromingen en stormen."



Calla in New York pure luxe

In New York zijn bloemen echt luxe. De consument koopt ze hier alleen om te laten zien dat er iets te vieren valt. Hij schuwt geen grote bedragen en geeft gemiddeld 150 dollar uit per aankoop. New Yorkers zien de calla als een moderne en chique bloem. Om de bloemen extra op te laten vallen, zetten Amerikaanse bloemisten in het bloemwerk 'groepen' van dezelfde bloemen. Zo wordt er veel allure aan bloemen toegevoegd. Om een mooi filmpje over de calla in New York te bekijken check de website www.simplycalla.com.

Perspectieven

Vijf personen die dagelijks met planten werken en hun visie op groen en gezondheid

“Groen is gewoon goed”

Thomas Bunnik werkt sinds 2014 bij Bunnik Plants (Bleiswijk) als mede-eigenaar van dit groene-plantenbedrijf. In dertig jaar tijd is de potplantenkwekerij (van 25 ha) groot gemaakt door Ferd, Frans, Hans en zijn neef Dennis. Vorig jaar werd het bedrijf nog tweede bij de Tuinbouw Ondernemersprijs. Groen is de rode draad in de bedrijfsvoering. “Het is beregezond om een plant te promoten”, aldus Thomas Bunnik.

De oorsprong van Bunnik Plants ligt in het jaar 1945 toen werd begonnen met het kweken van groenten onder platglas. In de jaren zestig stapte het over naar bromelia's. Eigenaar Ferd wilde voor rozen gaan maar dat mocht niet van zijn vrouw omdat je dan ook op zondag moest werken. Daarom werd gekozen voor groene planten. In de jaren '80 namen de zonen van Ferd het over en inmiddels zijn er ook twee neven bij het bedrijf gekomen, waaronder Thomas. De neven zijn flink bezig om het bedrijf te transformeren. Onder hun begeleiding is een zelfsturende organisatie ingevoerd.

Doe waar je goed in bent

Wat is de kracht van Bunnik Plants? “Wij zijn altijd snel geweest om datgene te maken wat mensen willen hebben. Dat is ook ons motto: doe waar je goed in bent en maak daar veel van.” Bunnik Plants levert alle soorten groene kamer- en tuinplanten en de afzet vindt plaats in Duitsland, Engeland maar ook diverse andere Europese landen. “Wij beleveren alle schakels in de keten, van bloemist tot tuincentrum, retail en bouwmarkten.”

Groen goed voor je geest

Thomas: “Uit alle studies blijkt dat groen goed is voor je geest en creativiteit. Waarom willen mensen zo graag op vakantie? Omdat ze daar van de natuur kunnen genieten. Een oerdrift”, lacht hij. “Groen is gewoon goed.” Hij legt uit dat de details van een plant uiteindelijk niet zo interessant zijn. “Het gaat om het uitleggen van de grote lijnen, die moet je promoten. Koop een plant omdat je je er goed bij voelt. Dat is toch waanzinnig?”

“Groen is goed voor je geest en creativiteit”

Thomas Bunnik
Bunnik Plants



Duurzaamheid hoog in het vaandel

De visie van Bunnik Plants is dat er voor iedereen een plant is. “Alleen door duurzaam kweken en fantastisch samenwerken”, benadrukt Thomas. Het duurzaamheidsaspect staat hoog in het vaandel. Bunnik Plants werkt met restwarmte en CO₂ uit het Rotterdamse havengebied. Daarnaast wordt zonne-energie opgewekt via zonnepanelen. En er wordt ook nog maximaal biologisch geteeld en al het afval wordt gescheiden. “Onze mensen zijn uiteindelijk ook duurzaamheid. Zij steken al hun liefde en passie in dit bedrijf. We merken dat het ziekteverzuim laag is en de betrokkenheid hoog. Duurzame inzetbaarheid op ons groene bedrijf.” ←

Groene oases in de stad

Philip van Traa is de bedenker van het bureau Grown Down Town (Amsterdam). Dit bedrijf ademt groen en wil het integreren in gebouwen om steden zo te vergroenen. Philip (43) was jarenlang hovenier. Hij is de man met de groene vingers, maar heeft ook een interessante visie op groen in de openbare ruimte. “Deze aardkloot moeten we samen groener maken. Dat is de enige manier om de toekomst tegemoet te gaan.”

