

De aanwezigheid van 250 volwassen bomen creëert een ongekend groene en inspirerende omgeving  
(Foto: FYX Agency)



# Kennisdeling en connectiviteit sleutelwoorden voor Meesters in de Tuin

‘We willen de zintuigen van de bezoeker aanzetten waardoor ze extra gemotiveerd die beursvloer op gaan’

Het initiatief om Meesters in de Tuin in 2016 voor het eerst te organiseren, werd eigenlijk uit nood geboren. Om zich met zijn bedrijf Trivium te profileren in het hogere segment van de tuinsector, was Niels in 't Veen op zoek naar een bijbehorende beurs. En vond deze niet. Inmiddels gaat dit evenement zijn negende editie in, met dit jaar weer meer groei in omvang en duur. De niche waar In 't Veen in sprong, bleek de kip met de gouden eieren, want tot op heden zijn de concurrenten in deze branche in nog geen velden of wegen te bekennen. ‘Hierin zijn wij, zeker in Europa, volstrekt uniek.’

Auteur: Fleur Dil



sfeer te brengen. We hebben geen gangpaden, geen tapijttegels en geen standaard aluminium standbouw. Alles staat organisch door elkaar, omringd door meer dan 250 volwassen bomen. Dit creëert een ongekend groene en inspirerende omgeving.' Een knap staaltje vakwerk dat uitsluitend mogelijk is door de locatie waar het evenement plaatsvindt: in de hallen van Boomkwekerij Ebben. 'Ebben zag de waarde van het evenement en stelde voor om de locatie te verplaatsen naar Cuijk. Dit heeft voordeel voor ons beiden. Wij brengen met dit evenement jaarlijks duizend hoveniers naar hun bedrijf. Ons biedt het de mogelijkheid om de beurs groen aan te kleden zonder enorme kosten. We hoeven hier de bomen alleen maar naar binnen te halen. Dat was in de Jaarbeurs

## 'Zo'n 85 procent van de exposanten uit 2016 staat er nu ook weer. Dat zegt wel wat'

De hoveniers, tuinarchitecten en zwembadbouwers in het hogere segment zijn over het algemeen weinig geïnteresseerd in de gangbare groene beurzen, is de ervaring van In 't Veen, initiatiefnemer en organisator van Meesters in de Tuin. 'Ze missen daar de innovaties en noviteiten waar ze eigenlijk naar op zoek zijn. Met dit event voorzien wij wel in deze behoefte en meer dan dat. Met licht, geluid, smaak en geur proberen we alle zintuigen van de bezoeker te prikkelen, waardoor ze extra gemotiveerd die beursvloer op gaan. We noemen het daarom ook bewust een event en geen beurs. Het is een ervaring waarbij bezoekers zich onderdompelen in een wereld vol inspiratie en innovatie.'

### 250 volwassen bomen

Dat het hier inderdaad niet over een standaard beurs gaat, blijkt wel uit de hele opzet. 'Het begint al bij de parkeerplaats, waar muziek je tegemoet komt om je meteen in een juiste

niet mogelijk geweest.' Ook de locatie bij Ebben vindt In 't Veen perfect, passend bij de doelgroep van dit evenement. 'Het is een unieke ervaring om in zo'n natuurlijke omgeving een beurs te organiseren.'

Nieuw is de uitbreiding van het event in omvang en duur. 'Dit jaar gaan we voor het eerst een driedaags event organiseren, met als vanouds de *grand opening* op de donderdagavond. Deze is oorspronkelijk bedoeld voor de zakelijke markt en zal in de kern niet veel anders zijn dan die van de voorgaande edities. Klanten kunnen weer rekenen op culinaire hapjes en drankjes met voldoende entertainment en een bomvol programma met workshops en kennissessies. Vorig jaar zijn we voor het eerst gestart met een tweedaags event, met een extra dag op de vrijdag voor consumenten. Deze consumentendag bleek een succes, dus dit jaar voegen we de zaterdag eraan toe.'

Voor het eerst wordt de derde hal van Ebben in zijn geheel betrokken bij het event. 'Hierdoor hebben we zo'n 25 plekken extra beschikbaar voor nieuwe ondernemers. We zijn op dit moment druk bezig met de marketing.' Dat ook deze plekken straks in oktober bezet zullen zijn, staat eigenlijk wel vast. 'We moeten vaak nee verkopen aan ondernemers. De animo is groot; zo'n 85 procent van de exposanten uit 2016 staat er nu ook weer. Dat zegt wel wat.'

