

Landenwinnaars Gouden Bloembol 2017

Dit seizoen nemen meer dan 2.000 scholen uit Nederland, Duitsland, Engeland en Canada deel aan de campagne Bulbs4Kids. Per land wint de school met de mooiste bloementuin de Gouden Bloembol 2017. Op 13 juni maakt iBulb via de website www.bulbs4kids.com en via persberichtgeving bekend welke scholen dat zijn.



'Bloembollenplantdag' Enkhuizen, oktober 2016

iBulb organiseert persdagen tijdens Dutch Lily Days

Van 6 tot 9 juni vindt de zevende editie van de Dutch Lily Days plaats. Evenals in voorgaande jaren heeft iBulb de internationale vakpers uitgenodigd voor de persdagen. Journalisten en redacteurs uit de hele wereld bezoeken diverse Nederlandse leliebedrijven. Door de mogelijkheden van snij- en pottelies te laten zien, stimuleert iBulb de vakpers om aandacht aan lelie te besteden in vakbladen voor zowel de buitenlandse broeierij als bloemisterij. Voorgaande jaren waren de persdagen een bron van inspiratie, die veel en uitgebreide publicaties in de internationale vakpers als gevolg hadden. Bovendien is de relatie met de buitenlandse vakpers versterkt. Dit jaar nemen journalisten uit zo'n 10 verschillende landen deel aan de persdagen.

Doelmatige besprekingen promotie Zweedse tulpen en bollen-op-pot

Op woensdag 17 mei jl. troffen vertegenwoordigers van Anthos, iBulb en de Zweedse LRF elkaar in Stockholm voor de jaarlijkse besprekingen van de promotieprogramma's voor lokaal geproduceerde tulpen en bloembollen-op-pot. Voor de uitvoering is een budget van 160.000 euro beschikbaar. De bloembollenexporteurs en hun Zweedse afnemers dragen dit geheel op vrijwillige basis af aan de aan Anthos gelieerde Stichting Promotiefonds Scandinavië.

Lag het accent in het verleden op een buitenreclamecampagne, in 2017 en 2018 is het vizier vooral op sociale media gericht. Dit in combinatie met deelname aan radio- en televisieprogramma's, het ontwikkelen van Point-of-Sale-materiaal en -video's, het houden van persbijeenkomsten en de organisatie van de jaarlijkse Tulip Day op 15 januari. Een zeer succesvol onderdeel van de tulpen campagne is deelname aan een televisieprogramma, waarin voor de Zweedse consument een wereld opengaat als zij kennismaakt met de lokale productie van tulpen. Het programma krijgt in de tulpentijd een vervolg, waarbij vanuit de studio een breed assortiment 'Svenskt Sigill' ofwel Zweeds geproduceerde tulpen aan de kijker wordt getoond.

Geurcoderingen

Naast de tulpen campagne worden succesvolle promotieprogramma's ontwikkeld voor het gebruik van bollen-op-pot, in het bijzonder voor narcis Tête-à-Tête en hyacint. Ook deze producten zullen in het vervolg als 'lokaal geproduceerd' in de markt worden gezet. Voor hyacint zal gebruik gemaakt worden van geurcoderingen, zodat de consument bij aankoop weet of hij met sterk of licht geurende soorten te maken heeft.

Afzetontwikkelingen

Tijdens de vergadering is ook uitgebreid stilgestaan bij de ontwikkelingen in de markt. Tot tevredenheid van alle partijen kon worden vastgesteld dat na een wat aarzelend begin, de verkoop van tulpen vanaf de tweede week in januari goed begon te lopen. Die trend zette zich voort tot aan het einde van het seizoen. Opvallend is wel dat de markt steeds vroeger om tulpen vraagt. Het seizoen gaat daarom ver voor Kerstmis al van start. Deze verlenging van het seizoen heeft geen gevolgen voor de planning van de reclameactiviteiten, omdat deze zich vooral in het eerste kwartaal van 2018 zullen concentreren. Ook de afzet van hyacint en narcis Tête-à-Tête verliep tot ieders tevredenheid zeer voorspoedig.