Hoe kwam Philip erbij om de stad te vergroenen? “Ik ben vanaf mijn kindertijd al met groen bezig. Op mijn tweede liep ik al veel in de tuin van mijn oma. Zij heeft mij veel geleerd. Ik was altijd met stekjes bezig. Na mijn studie commerciële economie die ik uiteindelijk na 3 jaar niet afmaakte, zei mijn moeder dat ik mijn hart moest volgen. Dat was het moment om iets met mijn groene vingers te gaan doen. Ik ben een groene opleiding gaan volgen en was na 2 jaar hovenier en interieurbeplanter. Hier was ik continu bezig met: hoe maak ik de stad leefbaar door groen. In 2011 ben ik gestopt als hovenier en heb ik Grown Down Town opgezet.”

Van ontwerp tot beheer

Philip heeft als hoger doel het maken van groene oases in de stad. “Dit is een droom die ik al sinds mijn kindertijd heb. De groene oase zoals bij Joolz is hier een goed voorbeeld van. Ons team kan het ontwerp maken, de techniek, de beplantingskennis leveren en het beheer van de groene ruimte doen.” Philip merkt dat de vraag naar groene oases enorm toeneemt. Dit is ook de reden waarom hij en zijn team in 2018 naar een groter kantoorpand gaan. En hij denkt er over om het ontwerp van de groene oases uit te gaan besteden omdat het uit zijn jasje groeit. In de bouw denkt Grown Down Town aan samenwerking met andere partijen.

Groen en het helende effect

Wie zijn jullie klanten? Philip: “Het bedrijfsleven is onze belangrijkste klantgroep. Wanneer we een hotel totaal vergroenen, dan doen we dit in opdracht van het hotel, maar ook voor de consument die het hotel bezoekt. Transformeren we een bedrijfsgebouw in

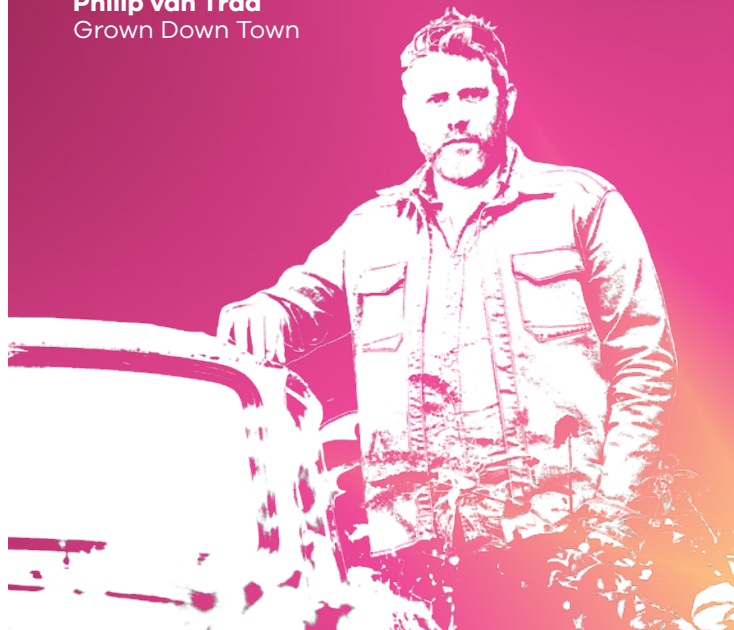
een groene oase dan doe je dit voor de pandeigenaar of huurder, maar zeker ook voor de werknemers. Wanneer deze zich veel beter gaan voelen op zo’n locatie en daardoor beter presteren of minder ziek zijn dan is dat voor alles en iedereen beter. Groen heeft gewoon een helend effect. Het stressniveau gaat omlaag en het is bewezen dat patiënten die uitkijken op een bloemenweide eerder herstellen. Dat is toch geweldig.”

