

# Peter van de Pol, spreker op Blooming the Future: 'Belangrijkste boodschap is: kom in actie'

**Een uitgebreid rapport komt er niet op het slotcongres van Blooming the Future. Vijf sprekers delen hun ervaringen met de belangrijkste uitdagingen voor de sector. Een van de sprekers is Peter van de Pol, directeur van Schoneveld Breeding: „Het gaat ook niet om weer een nieuw rapport. Het gaat om het aanreiken van praktische handvatten.”**

**Arie-Frans Middelburg**  
afmiddelburg@hortipoint.nl

**H**et antwoord dat Berry Philippa, voorzitter van Blooming Breeders vorig jaar in week 47 gaf op de vraag 'Waarom Blooming the Future?' in een interview met het Vakblad voor de Bloemisterij was helder. „Omdat we willen komen tot een sectorbrede visie die tot stand komt in samenspraak met alle geledingen van de sierteelt; veredelaars, toeleveranciers, producenten, veilingen, handelaren en retailers.” Ook op de site van Blooming the Future wordt nog vastgehouden aan 'een strategische visie en actieplan waar alle partijen in de sector achter staan.'

Inmiddels zijn er een congres en decisionroomsessies geweest, ligt er een SWOT-analyse en een lijst met ideeën en zijn de datum, de plaats en het programma voor het slotcongres bekend. Alle geledingen van de sector zullen daar wederom aan meedoen. Duidelijk is echter dat er geen

uitgebreide visie opgetekend in een lijvig rapport gaat komen, maar een visie voor de sector verwoord door Berry Phillipa in 300 woorden. Vijf sprekers delen op 22 september in Breukelen hun aanpak op vijf terreinen die volgens Blooming the Future voor de sierteelt uitdagingen vormen. Philippa wil daar aan het eind van het congres een beginselverklaring voor de hele sector uit destilleren.

## Samenwerken

Een van de sprekers is Peter van de Pol. Hij nam na het eerste congres op 2 december vorig jaar zitting in een klankbordgroep. Nu spreekt hij met Hendrico de Brabander van Noviflora over een van de uitdagingen voor de sector: samenwerken. Schoneveld en Noviflora zetten samen primula Pricanto in de markt.

Van de Pol zat niet te wachten op een nieuw lijvig rapport van Blooming the Future. Er zijn er al zoveel. FloraHolland, ABN Amro, LTO, Rabobank en het Santpoort-beeraad. „Ik wil geen nieuwe visie met nieuwe inkt, die in een kast eindigt. Maar praktische handvatten geven. Waar ging het fout en wat ging goed bij onze samenwerking met Noviflora?”

Van de Pol wijst erop dat gedurende het traject van Blooming the Future de andere visies wel zijn meegenomen. „Maar we hebben niet geprobeerd slimmer te zijn en iets nieuws te beginnen. Visies vertellen hoe het in theorie zou moeten. Ik wilde best in een klankbordgroep, maar als er alleen een rapport zou komen dat in de kast zou blijven liggen dan was ik afgehaakt. Geef de sector ook een oplossing, een denkrichting. Laat voorbeelden zien en discussieer erover”, aldus de International Grower of The Year 2014.

## Achtergrond

### Slotcongres Blooming the Future

Het slotcongres van Blooming The Future; Sierteelt in Beweging vindt plaats op 22 september, vanaf 14.15 uur. De locatie is Nyenrode Business Universiteit, Straatweg 25, Breukelen. Op het slotcongres delen vijf sprekers hun ervaringen over uitdagingen voor de sierteeltsector: marketing, cross-overs, consument, duurzaamheid en samenwerking.

Marcel Jansen van Ström Creative Marketing spreekt – zijn verhaal heet

Aandacht trekken – over marketing. Peter van de Pol van Schoneveld Breeding en Hendrico de Brabander van Noviflora behandelen onder het kopje 'Partnerschap bouwen' de uitdaging samenwerking. Helias Andriessen van Plantics spreekt over duurzaamheid. Annet Langeslag van Albert Heijn heeft het in 'Klanten Binden' over de consument. Het is nog een verrassing wie de uitdaging cross-overs bespreekt.

## Toverwoord

Van de Pol spreekt op het slotcongres dus over samenwerking. Een toverwoord dat de afgelopen maanden en jaren al zo vaak rondzong als het tegen zat in de sector. Net als de andere uitdagingen op Blooming the Future: consument, marketing, cross-overs en duurzaamheid. What's new? Zijn het geen open deuren? „Zolang het alleen met de mond beleden wordt wel”, zegt Van de Pol. „Maar ik denk door te laten zien hoe wij de handen ineen hebben geslagen met andere bedrijven door specifiek markt-productcombinaties te maken en schaphouders te ondersteunen. Dat is samenwerken met de handen.”



