

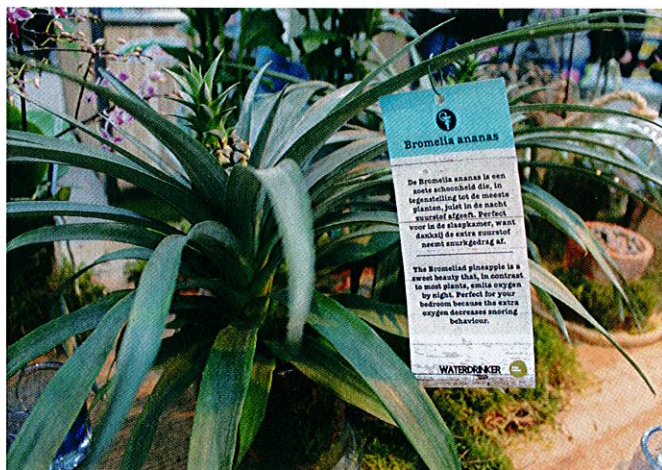


## Presenteren op kleur

In Boskoop werden vorige week diverse prijzen uitgereikt. Zo won vasteplantenkwekerij Griffioen Wassenaar de Tuinzaken Retail Award in de categorie 'groen buiten'. Dit bedrijf zet diverse concepten in de markt. Op de beurs was te zien hoe je planten op kleur kan presenteren. „Consumenten weten vaak de namen van de planten niet, maar ze kopen een kleur die ze mooi vinden. Er loopt steeds minder personeel in de tuincentra, dus wij moeten de consument zoveel mogelijk op weg helpen”, zo zegt Arthur de Wit van het bedrijf. Uiteindelijk draait het volgens hem om rendement draaien en de klant ontzorgen. Dit doet Griffioen bijvoorbeeld ook door de planten in een tray van zes stuks aan te leveren. Door deze kleinere hoeveelheid is de drempel om na te bestellen volgens De Wit minder hoog.

## Bromelia voor snurkers

Wist u dat de Ananasplant 's nachts zuurstof afgeeft in plaats van overdag? En dat deze extra zuurstof van de bromelia kan helpen tegen snurken? Het is zomaar een voorbeeld van storytelling. De consument van vandaag is steeds meer op zoek naar beleving. „Natuurlijk is dit ook een beetje een grap. Maar telers kunnen hier zeker wel wat mee doen. Het kan mensen interesseren voor dit product”, aldus een medewerker van Waterdrinker. In de stand besteedde dit bedrijf veel aandacht aan storytelling. Zo is eucalyptus goed voor de hoest en kan helleborus helpen bij maagzweren. Voor de manier waarop Waterdrinker meer beleving aan de plant toevoegt, werd zij onderscheiden met de Tuinzaken Retail Award in de categorie 'binnen groen'.



## Plant, pot en inspiratie bij elkaar

Soms staan potten ver van de plantenafdeling af. Consumenten moeten zelf op zoek en combinaties maken. Volgens John Hak is het belangrijk om die zaken naar elkaar toe te trekken. Met zijn concept 'de inspiratietafel' koppelt hij planten, potterij en inspiratie aan elkaar. Met deze opstelling staat alles bij elkaar en bovendien wordt de consument door middel met een video geïnspireerd met wat hij met het product kan doen. Dit concept is nu in de testfase en draait op een aantal locaties. Het assortiment en het thema worden elke drie weken gewisseld. Het concept wordt ondersteund via de sociale media.

## Investeren in snijbloemen

Ook bloemen waren op de beurs aanwezig. het Bedrijf TF2 uit Warmond is een handelskwekerij, maar levert tegelijkertijd aan de retail en heeft daarvoor enkele concepten ontwikkeld. Volgens Nelleke de Mooij is het een mooie combinatie en kunnen zij hierdoor de bloemen tegen een scherpe prijs leveren. „Wij telen zelf, met name in het voorjaar en de zomer, een vrij breed assortiment en leveren dit aan klanten. Daarnaast kopen wij bij op de klok”, legt zij de werkwijze uit. Volgens haar zijn er steeds meer tuincentra die ook bloemen in hun assortiment opnemen, al is er volgens haar ook nog een grote groep te winnen. „Wanneer je bloemen wilt gaan verkopen, moet je ook investeren in een koelcel. Daar is nog niet iedereen toe bereid”, geeft zij aan.