Kwekers gezocht

Hebben jullie samenwerking met kwekers van Royal FloraHolland? “Nog niet, maar dat zouden we wel erg graag willen. We gaan namelijk weer een stap zetten met de vergroening en daar hebben we kwekers voor nodig. Voor het eetbare gewas, maar zeker ook voor siergewassen binnen en buiten.” Philip roept kwekers op om contact met hem op te nemen als ze interesse in dit project hebben: www.growndowntown.com. ←

“Deze aardkloot moeten we samen groener maken”

Philip van Traa
Grown Down Town



Minder stress en meer focus door groene school

Peter Dijt is docent op het Wellantcollege Aalsmeer; de groene mbo-opleiding. Peter, bioloog van oudsher, werkt hier al sinds 1992 als leraar en kent de tuinbouwsector van binnenuit. Het Wellantcollege gaat vanaf september de klaslokalen vergroenen. Dit in samenwerking met de Groene Agenda. "Het effect van bloemen en planten leidt tot minder stress en tot meer focus. Dat hopen we hier in de school ook te bereiken", aldus Peter.

Vlak voor de zomervakantie vindt het interview met Peter plaats in een warm schoollokaal. De school oogt nu nog niet erg groen. Daar moet juist verandering in komen, geeft ook Peter aan. "Wij willen graag een kenniscentrum zijn. En wat is er dan mooier als dat in een groene omgeving plaatsvindt?" De Groene Agenda, in dit geval Albert Haasnoot (programma manager), benaderde Peter met de vraag of het Wellantcollege wilde meedoen aan de proef met groene klaslokalen. "Uiteraard doen we hier graag aan mee; het past onze school heel goed. We willen een groene uitstraling hebben. En we worden hiermee ook een proeftuin voor andere scholen of instellingen die interesse hebben."

Twee klaslokalen met groen

Peter vindt zelf ook dat de school nu nog een steriele uitstraling heeft. Vanaf september worden er twee klaslokalen ingericht met groen. De planten hiervoor worden geleverd door een projectbeplanter en een kweker. Eén lokaal met een groene plantenwand en één met een soort 'groen eiland'. Daarnaast blijft er een klaslokaal bewust grijs om het effect van de luchtkwaliteit te meten op de gezondheid en het emotioneel welbevinden van de leerlingen. Het onderzoek hiernaar wordt gedaan door promovendus Nicole van den Bogerd van de Vrije Universiteit Amsterdam. Zij promoveert op de resultaten van groen op leerlingen.

Duurzaamheid

Wat doet het Wellantcollege nu al om een groene school te zijn? Duurzaamheid staat sowieso hoog op de agenda geeft Peter al aan. "We zijn laatst gevraagd

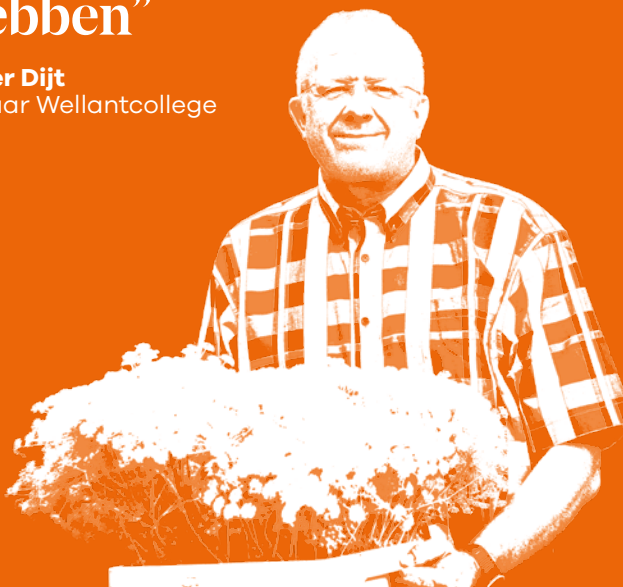
door kwekerij De Zonnebloem (De Kwakel) om het beste recept te bedenken voor led-belichting voor varens. We werken sowieso veel samen met de kwekerij en de handel om dichtbij de praktijk te staan. Zo konden we kijken welke verlichting je het beste in kan zetten om echt duurzaam bezig te zijn. Bij een ander project hebben leerlingen inventarisaties uitgevoerd van prooien en predatoren voor inzet van biologische bestrijding. Het zijn mooie voorbeelden van het koppelen van de praktijk aan theorie." ←

