Actieplan

Groen geteeld sierteelt product

Inleiding

Colofon

ACCEZ

GREENPORTS NEDERLAND

WAGENINGEN UNIVERSITY & RESEARCH

Horticulture Tomorrow

De Nederlandse sierteelt wil meer weerbaar en groen telen en gaat daarom meer natuurlijke middelen en biologische bestrijders inzetten in plaats van chemische gewasbeschermingsmiddelen. Dit sluit aan bij de wens vanuit de maatschappij. In de praktijk zijn er al mooie initiatieven gaande. Echter, meer weerbaar en groen telen kan gevolgen hebben voor het eindproduct in de zin van kwaliteit, fysiek uiterlijk en aanwezigheid van biologische bestrijders en resten. Wat betekent dat voor de acceptatie van dat duurzame product door handel en consument?

Deze vraag stond centraal tijdens Horticulture Tomorrow, waar ruim 30 experts zich hierover bogen. Het resultaat: een actieplan met vijf oplossingsrichtingen. Deze oplossingsrichtingen vereisen daadkracht van ondernemers, producenten, techniek- en serviceproviders en handelspartijen. Samen zetten we de schouders eronder om deze versnelling naar een duurzamer sierteeltproduct en de acceptatie daarvan te realiseren.

Rutger Lommerse, Helma Verberkt, Frits Jonk, Hessel van der Heide, namens de tafel Gezonde Plant van Greenports Nederland.

Horticulture Tomorrow

Inleiding

Het maatschappelijk debat rond het gebruik van chemische gewas-beschermingsmiddelen in de sierteelt wordt de laatste jaren steeds intenser en heeft zich vooral gericht op risico's voor volksgezondheid door emissies via lucht en grond- en oppervlaktewater. Zo zijn er gerechtelijke uitspraken waarin het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen in de lelieteelt context-afhankelijk is verboden. Recent hebben enkele gemeenten aangegeven geen boeketten meer weg te geven vanwege de discussie over gewas-beschermingsmiddelen in bloemen.

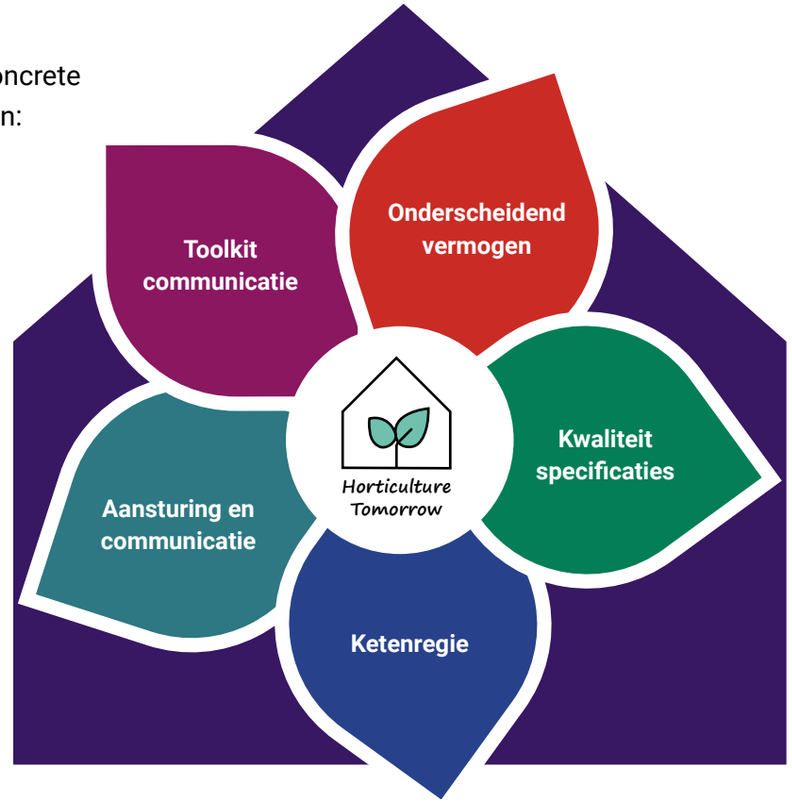
Daarbij is het ook een realiteit dat steeds minder chemische gewas-beschermingsmiddelen in de toekomst beschikbaar zijn door aangepaste wetgeving en omdat fabrikanten geen herbeoordelingen meer aanvragen.[1]

