

Terwijl de meeste goederen hun waarde snel verliezen, stijgt de waarde van groen met de dag



Onbekend maakt onbemind

Iedereen kent de werken van belangrijke en grote architecten, voetballers, modeontwerpers etc. Men volgt de laatste ontwikkelingen van de producten en diensten van auto-, kleding- en elektronicamerken en kent alle eigenschappen van de producten die aangeschaft worden. Men is op de hoogte van de prijs, de mogelijkheden en de materialen die gebruikt zijn voor het product, wat de laatste mode is en of die wel bij zijn levensstijl aansluit. Voor producten en diensten van grote namen en merken wordt goed geld betaald, om maar mee te doen aan de nieuwste trends.

Helaas zijn maar weinig mensen op de hoogte van de waarde van het groen in hun leefomgeving. Vraag maar eens aan uw klanten of ze de namen en de kenmerken van het groen om hen heen kennen. Weten ze wat voor bomen in hun straat staan, of wat de naam is van die mooie bloeiende struik waar ze dagelijks langs rijden, of welke waarden dit groen vertegenwoordigt? Deze groene waarden, zoals het leveren van zuurstof, schone lucht, vruchten, biodiversiteit en verkoeling, zijn onderdeel van ons dagelijks leven. Terwijl de meeste goederen hun waarde snel verliezen, stijgt de waarde van groen met de dag.

Als we deze unieke levende organismen beter bekijken, bestuderen en waarderen, zien we een schat aan prachtige eigenschappen naar

voren komen, levende organismen die ervoor zorgen dat de lucht gezuiverd wordt, een bepaalde sfeer en uitstraling aan de buitenruimte geven, zorgen voor aankleding en voor een groot deel bijdragen aan het gevoel bij een plek.

Vaak is de klant zich niet bewust van de meerwaarde van groen voor het individu, de samenleving en de toekomst. Daar ligt een belangrijke rol voor de overheid, samen met de hovenier. De hovenier is dé ambassadeur voor de leefomgeving, als plantenkenner en als expert op het gebied van klimaatadaptatie, die met enthousiasme vertelt over al deze waarden van groen. Zo groeit de interesse bij de klanten en willen ze hopelijk net zoveel te weten komen over groen als over de nieuwste versie

van de iPhone. Misschien staan ze nog eens in de rij voor een *Tilia europea* XL, bouwjaar 1921, ontwerper Dieu!

Nico Wissing

PS: Van Hall Larenstein en NL Greenlabel organiseren samen de cursus 'Ambassadeur leefbare stad'. De nieuwe ronde start op 11 september a.s.



Be social

Scan of ga naar:

www.vakbladdehovenier.nl/article/30290/onbekend-maakt-onbemind

Vaak is de klant zich niet bewust van de meerwaarde van groen voor het individu, de samenleving en de toekomst.