Project Groene Gezonde Studenten

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in het kader van het project Groene Gezonde Studenten. De financiering wordt geregeld door de Topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen, Triodos Foundation en Royal FloraHolland, waar ook het ANMEC (organisatie voor duurzaamheid in de stad), het GroentenFruit Huis, kwekerij Vireo en Fachjan een partner in zijn. Het onderzoek wordt uitgevoerd door o.a. dr. Jolanda Maas, dr. Coosje Dijkstra en Nicole van den Bogerd, MSc van de Vrije Universiteit Amsterdam.

"Onze school wil een groene uitstraling hebben"

Peter Dijt
Leraar Wellantcollege



“Groene planten zijn echt een lifestyle geworden”

Melanie Hubers (r)
Projectmanager marketingcommunicatie
Waterdrinker



Inspelen op de groene consument

Bij Waterdrinker Aalsmeer staat groen zeer centraal. Deze internationale groothandel en exporteur heeft al sinds de oprichting in de jaren zeventig groen in het DNA zitten. Het bedrijf biedt een compleet en breed assortiment met meer dan negenduizend verschillende planten. Waterdrinker wordt gezien als kraamkamer voor nieuwe en bijzondere planten en vernieuwende groene concepten. Het bedrijf streeft naar een gezonde en gelukkige leefomgeving met bloemen en planten en wil dit voor iedereen toegankelijk maken. “Consumenten zijn veel met groene planten bezig. Hier spelen wij continu op in”, aldus Selma van der Beek, marketingmanager van Waterdrinker.

Veel mensen zijn niet op de hoogte van de gezonde effecten van groene planten. Dat is ook de reden waarom Waterdrinker daarop inspeelt met thema's en campagnes voor diverse doelgroepen. Bijvoorbeeld met de bloemistencampagne 'Zuivere-luchtalarm' van afgelopen jaar en dit jaar Happy Healthy Greenness,

waarbij de gezonde eigenschappen van planten op een creatieve manier onder de aandacht worden gebracht. “Met het overbrengen van deze boodschap bereik je een nieuwe doelgroep. Sommigen hadden bijna een verdubbeling van de verkoop van planten in hun winkel. Dat blijkt uit de cijfers die bloemisten met ons delen”, vertelt Selma.

Groene planten meer dan een trend

Melanie Hubers, projectmanager marketingcommunicatie, vertelt dat bloemisten er enthousiast op reageren. “Zij kunnen die gezonde boodschap in hun winkels op de consument overbrengen. Het gaat echt om het herpositioneren van de plant. Groene planten zijn hot en verschijnen steeds vaker in allerlei media. Groene planten zijn meer dan een trend. Planten zijn echt een lifestyle geworden en niet meer weg te denken uit onze interieurs en werkplekken.”

Elke plant heeft een verhaal

Melanie geeft aan dat het verhaal van de plant en dat van de kweker centraal staan als je het over groen hebt. “Elke plant heeft een verhaal; inspirerend en interessant. Dat is wat wij over willen brengen in onze cash-and-carry en in ons Green Trade Center [in het eerste kwartaal van 2018 gaat dit van start, red.], waar wij nog meer de verbinding leggen tussen de kweker en de klanten. Hier krijgt de kweker een prominente plaats om zelf zijn verhaal te vertellen tijdens bijvoorbeeld Meet & Greet.” Selma vult aan dat kwekers zich daarnaast ook in het Green Trade Center kunnen presenteren onder hun eigen naam, in een shop-in-shop.