De plantaardige sector is zich al langer bewust van het belang van minder gebruik van chemische gewasbeschermingsmiddelen en heeft haar ambitie weergegeven in het visiedocument “Plantgezondheid: Kas als ecosysteem - Biologisch ecosysteem in de circulaire kas” (2022): Groenten, fruit, bloemen en planten uit de Nederlandse kassen worden in 2030 geteeld binnen een robuust en weerbaar ecosysteem, nagenoeg zonder residu op de producten en nagenoeg zonder emissie naar het milieu. In 2024 is de vijfde “Ambitie gewasbescherming in de sierteelt” getekend in de tuinbranche. Hierin geven tuincentra en handelspartijen aan dat zij verdere stappen zetten richting een groener en duurzamer aanbod van planten in tuincentra. In de praktijk zijn recent door de zogenaamde sierteeltversnellers 4 teeltgroepen van start gegaan met de ambitie om binnen 3 jaar zoveel mogelijk vrij van chemische gewasbeschermingsmiddelen te telen.[2]

In 2024 heeft de tafel Gezonde Plant van Greenports Nederland het initiatief genomen om een actieplan te maken gericht op vergroening van de sierteelt-sector. Daarvoor is de aanpak van Horticulture Tomorrow gebruikt, wat een samenwerking is van WUR en ACCEZ, ondersteund vanuit het instrument Kennis op Maat van TKI Tuinbouw & Uitgangsmateriaal. Dit document beschrijft het actieplan en nieuwe samenwerkingen die voort-kwamen uit het proces van drie interactieve bijeenkomsten met als doel de transitie naar een 'Groen geteeld sierteeltproduct' in de Nederlandse glastuinbouw te versnellen.

Actieplan

Het actieplan bestaat uit 5 concrete projectideeën om uit te voeren:



1 Toolkit communicatie

Beschrijving oplossing(en)

Hoe gaat de bloem/plant eruit zien indien geen gebruik meer wordt gemaakt van chemische gewasbeschermingsmiddelen en hoe kan daar een positieve meerwaarde aan worden verbonden?

Daartoe zal eerst eenduidigheid moeten ontstaan over wat de sector als Gezonde Plant ziet. Nu is dat nog een visueel gave bloem/plant zonder insectensporen. Als het bestrijdingsmiddelengebruik verder wordt terug-gedrongen, zal de definitie van een Gezonde Plant heel anders kunnen worden. Deze actielijn beoogt ontwikkeling van een zogenaamde 'Communicatie Toolkit' voor verschillende doelgroepen, zowel intern als extern. Met deze Communicatie Toolkit wil de sector zowel eindgebruikers, wederverkopers, handelsbedrijven als telers voorzien van de actuele informatie over Gezonde Planten uit Nederland. Naast algemene informatie over de consequenties met betrekking tot uiterlijke kenmerken van bloemen en planten zal de Communicatie Toolkit ook een roadmap bevatten voor telers en handelaren, waarin vragen worden beantwoord zoals: 'Wat mogen we de komende periode verwachten in relatie tot het thema Gezonde Plant? Hoe zit het met het uit-faseren van middelen en de consequenties hiervan?' Ook zullen kansen en risico's ten opzichte van de huidige situatie worden benoemd.

Beoogde Impact of effect

Het is van groot belang om diverse partijen (intern/extern) zo vroeg mogelijk te informeren over de consequenties (inclusief uiterlijk) van een groen geteelde bloem of plant in de nabije toekomst. De Communicatie Toolkit beoogt alle stakeholders zo vroegtijdig mogelijk voor te bereiden op de toekomstige veranderingen. Hierbij ligt de focus van deze Communicatie Toolkit in de eerste plaats op de vergroening en mogelijke veranderingen ten aanzien van het uiterlijk van sierteeltproducten.

Realisatie

De inhoud van de toolkit kan worden samengesteld en ontwikkeld met bijdragen vanuit de deelnemende partijen van Horticulture Tomorrow. Hiervoor zal onder andere verder bepaald moeten worden:

- Wat voor informatie moet er in komen?
- Wie heeft deze informatie?
- Welke vormen? Bijvoorbeeld een factsheet, website, podcast, opleidingen, etc.

