



Bloemist gooit verhaal achter de plant onvoldoende in de strijd

Telers en marketeers proberen hun planten interessanter te maken met een apart verhaal. Maar de doorsnee bloemist kent die verhalen nauwelijks. Op de winkelvloer komt de bloemist vaak niet verder dan het label of de hoes, of hij verwijst naar een website. Jammer, want juist het verhaal doet verkopen.

Tekst: Astrid Zoumpoulis-Verbraeken
Foto: Ferry Noordam

Je zou zeggen dat een goed verhaal bij een plant voor de bloemist een welkom verkoopinstrument is. Elke handreiking om de tanende verkoper om te buigen, is immers mooi meegenomen. Je krijgt het bovendien op een presenteerblaadje aangereikt: op labels, promotiemateriaal en in verwijzingen naar verhelderende websites. Toch gooit de bloemist de verhalen nog onvoldoende in de strijd. Dat ondervinden we op een zaterdag, winkelend bij verschillende bloemisten. Standaardvraag is: „Ik ben op zoek naar een plant voor mijn schoonmoeder. Ze is niet iemand voor zomaar een plant, ze wil er ook graag iets over weten. Bij al haar planten in de vensterbank heeft ze wel een verhaal. Kunt u me adviseren wat ik voor haar moet kopen?”

Superpopulair

Bij een echte dorpsbloemist zonder eigen uitstraling, tref ik een slordige plantenhoek. Mijn vraag verrast de jonge bloemiste. „Wat wil je dan precies weten?” „Nou ja, iets over de symboliek van de plant bijvoorbeeld of over de herkomst. Doet of heeft hij iets bijzonders, is hij bijvoorbeeld duurzaam geteeld?”

Genoeg inkoppers, maar de bloemiste weet zich nog altijd geen raad met de vraag. „Volgens mij hebben we dat op school alleen over snijbloemen geleerd, niet over planten. Pak gewoon een mooie plant en verzin er zelf iets bij. Of zoek straks thuis even op internet. Wat vind je van deze?” Ze komt met een phalaenopsis aan: „Dat is nou echt een superpopulaire plant.” Daarmee houdt het op. „Deze dan?” en ze pakt een grootbloemige cyclocaam. Heel mooi, maar weet ze er ook iets over te vertellen? Ik zie een label bungelen waarop de naam van de cultivar staat - Fleur en Vogue - en de naam van de kweker, maar de bloemiste negeert de aanwijzing. De plant wijkt af omdat de paarse bloemetjes hangen en niet overeind staan. Daardoor zie je ook de mooie witte kelk. De plant lijkt op een paraplu of een baljurk. Alleen dat zou al een leuk 'verhaal' zijn, maar de bloemiste 'luistert' niet naar de klant. Gemiste kans. Deze klant vertrekt zonder plant.

Rolls Royce

Bij een klein, romantisch ogend winkeltje, valt het op dat alle planten zijn ontdaan van etiketten en labels. Ze staan solo of als arrangement in mandjes, vazen en andere houders. De eigenares vraagt meteen of ze kan helpen. „Een plant waar iets over te vertellen valt. Hoe bedoel je dat?” vraagt ze. „Mijn schoonmoeder heeft bijvoorbeeld een luchtzuiverende plant, een fair trade-plant, noem maar op. Ik zoek iets in die richting”, help ik haar op weg. „Oh, luchtzuiverend, dat heb ik wel. Kijk, deze spathiphyllum is heel populair in kantoren vanwege het luchtzuiverende vermogen. Maar die heeft ze dus al.” Ik wijs naar een tillandsia op gel in glas, en vraag haar wat dat voor plant is. „Betrap! Ik heb geen idee.” In het VBN-codeboekje zoekt ze net zo lang tot ze bij de foto de naam Tillandsia Anita tegenkomt. Het boekje kent geen verhalen. Dan verdwijnt ze achter een laptop en leest even later voor van een website. „Die plant daar, de medinilla, noemen ze de Rolls Royce van de planten. Omdat hij zo bijzonder en exclusief is. Het is ook een koninklijke plant. Koning Boudewijn van België heeft ooit een afbeelding van de medinilla op een

Belgische franc biljet laten drukken. Een beetje een schoonmoeder moet dat op prijs stellen, toch?” Met hulp van de websites van telers, komen steeds meer verhalen tot leven.