Kennis bundelen over groen

Royal FloraHolland werkt in het kader van de Groene Agenda onder andere samen met Waterdrinker. Dit programma vertaalt de kennis over de positieve effecten van groen naar de praktijk. “Daarbij zoeken we aansluiting met verschillende partijen, waaronder wetenschappers. Er is nog zoveel onbekendheid en onwetendheid en daarom is het juist belangrijk resultaten te delen binnen én buiten de sector”, geeft Selma aan. ←

Duizenden dahlia-koppen op het Zunderts bloemencorso

Ruim zestigduizend bezoekers vergapen zich in twee dagen aan miljoenen dahlia-koppen op imposante praalwagens in het Brabantse Zundert. Die zijn het resultaat van vele uren vrijwilligerswerk van de ploegen die de wagens bedenken en maken. Volgens de organisatie is het 's werelds grootste corso. Daar horen ook velden met dahlia's bij, want per wagen is zo een miljoen bloemen nodig.



Ruilhandel

De dahlia's worden door de vrijwilligers zelf geteeld, op eigen velden. Er zijn ook corso's in onder meer Duitsland, Frankrijk en Zwitserland. De bloemencommissies van de corso-organisaties wisselen kleuren uit om de ontwerpen uit te kunnen voeren. Ad de Bruijn doet de teelt voor buurtchap Klein Zundert. "We rekenen daar wel een prijs voor, maar nog geen twee cent per steel. Marktprijzen zijn veel te hoog voor de corso's." De uitwisseling met andere 'corsodahlia-telers' voorkomt krapte. "Dit jaar hebben we hier dahlia's in overvloed, maar vorig jaar was er een enorm tekort. Gelukkig zijn we door anderen geholpen." Het is ruilhandel en eventuele verschillen worden na het corsoseizoen afgerekend.

Bijzonder grote wielen

Wagenduwer en -bouwster Leonie van der Meulen is samen met haar ploeg onder in de indruk als de wagen op de ochtend van het corso de tent uitrolt. 'De wereld draait door' is voor het eerst in zijn volle glorie te zien. Er is tot vier uur 's nachts aan gewerkt en op de corsodag zijn de laatste puntjes op de i gezet. Tientallen buurtschapsbewoners en directe omwonenden zijn in de weer om de mooiste praalwagen te bouwen. De wagen met bijzonder grote wielen heeft een afwijkend ontwerp, vergeleken met de andere praalwagens en krijgt de vijfde prijs. De ploeg heeft hard gewerkt in de maanden vóór het evenement. "Na de optocht is het feesten natuurlijk, wat de uitslag ook is."



Spektakel

Hilde Reaman laat het corso aan haar voorbij trekken. Ze is met haar man Eric Bastien en vrienden uit België naar de optocht gekomen. Ze ziet het dahliafeest voor het eerst. "Je beleeft wat hier, wat een spektakel." De praalwagens trekken met veel kabaal voorbij, iedere wagen heeft eigen muziek en speciale effecten. "Het zijn ware kunstwerken", zegt ze terwijl 'De wereld draait door' voorbij rijdt. Ze heeft de indruk dat de praalwagens in Zundert groter en spectaculairder zijn dan bij andere corso's. "Maar die kijk ik thuis op televisie."

Sierteeltsector moet consument vernieuwend zetje geven

Hoe kijkt futuroloog Wim de Ridder van Futures Studies naar de ontwikkelingen in de sierteeltsector? Waar kunnen telers, handel en veiling rekening mee houden? "Het product wordt goedkoper door digitalisering want er verdwijnt een schakel in de keten", meent de futuroloog. De consument is klaar voor vernieuwing, maar er is een zetje nodig om hem of haar te wijzen op de mogelijkheden.





Vraag naar krachtige bloemen. De scheiding tussen werk en privé vervaagt. Hetzelfde geldt voor de planten en bloemen in die omgevingen. Volgens De Ridder moet het groen op kantoor en thuis meer in één lijn komen. Dat houdt in dat op beide plaatsen vraag is naar krachtige kleuren en grote bloemen. De Ridder verwacht dat die ontwikkeling een enorme vlucht zal nemen.