### Silent disco en connectiviteit

Een van de belangrijkste pijlers van Meesters in de Tuin is kennisdeling. Vorig jaar introduceerden ze het concept van 'silent disco'-kennissessies, waarbij bezoekers met koptelefoons naar sprekers konden luisteren, gewoon op de beursvloer. 'Dit was een groot succes. Door de open opzet werden de kennissessies druk bezocht.' Dit concept zal ook dit jaar weer worden aangeboden, maar met een nog uitgebreider en diverser kennisaanbod. 'We willen diepgaande kennis delen, niet alleen over biodiversiteit en duurzaamheid, maar ook over marketing, financiën en ondernemerschap. We zijn nog volop in gesprek met de top uit het segment om hun expertise hier te komen delen.' Om ruimte te geven aan de kennissessies worden weer twee theaters gebouwd. Door sprekers en exposanten worden keynotes uitgedeeld om de kennisdeling nog diverser te maken. 'Maar we zijn ook bezig om ons online platform verder uit te breiden met nieuws, om de doelgroep jaarrond te blijven voorzien van



Niels in 't Veen: 'We willen diepgaande kennis delen, niet alleen over biodiversiteit en duurzaamheid, maar ook over marketing, financiën en ondernemerschap'



Meesters in de Tuin is van 10 tot en met 12 oktober 2024 te bezoeken bij Boomkwekerij Ebben in Cuijk. De kaartverkoop start, net als vorig jaar, deze zomer.

Foto: FYX Agency

## ‘Als je naar dit event komt, dan weet je zeker dat ieder poppetje dat hier rondloopt een potentiële klant is’

informatie over de laatste noviteiten en innovaties.’

Naast kennisdeling legt Meesters in de Tuin dit jaar extra nadruk op connectiviteit. ‘We merken dat hoveniers en andere ondernemers vaak eenlingen zijn die alles zelf willen doen. We willen deze groep ondersteunen door netwerkmomenten aan te bieden in de vorm van borrels. Zo proberen we de connectie tussen ondernemers te bevorderen, maar ook de connectie

tussen kennis en de ondernemer. Mijn ervaring is dat speeddatesessies voor deze groep niet werken. Die laat zich niet zo makkelijk sturen.’ Connecties leggen is essentieel in het voortbestaan van ondernemingen in de groene sector, vindt In 't Veen. ‘Ondernemingen uit dit segment werken vaak met onderaannemers bij het aanleggen van een tuin, voor verschillende specialisaties. Door deze connecties te gaan maken en de samenwerking met elkaar op te zoeken, los je ook deels het personeelsprobleem op.’

### Praktijkplein

Als tegenhanger van de kennissessies wordt dit jaar, ook voor het eerst, een praktijkplein geïntroduceerd waar bezoekers zelf aan de slag kunnen met producten en technieken. ‘We willen laten zien hoe innovaties in de praktijk kunnen worden toegepast. Voor de gemiddelde hovenier is het tempo waarop de ontwikkelingen nu plaatsvinden gewoon niet meer bij te houden. Een paar tegels met een hamer de grond in slaan is er niet meer bij. Producten als keramiektegels vragen echt om veel meer expertise. Hier kunnen ze leren hoe ze dat

moeten doen door te boren en te zagen en de producten te verwerken.’

Het succes van dit event wordt voor het overgrote deel bepaald door de niche waarin Meesters in de Tuin zich begeeft. ‘Als je naar dit event komt, dan weet je zeker dat ieder poppetje dat hier rondloopt een potentiële klant is. Dat is bij reguliere beurzen over het algemeen niet zo. Daar lopen misschien wel vijftien-duizend mensen rond. Zie daar maar eens je potentiële klanten tussen te vinden. Wij trekken zoveel bezoekers niet en dat is maar goed ook. Zo weet je elkaar veel beter te vinden. Dat is commercieel gezien misschien niet de meest rendabele manier, maar als ik bijvoorbeeld op kwaliteit zou inleveren om meer marge te maken, dan blijft die bezoeker op den duur ook weg.’



**BE SOCIAL**  
Scan, lees & deel!