Inspiratie

Als u de krant leest, radio luistert of televisie kijkt, weet u dat vele grote en kleine bedrijven u al zijn voorgegaan in het actiever communiceren met de omgeving; zie bijvoorbeeld de citaten hieronder en kijk naar reclamecampagnes. Maar kijk ook in de eigen vakmedia naar wat bedrijven al doen en waar met waardering over geschreven wordt. Vakmedia is echter preken voor eigen parochie, en we moeten juist naar buiten! Door deze houding en door externe communicatie ontvangen bedrijven waardering voor het feit dat ze er zijn, omdat ze als waardevol worden ervaren. In de wereld van mobiele telefoons en tablets wordt vooral benadrukt hoeveel aangenamer deze apparaten het leven maken. Beleving dus boven de techniek. De kunst voor u als bollenondernemer is dus om een goede beleving bij uw omgeving los te maken.

Samen doen

Benut vooral ook de kennis, creativiteit en eigen beleving van uw partners en medewerkers. Zij zijn uw ogen en oren in uw omgeving. En ook zijn zij de monden die het voor u, uw bedrijf en voor henzelf moeten uitdragen. Geen betere reclame dan mond-tot-mond reclame.

Citaat:

"Het gaat om erkenning wat een bepaalde industrie doet. Wat die bijdraagt aan de gemeenschap."

Marijn Dekkers, CEO farmacieconcern Bayer AG — NRC 27 juli 2013

Citaat:

"Moderne bedrijven moeten dienstbaar zijn aan de samenleving."

Richard Branson, Brits zakenman en oprichter bedrijf voor ruimtetoerisme — The Optimist, 29 juni 2013

Ondersteuning nodig?

De KAVB neemt u graag verder mee in dit proces van maatschappelijk ondernemen en helpt u bij het ontwikkelen van een aanpak voor uw bedrijf. Zo verzorgt de KAVB inleidingen voor studiegroepen; voor het maken van een afspraak kunt u contact opnemen via 0252 536950 of via KAVB@KAVB.nl. Ook zijn diverse informatiedocumenten en voorbeeldformulieren beschikbaar via www.KAVB.nl.

Kengetallen van de bloembollensector (afgeronde cijfers 2012)

Aantal bedrijven met bloembollenteelt		1.400
Werkgelegenheid (excl. uitzendkrachten)		19.700
Productieareaal		23.500 ha
Arealen hoofdgewassen	Tulp	10.000 ha
	Narcis	1.675 ha
	Hyacint	1.275 ha
	Lelie	3.450 ha
	Gladiool	685 ha
Productiewaarde bloembollen		570 mln €
Aantal bedrijven met handel/export		175
Werkgelegenheid (excl. uitzendkrachten)		1.705
Exportwaarde bloembollen		680 mln €
Top vijf exportlanden bloembollen	VS	110 mln €
	Duitsland	75 mln €
	Japan	50 mln €
	Engeland	46 mln €
	China	42 mln €
Productiewaarde bloemen uit bollen		600 mln €

KAVB

Postbus 175 • 2180 AD Hillegom
T 0252-536950 • F 0252-536951
kvk 40445975 • www.kavb.nl

Dit is een uitgave van de Koninklijke Algemeene Vereeniging voor Bloembollencultuur in het kader van de uitwerking van de visie 'Kompas op 2025, De maatschappelijke opdracht van de bloembollensector'. Dit project wordt mede gefinancierd door Colland.

Foto's: iBulb, PPO Lisse

Uw bedrijf en de omgeving

meerwaarde en waardering

daar draait het om!

U, uw omgeving en uw buren

Uw bedrijf staat in een omgeving, te midden van een landschap en met andere bebouwing en bewoners in de buurt. U teelt bloembollen op uw percelen en verwerkt deze op uw erf. Daarbij gebruikt u diverse machines, heeft u medewerkers en er komen leveranciers en afnemers bij u op bezoek. Het komen en gaan van mensen, machines en voertuigen wordt door uw omgeving waargenomen en kan leiden tot gevoelens van overlast. Ook de installaties die in uw bedrijfsgebouwen draaien, zoals bijvoorbeeld ventilatoren en koelaggregaten, of licht in de kassen kunnen door buren als storend worden ervaren. En de werkzaamheden op uw percelen zoals beregenen of het toepassen van mest en gewasbeschermingsmiddelen kunnen eveneens aanleiding zijn voor gevoelens van ongerustheid of ongenoegen.

Onbekend en onbemind

De ervaring leert dat onbekend onbemind maakt. Uw omgeving weet niet wat u doet, waarom u het doet en welke risico's zij lopen. Dat kan ertoe leiden dat zij u zeer kritisch volgen, zich negatief over u uitlaten, soms zelfs overgaan tot indienen van klachten en via media of politieke partijen aandacht vragen voor hun zorgen. Hoewel dit voor u erg vervelend is en omdat u dit kunt ervaren als inmenging in uw bedrijfsvoering gaat het er echter vaker om dat mensen op zoek zijn naar erkenning van hun zorgen en het wegnemen van de overlast die zij ervaren. En helaas, zelden wordt u daar door hen direct op aangesproken. Het is blijkbaar voor mensen een grote stap om contact met u te leggen en hun gevoelens kenbaar te maken.

U bent aan zet

Daarom denken wij dat het goed is dat u het initiatief neemt tot het zetten van een eerste stap. En dan niet alleen in gesprek gaat over de zorgen en klachten van uw omgeving, maar vooral ook uitlegt wat u en uw bedrijf bijdragen aan het wel en wee van de omgeving. Op de volgende pagina's vindt u daarvan een aantal voorbeelden en tips. Voor uw specifieke situatie kunt u dit natuurlijk aanvullen en verder specifiëren.

