

# SIGNaal

Najaar  
2014

Groen, geld, gezondheid  
en geluk: de thema's van  
het SIGN programma  
2012-2015

Trekkkracht voor duurzame  
sierteelt via gezondheid en  
welbevinden.



## Uitgelicht Duurzame sierteeltketens

SIGN onderzocht op welke manier duurzaamheid kan leiden tot een betere marktpositie voor sierteeltproducten. Uit de verkenning blijkt dat er bij de consument weinig trekkkracht zit op duurzaamheid. Samen met plantengroothandel Waterdrinker en bloemisten in Nederland en Duitsland heeft SIGN een aanpak uitgewerkt. De positieve eigenschappen van planten staan daarbij centraal, duurzaamheid is een impliciete waarde. De conclusie: alle bloemisten waren positief over de koppeling tussen gezondheid en duurzaamheid. Van de ontwikkelde communicatiemiddelen scoorden de iPads met bewegend beeld het beste.

De doelstelling van het project was om marktbenaderingen te testen, die telers kunnen inzetten om een hogere prijs voor hun duurzaam geproduceerde bloemen en planten te krijgen. Uit het marktonderzoek blijkt dat kopers in zowel de zakelijke markt als de consument vaak verbaasd reageren op duurzaamheid als onderscheidende eigenschap. Hoezo? Zijn er dan ook niet-duurzame planten? Bij overheidsinstellingen is duurzaam inkopen weliswaar formeel beleid, maar er zijn er maar weinig instellingen die daar ook in de praktijk invulling aan geven. "Duurzaamheid" is geen sterke communicatieboodschap op zichzelf; daarom koos SIGN voor de combinatie met gezondheid en welbevinden.

Onder de noemer GreenNest is een concept ontwikkeld om de directe dialoog aan te gaan met de klant. Planten krijgen een profiel op basis van drie objectieve criteria. De criteria zijn:

- Hoe makkelijk is een plant in het onderhoud? (Easy)
- Is het een bewezen luchtreinigend plant? (Breathe)
- Draagt de plant bij aan betere luchtvochtigheid? (Humidify)

Een aantal planten scoort op geen enkele van de drie bovengenoemde aspecten goed; daarop is het label 'Relax' van toepassing.



Folder met uitleg propositie



De SIGN Plant Library plantenwand bevat een iPad met film die de profielen van de planten toont

## Aanpak

Voor zowel de groothandel als de bloemisten is een groene wand ingezet, voorzien van een automatisch systeem om de planten water te geven. Een groot verschil met bestaande groene wanden is dat deze 'Plant Library' speciaal is ontwikkeld om er eenvoudig planten in en uit te halen. Op die manier was de wand in te zetten als verkoopdisplay.

Samen met Waterdrinker selecteerde SIGN twaalf verschillende planten met een grote omzet, die bijdragen aan een beter leefklimaat in huis of kantoor. De planten waren Fair Flower, Fair Plants of MPS-A gecertificeerd. De communicatie middelen bestonden uit een korte film op een ipad, leaflets met het verhaal en plantstekers met het profiel voor de specifieke plant.

## Evaluatie

De bloemisten zijn unaniem in hun positieve beoordeling van de combinatie gezondheid & duurzaamheid. De bloemisten die duurzaamheid al meenemen in het verkoopgesprek vinden het ook makkelijker om gezondheid te koppelen. Zodra de groene wand op een prominente plek staat heeft de consument er meer aandacht voor. Betrokkenheid van de bloemist en de juiste plek van de Plant Library plantenwand zijn belangrijke randvoorwaarden. Dan fungeert het systeem als 'conversation piece' om het gesprek met de consument aan te gaan.



SIGN Plant Library plantenwand concept met ipad, folders en stekers

## Conclusies verkenning

- Gezondheid is een uitstekende waarde waarmee de vraag naar duurzame producten kan worden vergroot.
- Er was alleen een effect bij bloemisten meetbaar die zelf aandacht schenken aan duurzaamheid: hardware alleen is dus niet voldoende. Een persoonlijke benadering van de consument is nodig.
- Door gezondheid en duurzaamheidsaspecten in opleiding te integreren en in branche activiteiten ontstaat er ook bij de bloemisten en hun teams meer bewustwording. Zij zijn de ambassadeurs.
- De hardware (Plant Library plantenwand) moet robuster.
- De communicatiematerialen zijn positief gewaardeerd.
- Aansluiting bij een bestaand consumentenmerk kan nog meer aandacht genereren.
- Voor de zakelijke markt blijkt het opleidingsniveau van de gesprekspartner van belang: hoe hoger opgeleid, des te meer belangstelling voor duurzaamheid en gezondheid.
- Aansluiten bij Intogreen.

Wilt u de ontwikkelde communicatiemiddelen inzetten om zelf duurzaam geproduceerde planten in de markt te zetten? De materialen zijn beschikbaar voor telers die minimaal MPS-A of FFFP gecertificeerd zijn. SIGN ontwikkelt de Plant Library wand tot een stabiel systeem. Bij interesse kunt u contact opnemen met Peter Oei (p.t.oei@innonet.agro.nl).

## Colofon SIGNaal 24

SIGN, Postbus 51, 2665 ZH Bleiswijk  
[www.innovatieglastuinbouw.nl](http://www.innovatieglastuinbouw.nl)  
E: [sign@innovatieglastuinbouw.nl](mailto:sign@innovatieglastuinbouw.nl)

Programmadirecteur  
Peter Oei Tel. 06 515 42 882  
Programmamanager  
Dewi Hartkamp Tel. 010 800 84 06  
Vormgeving  
Meta Menkveld Ontwerp

SIGNaal gebruikt FSC-gecertificeerd papier.



Stichting Innovatie Glastuinbouw (SIGN) is een initiatief van LTO Glaskracht Nederland. SIGN heeft voor de uitvoering van haar werkprogramma een alliantie met InnovatieNetwerk. InnovatieNetwerk is een initiatief van het ministerie van Economische Zaken. De glastuinbouw investeert in SIGN via het Productschap Tuinbouw.

Productschap  Tuinbouw

De plantenwand werd ontwikkeld via:

De Innovatiemotor ondersteunt en stimuleert ondernemers in de Groenport Aalsmeer in het creëren van nieuwe business voor het sierteelstakker.

Kansen voor West

 Provincie Noord-Holland

Hier wordt geïnvesteerd in uw toekomst. Dit project wordt mede mogelijk gemaakt door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling van de Europese Unie en een bijdrage van de provincie Noord-Holland.