Uitdagingen

Een uitdaging is onder meer de kosten van de ontwikkeling van de toolkit met bijbehorende acties en de financiering hiervan. Daarnaast ook de borging van de daadwerkelijke uitvoering.

Volgende stappen

1. De toolkit moet daadwerkelijk worden ontwikkeld.
2. Glastuinbouw Nederland (Hessel van der Heide) heeft aangegeven een coördinerende rol te willen vervullen. Hij trekt hierbij onder andere samen op met José van der Klauw (Dutch Flower Group) en andere geïnteresseerden.
3. Ambassadeurs opleiden om informatie te kunnen uitdragen richting verschillende partijen.

Call to action

Glastuinbouw Nederland heeft zich opgeworpen om dit organisatorisch te trekken. Dutch Flower Group heeft zich hierbij al aangesloten. Begin 2025 is een eerste online bijeenkomst belegd met een oproep van geïnteresseerden om zich hierbij aan te sluiten. Vanaf dat punt worden acties verder in gang gezet.

Doe mee!

Ben je geïnteresseerd en wil je bijdragen?
Neem dan contact op via communicatie@accez.nl of peter.ravensbergen@wur.nl.

Samen met ondernemers in primaire productie, toelevering, handel en dienstverlening in de glastuinbouwketen versnellen we de transitie naar een “groen geteeld sierteeltproduct”!

2 Onderscheidend vermogen

Beschrijving oplossing(en)

Op dit moment is zowel de markt als de consument nog niet bekend met 'Groen geteelde sierteeltproducten'. Dit komt omdat het onderscheidend vermogen van groen geteelde sierteelt-producten, dat wil zeggen met minder chemische gewasbeschermingsmiddelen, in de markt nog onzichtbaar is. De ambitie is via een classificatie 'Groen geteeld sierteeltproduct' zowel een gescheiden productstroom te realiseren evenals onderscheidend vermogen in de markt te verkrijgen door labeling van producten.

Hiertoe dient eerst een definitie en classificatieschema met basisrichtlijnen te worden ontwikkeld voor de teeltwijze, het productaanbod, en de handling in de keten. Vervolgens is het belangrijk dat productstromen worden gescheiden en bijpassende communicatie voor 'Groen geteeld product'.

Om in voldoende aanbod te voorzien, wordt een minimaal niveau van eisen gesteld voor gewasbescherming. Het minimale niveau kan worden gebaseerd op de door de Europese Unie vastgestelde Harmonized Risk Indicator (HRI)[3]: stoffen uit het laagste risicoprofiel groep 1, de Milieu Indicator Gewasbescherming (MIG),[4] via een nog te ontwikkelen protocol residu-onderzoek of een classificatie volgend op de FloriPEF.[5]

Beoogde Impact of effect

Ontwikkeling van een onbetwiste definitie en classificatieschema voor 'Groen geteeld product'. Eenduidige en gezamenlijke communicatie over het 'Groen geteeld product' voor een uniform beeld, beleving en herkenning bij telers, handelaren, wederverkopers en de consument.

Realisatie

Het realiseren van een eigen onderscheidend classificatieschema, dat gedragen wordt door de hele sierteeltsector, waarbij de ondernemers van het 'Groen geteeld product' de voortrekkersrol vervullen en de branche-organisaties beslissingen ondersteunen. In het classificatieschema van 'Groen geteeld product' is het belangrijk dat een koppeling wordt gemaakt aan de positieve keur codes van de aanvoervoorschriften van Royal FloraHolland of een aanvullend set van door stakeholders goedgekeurde certificatieschema's. Het schema dient ook aan te sluiten bij de Barometer Duurzame Bloemist, waardoor het 'Groen geteeld product' herkenbaar in de markt kan worden gepositioneerd en geprofileerd richting consumenten met passende communicatie. Doel is de consument mee te nemen in de transitie naar een duurzamer geteeld sierteeltproduct, mogelijk minder perfect en met de mogelijkheid dat 'er een beestje' in kan zitten.