„Er zullen er op het slotcongres van *Blooming the Future* mensen zijn – en dat weet ik zeker – die bruikbare elementen vinden in wat de sprekers te vertellen hebben. En dan vind ik dat we al wat bereikt hebben.”

Van de Pol realiseerde zich in 2008 dat het anders moest met Schoneveld. De crisis zorgde zijns inziens voor een nieuwe werkelijkheid. Bedrijven zouden voortaan meer moeten doen voor dezelfde omzet. Je moet volgens hem echt een meerwaarde hebben. Hij hield zich voortaan opzettelijk niet meer alleen aan zijn rol aan het begin van de keten. „We willen niet op iemands stoel gaan zitten, maar wel de stoelen bij elkaar zetten. En specifiek kennis bij elkaar brengen.”

In 2008 begon Schoneveld daarom met het geven van teeltondersteuning. In 2010 werd dat aangevuld met marketingondersteuning en in 2012 ging de veredelaar ook verkoopondersteuning geven.

### Om tafel

Schoneveld zit regelmatig om tafel met eindklanten van kwekers. Met een Ikea bijvoorbeeld dat cyclamen uit haar sortiment wilde schrappen, maar na gesprekken met Schoneveld de kleurenmixen per land aanpaste en toch weer 1,4 miljoen cyclamen ging draaien.

Of met Franse tuincentrumketen Jardiland. Local for local is een trend in Frankrijk, Engeland en Duitsland. „We moeten niet denken dat we onze Nederlandse producten er even door kunnen drukken in die landen. Wat we wel kunnen doen is een

samenwerking opzetten.” Voor cyclamen Petticoat werd met de Jardiland afgesproken dat de keten van lokale kwekers afnam, maar zodra de kwaliteit in Frankrijk afnam als het te warm werd, werd er gekozen wordt voor planten uit Nederland.

Daarnaast helpt Schoneveld – in samenwerking met andere veredelaars en handelaren – tuincentra met het stimuleren van de verkoop door de Inspiratietafel. De tafel dient bezoekers van tuincentra te inspireren en aan te zetten tot aankoop. Aan de hand van een productkalender wordt de tafel bij tuincentra 52 weken per jaar gevuld met planten. Tweewekelijks verandert het sortiment. Op de vloer geeft een medewerker van het tuincentra informatie over de planten, bovendien is er ondersteuning van narrowcasting en online-activiteiten.

### Actie

Van de Pol is positief over de stappen die Schoneveld sinds 2008 heeft gemaakt. Hij zag zijn kosten weliswaar stijgen, maar het bedrijf schrijft nog altijd zwarte cijfers. „Op de korte termijn levert de samenwerking niet veel op. Maar op de lange termijn wel. Ik weet zeker dat onze genetica in beeld blijft bij schaphouders waardoor kwekers kunnen blijven leveren en wij ook aan kwekers kunnen blijven leveren.”

Van de Pol hoopt mensen volgende week te inspireren. „We pretenderen niet alle kennis in huis te hebben. Maar een belangrijke boodschap die we willen brengen is: kom in actie. Als maar 1% van de aanwezigen geïnspireerd wordt om samen te gaan werken. Dan hebben we meer bereikt dan een rapport dat in de kast blijft liggen.”

### Geen revolutie

Een revolutie verwacht Van de Pol niet, kleinere veranderingen wel. „Als iedereen blijft zitten en redeneert: is dit het nou? Dan komen we niet los. Mensen in de sector zullen een voet los van de grond moeten doen, anders kunnen ze geen stap zetten. Er zullen er echter zijn bij wie de uitdagingen niets te weeg brengen. Zij zullen de kat uit de boom blijven kijken. Voor hen is het straks te laat. Maar er zullen er ook zijn – en dat weet ik zeker – die bruikbare elementen vinden in wat de sprekers te vertellen hebben. En dan vind ik dat we al wat bereikt hebben.”

Wat heeft *Blooming the Future* Van de Pol zelf eigenlijk gebracht? „Het heeft me een nieuw netwerk opgeleverd. Ik ben in de klankbordgroep gerold en dat heeft me in nauwer contact gebracht met andere mensen. Dat heeft het me al gebracht. Ik probeer daarbij wel altijd te kijken naar verbindingen voor ons bedrijf.” <