De kracht van Groen

Start nieuwe seizoen Bulbs4Kids

De inschrijving voor het Bulbs4Kids seizoen 2017/2018 is gestart. In totaal zijn er 2.450 pakketten beschikbaar. Na het startschot voor het inschrijven liep het storm. Door het grote animo van juffen en meesters voor deze campagne is een groot deel van de pakketten al toegekend. Op de website www.bulbs4kids.com is te zien hoeveel pakketten nog beschikbaar zijn. Ook retailers toonden het afgelopen seizoen belangstelling voor het project. Komend seizoen kunnen retailers daarom partner worden van Bulbs4Kids.



Wijnand van der Kooij op jaarvergadering benoemd tot bestuurslid Anthos



Tijdens de Algemene Ledenvergadering van Anthos is Wijnand van der Kooij, directeur bij De Jong Lelies Holland BV, benoemd tot lid van het Bestuur Bloembollen en het Algemeen Bestuur van Anthos. Wijnand volgt Ruud Berbee op, die per 1 januari jl. als bestuurslid is teruggetreden.

Verder is tijdens de vergadering de jaarrekening 2016 goedgekeurd en gaven de leden hun instemming aan de begroting voor 2018. Ook zijn de eerste contouren van de toekomstvisie 'Anthos: één in belangenbehartiging' gepresenteerd. Met deze visie streeft het

Algemeen Bestuur ernaar om voor de toekomst een solide bestuurlijke, financiële en organisatorische basis onder de organisatie en de vier aan Anthos verbonden stichtingen (iBulb, Promotiefonds Japan, Promotiefonds Scandinavië en de Afzetbevordering USA-Canada) te behouden. De komende tijd zullen de aanbevelingen uit de visie in nauwe samenspraak met de leden en de deelnemers aan de verschillende stichtingen worden uitgewerkt met het doel implementatie per 1 januari 2018.

Anthos behartigt wereldwijd de belangen van handelsbedrijven in bloembollen en boomkwekerijproducten op het gebied van markttoegang, onderzoek, promotie en arbeid. iBulb promoot bloembollen, bolbloemen en bollen-op-pot en financiert technisch onderzoek en markttoegang. Ook promoot iBulb boomkwekerijproducten en vaste planten voor IVerde en Perennial Power.

Keukenhof heeft haar poorten gesloten en likkebaardend kijken bestuur en directie terug op een geslaagd seizoen. Daarin is met 1,4 miljoen bezoekers een nieuw record gevestigd en dat is een groot compliment waard in de richting van al diegenen die zich zo hard hebben ingezet om van dit jaarlijkse evenement een succes te maken.

In Almere is het tijdstip van terugkijken nog lang niet aangebroken. Daar is men volop bezig met het treffen van de voorbereidingen voor de Floriade 2022 die als motto 'Growing Green Cities' heeft. Nu is 2022 nog ver weg, maar ten opzichte van de Floriade in Venlo zijn we in tijd gemeten alweer halverwege. Toch lijkt het betrekkelijk rustig rondom de organisatie van deze wereldtentoonstelling, afgezien van het feit dat de lokale PVV op haar politieke kansen blijft loeren om dit evenement alsnog af te blazen.

De kans daarop is nihil, zeker nu de eerste contouren van de Floriade zichtbaar worden en het concept recht doet aan het thema waarvoor is gekozen. En juist dat thema biedt de groene sector uitgelezen mogelijkheden om zich in 2022 te profileren, want groen en de meerwaarde daarvan voor mens en omgeving is hot. Dat blijkt ook uit wetenschappelijk onderzoek dat Anthos door haar deelname aan het platform De Groene Stad heeft laten ontwikkelen en waarvan de eerste resultaten in factsheets zijn vastgelegd.

Groen staat nationaal en internationaal hoog aangeschreven. Niet alleen op politieke agenda's, maar ook bij het niet-groene bedrijfsleven, zo blijkt uit uitspraken van VNO-NCW voorman Hans de Boer. Binnenkort ga ik bij hem op de koffie om te bespreken of wij de handen ineen kunnen slaan en gezamenlijk de meerwaarde van groen beter kunnen gaan verwaarden. Daarin speelt de Floriade in Almere een belangrijke rol, niet alleen in het jaar 2022, maar ook in de aanloop daarnaartoe.

Floriades hebben nog wel eens een bittere nasmaak, maar daar moeten we ons niet door laten leiden: door de samenwerking met de Floriade en andere partijen in een vroeg stadium te zoeken biedt Almere ons een uitgelezen mogelijkheid om de kracht van groen goed op te kaart te zetten.

Henk Westerhof
westerhof@anthos.org