Uw bedrijf, uw trots

Uiteraard bent u trots op uw bedrijf. Mooie producten, up to date technieken, goed werkgever met medewerkers die ook met trots spreken over 'hun bedrijf'. U wilt uw bedrijf ook verder ontwikkelen en daarvoor heeft u medewerking nodig van uw omgeving. Die medewerking krijgt u als de omgeving u waardeert. Het volgende kan bijdragen om dat te bereiken.

Inkomen voor gezinnen

U verschaft werkgelegenheid in de regio en daarmee een inkomen voor de gezinnen van uw medewerkers. Ook uw leveranciers en afnemers 'liften' mee op uw activiteiten. Maak dit op een bescheiden maar duidelijke manier inzichtelijk zodat dit ook wordt beseft. Ook helpt het als u inzicht kunt geven in de bijdrage van de bloembollensector aan de economie van Nederland (zie de gegevens verderop in deze folder).

Zorg voor het landschap

Uw bloeiende bollenvelden zijn een genot voor het oog. Uw kale akkers, uw erf en bedrijfsgebouwen zijn dat echter vaak niet. Door zorg te besteden aan de 'groene aankleding' met bijvoorbeeld hagen en windsingels maar ook met opgeruimde erven en kleur van de gebouwen is vaak veel te verbeteren. Akkerranden met bloemenmengsels zijn aantrekkelijk en leveren bovendien een bijdrage aan de biodiversiteit. Als u verbeteringen aanbrengt, doe dat dan zodanig dat het wordt opgemerkt door uw omgeving.

Schone lucht, schoon water

Zorgvuldig spuiten en bemesten, voorkomen van overlast door stof of het nemen van maatregelen tegen het stuiven van kaal land dragen bij aan schone lucht en schoon water. Laat uw omgeving zien welke moderne technieken u gebruikt om dat te bereiken. Leg uit wat kantdoppen op uw spuit zijn, wat precisiebemesting is, hoe u stof afzuigt en opvangt. Praat over de investeringen die hiermee gemoeid zijn.

Energie en klimaat

Energie is een belangrijke kostenpost en daarom zoekt u permanent naar besparingen. Door daarin te investeren gebruikt u steeds minder fossiele brandstoffen. En daarmee veroorzaakt u minder uitstoot van CO_2 en draagt u bij aan klimaatdoelstellingen. Ook het recyclen van plantenresten en –afval tot bruikbare energie in de vorm van biobrandstoffen levert dergelijke bijdragen. Alleen dat alles heeft u waarschijnlijk nog nooit verteld.

Sponsoring

Veel verenigingen zoeken naar sponsoren of naar ruimte voor hun activiteiten. Misschien kloppen ze ook wel bij u aan, maar u zou het ook zelf actief kunnen benaderen. Bloembollen of bloemen voor een verenigingsveiling of verkoopactie, een advertentie in het verenigingsblad of het leveren van bloembollen voor een beplanting van een perk of rotonde zijn mogelijkheden die bijdragen aan bekendheid van uw bedrijf en die leiden tot maatschappelijke waardering.

Bescheidenheid

U als bloembollenondernemer bent in het algemeen bescheiden. U staat niet graag in de belangstelling bij competities voor de meest duurzame onderneming, voor de beste werkgever of voor de ondernemer van het jaar. Bij productshows daarentegen bent u wel graag de winnaar en komt u wel graag in het vakblad. Met de groeiende belangstelling en bemoeienis van de omgeving met uw bedrijf zult u zich echter ook aan die omgeving moeten laten zien en tonen dat u goed, nee beter nog, de beste bent! Stap dus uit uw bescheidenheid, teken in voor dergelijke competities en timmer meer aan de weg.

Uw boodschap

De boodschap die u over uw bedrijf wilt afgeven moet goed doordacht zijn. En consequent. En aantoonbaar juist. En allen die bij het bedrijf betrokken zijn als familielid of als medewerker moeten die boodschap kennen, zich eigen maken en ook uitdragen. Communicatie naar buiten wordt altijd voorafgegaan door interne communicatie!

Bespreek met partners en medewerkers wat uw sterke punten zijn en waar u de accenten wilt leggen in de communicatie. Kies twee of drie onderwerpen die in uw omgeving van betekenis zijn. Formuleer vervolgens wat u daar over wilt melden aan de omgeving en welke middelen u daarvoor wilt gebruiken. Denk aan een simpele website, een bedrijfsfolder, bedrijfskleding, advertenties, acties, open dagen, adoptie van schoolklassen, etc. etc. Vergeet niet een post in uw jaarbegroting op te nemen voor dit alles.

De ontvanger

Het lukraak strooien van boodschappen is, net als met hagel schieten, nogal ongericht en daarmee onvoorspelbaar qua uitkomst. Verstandig dus om na te denken met welke specifieke boodschap en op welke manier wie in de omgeving het beste benaderd kan worden om het grootste effect te bereiken. Voor directe buren kan een rondleiding erg goed werken, voor nieuwe medewerkers of seizoenskrachten kunnen advertenties, sponsoring van verenigingen en bedrijfskleding effectief zijn. De keuzemogelijkheden zijn legio. De juiste keuze is niet altijd makkelijk en het effect meten onmisbaar. Niet lukraak doen, maar planmatig aanpakken is het motto.

BOLLENSTREEK IN BEDRIJF

Agrarische bedrijven in de Bollenstreek openen hun deuren