

Beleef het platteland

PEEL EN MAAS - De LLTB-afdeling Peel en Maas laat u via een verhalenreeks kennismaken met de agrarische bedrijven in de regio, de ondernemers hierachter en de bedrijfsmatige en maatschappelijke ontwikkelingen die spelen. Deze maand een speciale editie: agrarische ondernemers uit Peel en Maas blikken terug op de Floriade 2012



Regionale agrosector op de kaart gezet'

De vruchten van de Floriade



(DOOR ANK VAN LIER)

PEEL EN MAAS - Zondag 7 oktober sloot de Floriade 2012 haar poorten. Veel leden van de LLTB Peel en Maas waren het afgelopen half jaar betrokken bij de wereldtuinbouwtentoonstelling. Allemaal op hun eigen manier en met hun eigen doelstelling. Hoe kijken deze agrarische ondernemers terug op het evenement? En wat heeft de Floriade hen opgeleverd?

Een rondgang leert dat deelname meestal niet in klinke munt kon worden verzilverd, maar dat de winst vooral ligt in sector- en productpromotie én in maatschappelijk draagvlak. De LLTB Peel en Maas was op vele fronten vertegenwoordigd op de Floriade. Zo zetten veel leden zich vrijwillig in om de wereldtuinbouwtentoonstelling tot een succes te maken: zij ontvingen bijvoorbeeld bezoekers in het Huis van de Smaak en verzorgden rondleidingen. Daarnaast waren een heleboel leden van de LLTB Peel en Maas met hun bedrijf present op de Floriade. Zo was Neessen aardbei- en aspergeplanten één van de deelnemers binnen het 'Peel & Maas Innoveert'-podium in het Huis van de Smaak: zestien ondernemers lieten hier zien wat zij te bieden hebben en dat Peel en Maas uitblinkt in innovatief ondernemerschap. Daarnaast stelde het bedrijf uit Grashoek producten ter beschikking voor de aardbei- en aspergepromotie in het Huis van de Smaak. "Waarom wij meededen aan de Floriade? Vooral om de waarde en het belang van de tuinbouwsector te onderstrepen. En: om maatschappelijk draagvlak te creëren, moet je als sector naar buiten treden", zo is de mening Inge van Haastert-Neessen van Neessen aardbei- en aspergeplanten. "Op extra omzet hebben we zeker niet gerekend. De Floriade is namelijk een tentoonstelling voor consumenten; zij zijn vooral indirect onze klanten. Onze aard-

bei- en aspergeplanten gaan hoofdzakelijk naar professionele telers of handelspartijen." Desondanks heeft de Floriade volgens Van Haastert absoluut het nodige opgeleverd, al erkent zij dat het resultaat moeilijk grijpbaar en meetbaar is. "Maar in ieder geval heeft het evenement de naamsbekendheid van ons bedrijf verder vergroot; we hebben ontzettend veel reacties gekregen op onze deelname. Van vrienden, burens, mensen in het dorp, et cetera. Daarnaast is de agrosector in deze regio verder op de kaart gezet; 2 miljoen mensen weten nu dat hier een geweldige dynamiek heerst en dat continu wordt gewerkt aan nieuwe ontwikkelingen. Dat kan alleen maar goed zijn voor onze toekomst. Daarnaast ben ik ervan overtuigd dat de tuinbouw door de Floriade meer maatschappelijk draagvlak heeft gekregen. Hierdoor wordt bijvoorbeeld het aanvragen van vergunningen in de toekomst wellicht een stukje makkelijker, ook voor ons."

Onderbuikgevoel

Leo van Riel van Van Riel Sierplantenkwekerij in Beringe sponsorde, samen met 17 andere kwekers, maar liefst 180.000 vaste planten voor de aanleg van het basispark van de Floriade. Ook leverde hij planten voor de inzending Home of Health and Happiness, in het themaveld Relax and Heal. "Ik vond dat elke ondernemer een steentje moest bijdragen om de Floriade tot een succes te maken. Doe je niet mee, dan moet je achteraf ook niet zeuren dat er te weinig gebeurd is", zegt Van Riel. De ondernemer heeft de gedane investering niet terugverdiend. Verre van dat. Maar de Floriade was volgens hem wel een ideaal platform om vaste planten en siergrassen te promoten bij de consument. "Twee miljoen mensen hebben onze producten gezien - hoe anders bereik je zo'n grote groep consumenten? Regelmatig zeiden mensen tegen mij dat de borders met vaste planten en siergrassen er fantastisch mooi bij stonden. En dat ze

verrast waren door de diverse toepassingsmogelijkheden. Wat dit precies oplevert, is moeilijk te zeggen. Maar mijn onderbuikgevoel zegt dat dit de verkoop van onze producten op termijn zeker ten goede zal komen."

Wegwijs in de varkenshouderij

Naast 'plantaardige' leden van de LLTB Peel en Maas waren ook de dierlijke sectoren vertegenwoordigd op de Floriade. Zo nam het VarkensGilde Peel & Maas deel aan het 'Peel en Maas Innoveert'-podium. Bij het gilde zijn 30 varkenshouders aangesloten, die de varkenshouderij willen profileren als een transparante en vooruitstrevende sector, die een sterke binding heeft met de regio. "Met onze deelname wilden we laten zien dat wij passie hebben voor ons vak en werken met hart voor onze dieren", vertelt Hanny Kuijpers van het VarkensGilde Peel en Maas. "Daarnaast was ons doel om Floriadebezoekers - ook veel mensen uit de regio - te laten zien hoe belangrijk de varkenssector is voor Peel en Maas." In september waren de varkenshouders die deel uitmaken van het VarkensGilde enkele dagen lijfelijk aanwezig op de Floriade en gingen zij in gesprek met bezoekers. "We hebben uitgelegd hoe wij werken en waarom wij bepaalde zaken doen zoals wij ze doen. Bijvoorbeeld dat zeugen in aparte hokken liggen omdat anders de biggetjes in de verdrukking raken. Ook was er ruimte voor vragen van mensen. Bezoekers waren onder meer verbaasd dat varkens zo'n slimme dieren zijn! Door in gesprek te gaan hebben we de burger echt wegwijs kunnen maken in de wereld van de varkenshouderij; dat was heel leuk om te doen. En we kregen ontzettend veel positieve reacties, soms zelfs hartverwarmend. Dankzij de Floriade hebben we het imago van onze sector zeker verder kunnen verbeteren, daar twijfel ik niet aan. En we hebben duidelijk gemaakt dat de regio niet om de varkenshouderij heen kan!"