Digitalisering is onontkoombaar. Digitalisering is onomkeerbaar. De veilingklok kan wat De Ridder betreft worden vervangen door een permanente beursvloer, waar de vernieuwing op technisch en teeltgebied zichtbaar is. Er is geen ruimte meer voor exclusiviteit, kwekersrecht of patent. De beurs vervangt de sociale functie van de klok. Alles is open en door alle kennis te delen blijft de sierteeltsector sterk. Door digitalisering worden producten goedkoper omdat je een schakel er tussenuit haalt.

Zelf je boeket samenstellen.

Een deel van de beleving is zelf het boeket samenstellen. Liefst groot en in felle kleuren. Consumenten willen dat in plaats van een kant-en-klaar product. De economische groei brengt optimisme met zich mee en daardoor is er vraag naar uitbundige bloemen. Met de eigen creatie bepaalt de producerende consument het eigen imago. De sector moet dat samenstellen door de klant faciliteren. Dat hoeft niet per se in een bloemenzaak, dat kan overal.



Let it Grow laat consument positieve effecten planten en bloemen ervaren

Let it Grow opende begin september haar eigen tijdelijke winkel in de Amstelpassage op Amsterdam Centraal Station. Dagelijks kunnen 60.000 passanten hier drie maanden lang de positieve effecten van planten en bloemen ervaren. De Concept Store zorgt voor meer gezondheid en geluk in het hectische stadsleven.

Verrijk je leven met groen

Futuroloog Jacintha Scheerder verkende voor Let it Grow de wetenschappelijk bewezen effecten van bloemen en planten. Daaruit blijkt onder andere dat we elkaar meer vertrouwen door de geur van lavendel. De kleur van bloemen zorgt ervoor dat we een groter gevoel van hoop en blijdschap ervaren. En jezelf omringen met groen verhoogt de focus op de werkvloer aanzienlijk. In de Concept Store beleef je zelf hoe planten en bloemen vertrouwen en hoop laten groeien. Bovendien heeft Let it Grow deze effecten vertaald naar een productlijn die in de winkel verkocht wordt. Daar wordt de bezoeker onderdeel van Let it Grows onderzoek naar de impact van groen op het leven van stadsbewoners. Kunstenaar Thomas Traum heeft in de winkel een bijzondere digitale natuurwereld tot stand gebracht waarmee je direct de impact van groen op je geluk en gezondheid ervaart.



Ontdek groen Amsterdam

Voor degenen die meer groen in de stad willen ervaren, geeft Let it Grow bezoekers van de Concept Store een couponkaart met groene 'hotspots' in Amsterdam. Zodat consumenten gestimuleerd worden om 'groen' te gaan ervaren of kopen in de stad! Bekijk ook eens de nieuwe website van Let it Grow, met nieuwe rubrieken, artikelen en weetjes die consumenten nog meer inspireren om planten en bloemen een rol te laten spelen in hun leven: www.letitgrow.org. ←

Día de Muertos trekt naar Parijs

Op woensdag 1 november wordt Allerheiligen gevierd, de katholieke feestdag waarbij de overledenen worden herdacht. Bloemenbureau Holland heeft dit jaar een speciale campagne die geïnspireerd is op het Mexicaanse Día de Muertos, soms ook Día de los Muertos genoemd: de dag van de doden.

Het evenement is zeer bloemrijk, met de oranje bloem tagetes (het afrikaantje) als hét officiële symbool. De doodshoofden symboliseren geluk. De herinnering aan de mooie dingen heeft iets feestelijks en de jongere generatie is gevoelig voor deze nieuwe insteek uit een andere cultuur. De lievelingsbloemen en de favoriete drankjes van de overledene worden op een 'altaar' gezet en daaromheen vindt het feest plaats. In de hippe wijk Le Marais in Parijs wordt dit evenement groots gevierd in aanwezigheid van journalisten en andere influencers. Het doel is om Frankrijk te laten ervaren dat je op een andere (bloemrijke) manier de doden kunt herdenken. Meer informatie vindt u op www.bloemenbureauholland.nl. ←

Hillenraad100: prijs voor toonaangevende bedrijven

Op vrijdag 3 november 2017 vindt de Hillenraad100 plaats. Royal FloraHolland is samen met de Rabobank gastheer van dit evenement. De Hillenraad100 is de jaarlijkse ranking van de honderd meest toonaangevende ondernemingen in de (glas)tuinbouwsector. Slechts één procent van de tuinbouwondernemingen haalt de Hillenraad100. Een notering in de lijst is een erkenning voor toonaangevend ondernemerschap. Op het Hortigala worden de namen van de Hillenraad100 bekendgemaakt.