Schoonmoedersstoel

In een drukke, stadse winkelstraat staat een kleine bloemenwinkel die eruitziet als een trendy bloemenkraam. Het is er een komen en gaan van 'snelle' klanten die zichzelf bedienen en bij de grote toonbank afrekenen. Een treuzelende consument valt hier op, dus de bloemist vraagt of hij kan helpen. Dit is iemand die het meteen snapt en de gelegenheid aangrijpt om een smeugig verkooppraatje te doen. „Een plant voor een nieuwsgierige schoonmoeder? Dat is nou jammer, nou heb ik net geen schoonmoedersstoel meer staan. Dat is een cactus die lijkt op een zetel met gemene stekels; ideaal voor venijnige schoonmoeders. Maar als je een goede relatie hebt met je schoonmoeder, heb ik ook een passende plant. Kijk, deze noemen we kindje-opmoeders-schoot.” De enthousiaste vakman laat een tolmiea zien en legt uit dat uit de basis van het blad - moeders schoot - nieuwe plantjes ontstaan, de kindjes. „Het is ook nog een hele makkelijke plant. Vooral in de winter heeft hij maar heel weinig water nodig.” Ik heb nu een plant met symboliek - nog net geen verhaal - en krijg er spontaan verzorgingstips bij. Inpakken dus maar.

Tropische winterplant

De volgende winkel is professioneel maar kil ingericht. Een wat ouder stel staat achter de toonbank, ze zien eruit als oude rotten in het vak. Niemand komt echter vragen of ik hulp nodig heb. Er wordt al geveegd en geruimd. Het is bijna weekend. Dan maar zelf vragen. De man denkt diep na en loopt dan naar een knalroze kerstster Princessia. „Het is eigenlijk heel bijzonder dat wij deze plant tot kerstster en winterplant hebben gebombardeerd, want het is een tropische plant die niks van kou en kerst wil weten. Onze kwekers moeten er dus heel veel moeite voor doen om de plant onder allerlei onnatuurlijke omstandigheden te laten bloeien in deze periode zodat wij er met kerst onze huizen mee kunnen opsieren.” Nog iets

anders misschien, zodat ik straks kan kiezen? Ik loop zelf al richting een enorme anthurium met een indrukwekkend label. 'd'Amour, 300 days flowering' schreeuwt de plant ons toe. Ben benieuwd naar het verhaal bij deze plant en sta pal ernaast stil. Maar ook deze man grijpt achter de anthurium naar een tolmiea. Dan is zijn fantasie en geduld op. „Kijk nog maar even rond.”

Lastige klant

De laatste winkel is een combinatie van woon- en bloemenwinkel en tuincentrum. Buiten staat een groot aanbod van winterharde buitenplanten, binnen overheersen klassieke pianomuziek, de geur van verse bloemen en kaarslicht. Een professionele bloembindster staat in een hoek boeketten te maken. De plantenafdeling is onbemand. Compacte sansevieria's staan kant-en-klaar in grote, grijze potten, saintpaulia's in zinken emmertjes. Veel planten staan in bedrukte cadeauhoezen met de namen van de plant, de kweker en de website, zoals de pottelies van kwekerij Van Schie en de Princettia's van Pliigt Professionals. Labels doen hetzelfde werk voor de planten zonder hoes, zoals die met de O₂-aanduiding op de minispathiphyllum Cupido van KP Holland. De bloembindster is bijna geïrriteerd dat ik haar achter de werkbank vandaan haal. „Lastige klant”, fluistert de stagiaire die me net afscheept haar toe. De vakvrouw pakt een paarsgespikkelde phalaenopsis met op het steeketiket alleen verzorgingstips in symbolen. „Wist je dat deze planten in de tropen niet zo, maar ondersteboven groeien aan bomen? Ze voeden zich aan de boomschors, vandaar dat we ze hier ook niet in potgrond maar in boomschors zetten. Een beetje liefhebber kan er steeds weer nieuwe bloemen in terug toveren. Oh, en ze leven van armoe. Zo weinig mogelijk water. Dat is weer lekker duurzaam, want we moeten zuinig zijn op ons water...”