

Eerste American Tulip day:

‘Tulips are my favourite flowers, I love them!’

Het was zaterdag 3 maart een waar tulpenfestijn in het centrum van San Francisco.

In navolging van het succesvolle evenement op de Dam in Amsterdam, hadden Anthos en iBulb de oversteek naar de Verenigde Staten gemaakt om daar deze festiviteit te beproeven.

De eerste American Tulip Day werd een groot succes, niet in de laatste plaats dankzij de inzet en betrokkenheid van Tulpen Promotie Nederland, Sun Valley als leverancier van de tulpen, een groep importeurs, exporteurs en vele andere vrijwilligers.



RUIM 100.000 TULPEN

Om de belofte van een kleurrijke tulpendisplay bestaande uit ruim 100.000 tulpen waar te maken, moesten de handen uit de mouwen worden gestoken. Meer dan duizend kratten met tulpen op grond moesten in een rap tempo worden uitgeladen en volgens een ontwerp op hun plaats worden gezet. Toen het evenement was afgelopen moesten diezelfde kratten weer terug de vrachtwagens in. Een eenvoudige rekensom leerde dat een groep van een kleine twintig man op die dag meer dan vijftig ton aan gewicht had versjouwd.

5.000 MENSEN

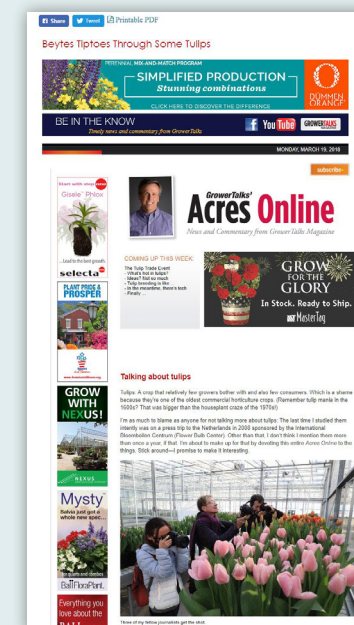
De inspanningen waren niet voor niets: het evenement was een daverend succes. Op Union Square in het centrum van de stad was een pluktuin verzezen waar 5.000 mensen tulpen kwamen plukken en die de aandacht van veel media trok. Voor één dag was San Francisco het wereldcentrum van de tulp. Het evenement is financieel mogelijk gemaakt door iBulb, de Stichting Afzetbevordering USA/Canada van Anthos, de Rabobank Bollenstreek, de Nederlandse ambassade in Washington en Denkers International. Deze partijen zullen in samenspraak met Tulpen Promotie Nederland het evenement evalueren en een besluit nemen over de toekomst van de American Tulip Day. Bij de 'sjouwers' genieten tulpen op water bij een eventueel vervolg in ieder geval de voorkeur.

Eerste persreis Tulip Trade Event succesvol

De door iBulb georganiseerde persreis tijdens het driedaagse Tulip Trade Event in maart was een schot in de roos. Het doel van de persreis was de relatie met belangrijke perscontacten versterken en publiciteit genereren in vakbladen.



Op uitnodiging van iBulb, kwamen journalisten uit maar liefst negen landen naar Nederland: Noorwegen, Zweden, Finland, Rusland, Polen, Tsjechië, Amerika, China en Japan. De groep bezocht verschillende bedrijven die deelnamen aan het Tulip Trade Event. Naast presentaties en rondleidingen, namen de journalisten verschillende interviews op de bedrijven af. Alle deelnemers aan de persreis vertrokken enthousiast naar huis met een berg aan informatie, foto's en video's over tulpen. De eerste publicaties zijn al verschenen. Het was het derde Tulip Trade Event en de eerste keer dat er een persreis aan gekoppeld was.



Het succes van de tulp kent vele vaders

Henk Westerhof
westerhof@anthos.org

De populariteit van de tulp kent geen grenzen. Het CBS publiceerde pas geleden de nieuwste areaalstatistiek, die aangeeft dat het areaal tussen 2000 en 2017 met 38 procent is toegenomen. Uit de daaropvolgende commentaren blijkt dat de rek er nog lang niet uit is en dat een verdere uitbreiding in het verschiet ligt.

De groei in de afzet wordt door de kenners vooral voorspeld bij de binnenlandse broeierij. Zo'n tien jaar geleden bedroeg de totale binnenlandse productie ruim 1 miljard stelen. Anno 2018 heeft die zich ruim verdubbeld: schattingen wijzen uit dat er inmiddels 2,3 miljard stelen in Nederland worden geproduceerd. De groei van het areaal, gecombineerd met de positieve handelsstemming, doet vermoeden dat het aanbod van Nederlandse tulpen in de komende jaren verder zal toenemen.

Wat mij opvalt, is dat in de euforie rondom de tulp nauwelijks aandacht wordt besteed aan de hoeveelheid tulpenbollen die in het buitenland worden gebruikt voor tuin- en parkbeplantingen én door de buitenlandse broeiers die daarmee de concurrentie aangaan met hun Nederlandse collega's. Een 'kenner' riep pas geleden zelfs dat Nederland almachtig is en dat de afzet richting buitenland verpulverd wordt onder het geweld van de binnenlandse broeierij.

Nu gun ik iedereen zijn succes, maar enige nuancering bij dit soort spierballentaal is op zijn plaats. Het blijkt namelijk dat de afzet naar bestemmingen buiten onze eigen landsgrenzen niet onderschat mag worden en zelfs het binnenlandse gebruik overtreft: naar de landen buiten de EU gaan ruim 1,4 miljard tulpenbollen, terwijl de afzet binnen de EU ruim 1,3 miljard stuks bedraagt. En net als voor de binnenlandse markt, tonen de meeste landen aanmerkelijke groei cijfers in vergelijking tot voorafgaande jaren.

De populariteit van de tulp kent dus geen grenzen en dat blijkt ook tijdens grote evenementen, zoals de Tulpan Tag in Zweden, de pluktuinen in Amsterdam en San Francisco en het Tulip Trade Event. Het succes van de tulp kent dus vele vaders en daarom gaat het mij te ver als één van hen met alle eer wil gaan strijken.