Dutch Tulip Award: de prijs voor noviteiten in de sierteelt

Noviteiten worden steeds belangrijk in onze sector. Zij zijn hét bewijs dat de sierteelt continu in ontwikkeling is. De beloning voor de beste noviteit of het beste concept is de Dutch Tulip Award (voorheen de Glazen Tulp). Uw noviteit onder de aandacht in binnen- en buitenland? Meld u aan via: noviteiten@royalfloraholland.com

Datum: **dinsdag 7 november**

Waar: **Studio's Aalsmeer**

Tijd: **16.45 tot 20.00 uur**

Regiobijeenkomsten Royal FloraHolland*

Gameren	6 november 16.00 uur
Huissen	6 november 16.00 uur
Royal FloraHolland - Rijnsburg	7 november 16.00 uur
Royal FloraHolland - Naaldwijk	7 november 16.00 uur
Israël - Tel Aviv	14-16 november
Royal FloraHolland - Aalsmeer	14 november 16.00 uur
Royal FloraHolland - Eelde	14 november 16.00 uur
Sevenum	15 november 16.00 uur
Heerhugowaard	15 november 16.00 uur
Kenia - Nairobi	19-24 november
Ethiopië - Addis Abeba	19-24 november
Vlaanderen - Lochristi	20 november 16.00 uur
Royal FloraHolland - Naaldwijk	21 november 16.00 uur
Duitsland - Straelen	21 november 16.00 uur

**Locaties zijn nog onder voorbehoud.*

Voor meer informatie over alle evenementen:
kijk op **www.royalfloraholland.com**

Colofon GROW

GROW, het relatieblad van Royal FloraHolland voor klanten en kwekers, is ook te lezen op www.royalfloraholland.com.

Redactieadres

GROW, Postbus 220
2670 AE Naaldwijk

E-mail GROW@royalfloraholland.com

Meer informatie over ons relatieblad vindt u op www.royalfloraholland.com/grow.

Deze GROW is gemaakt door

Rianne Nieuwenhuize (eindredacteur),
Katja Bouwmeester (hoofdredacteur),
Thomas Gerkrath (corrector), drukkerij
Van Deventer bv, Marcel Bosma
(vormgever), Erik van der Burgt
(fotograaf), Kees Beekmans (fotograaf),
Hans van der Lee (tekstschrijver)

Fotocredits

Foto Rod Jones (p. 6-7): Rod Jones.
Foto globetrotter calla:
Bloemenbureau Holland.
Foto trends (p. 28-29): Shutterstock
en foto Wim de Ridder is van
Erik van der Burgt.
Foto Día de los Muertos (p. 30):
Bloemenbureau Holland.
Foto Concept Store (p. 30):
Let it Grow/Maarten Nauw.

Wijzigingen doorgeven?

Voor informatie over of wijzigingen in de toezending van dit relatieblad kunt u e-mailen naar ledenadministratie@royalfloraholland.com
Zij nemen uw aanvragen in behandeling.

Drukproces

Het drukproces van dit blad voldoet aan de strengste eisen op het gebied van milieu en gezondheid. Dit tijdschrift wordt gedrukt op FSC-gecertificeerd papier. De folie voor de verpakking van GROW bestaat uit de grondstoffen polyethyleen en polypropyleen.

Groen heeft de toekomst



Groen is gezond,
mooi én inspirerend.

Als sierteeltsector moeten we samen voor een groene toekomst gaan. Al is het alleen al voor onze kinderen. Laten we de wereld samen groener en gezonder maken! De toekomst is nu.



Royal
Flora
Holland

Flowering the world.