Uitdagingen

Er is een generieke standaard nodig die geaccrediteerde schema's houvast moet bieden om het minimale basisniveau te garanderen. De HRI is beschikbaar, de MIG is nog niet geheel uitontwikkeld in een tool: deze is pas gereed in Q1 2026. Een alternatief scenario is geen gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, aan te tonen middels residuonderzoek. De set van geaccrediteerde certificatieschema's moeten beoordeeld worden op het minimumniveau van hun eisen, zodat er voldoende aanbod ontstaat om de supply-chain te vullen met groen geteelde sierteeltproducten.

Doe mee!

Ben je geïnteresseerd en wil je bijdragen?
Neem dan contact op via communicatie@accez.nl of peter.ravensbergen@wur.nl.

Samen met ondernemers in primaire productie, toelevering, handel en dienstverlening in de glastuinbouwketen versnellen we de transitie naar een “groen geteeld sierteeltproduct”!

Volgende stappen

1. Voorwaarden voor geloofwaardigheid 'Groen geteeld product' bij consumenten.
2. Mobiliseren en pilots opzetten van betrokken ondernemers 'Groen geteeld product':
   - Gecertificeerde telers die voldoen aan het basisniveau.
   - Geselecteerde bloemisten en tuincentra.
3. Commitment van brancheorganisaties en
4. Financiering en communicatie opstarten via Bloemen Bureau Holland.

Call to action

- Telers en handel gebundeld via Royal FloraHolland en VGB.
- Laatste schakel:
  - Tuincentra; Tuinbranche Nederland.
  - Barometer Duurzame Bloemist (SMK).

3 Kwaliteitspecificaties

Beschrijving oplossing(en)

Om duurzaam geteelde producten die ook afwijkend zijn van de oude norm een kans van slagen te geven, is het nodig dat de huidige kwaliteits-specificaties en klasseringen worden herijkt op basis van nieuwe normen, passend bij de wens van de consument van duurzaam geteelde producten.

Beoogde Impact of effect

Het probleem van acceptatie van een afwijkend product (maar duurzaam geteeld) ligt zeker niet alleen bij de consument, maar ook bij acceptatie in de handelsketen en bij de keuring van het product. Door de huidige keurings-normen komen momenteel producten met te veel vlekjes (laat staan beest-jes) bij een keuring in een lagere kwaliteitscategorie en ontvangen veelal een lagere prijs. Dit is historisch zo ontstaan, vanuit ooit geldende normen en waarden, aannames van wat de consument wil (B2C), en misschien ook vanuit de wens van de handel (B2B). Denk hierbij bijvoorbeeld aan de vorm van een chrysantentak waarbij de steellengte van de bloemetjes gelijk moet zijn.

Realisatie

Keuringsnormen moeten worden geëvalueerd waarbij 'duurzaam geteeld' ook een criterium is, bijvoorbeeld:

- Producten geteeld met een milieubelasting gewasbescherming boven een bepaalde waarde vallen automatisch in een lagere categorie.
- Producten met residuen van niet toegelaten middelen moeten worden vernietigd.

Niet alleen negatieve maar ook positieve keuropmerkingen moeten mogelijk zijn (in aanvulling op wat er nu al is).

Uitdagingen

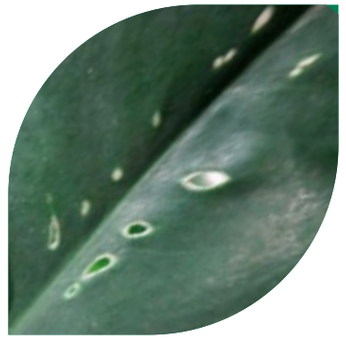
- Hoe kan een goede afweging gemaakt worden; wat is wel en wat is niet acceptabel? Wanneer is een vlekje of beestje niet te vermijden – dus dan niet in een lagere categorie?
- Zijn er (tijdelijke) uitzonderingen op de regels mogelijk en hoe ziet dat er dan uit?
- Hoe definieer je duurzaam geproduceerd product en gaat dat werken als dat een andere beoordeling krijgt?
- Er moet een goed verhaal meegegeven worden met het afwijkende product anders blijft het alsnog liggen in de winkel.
- Past het wel bij het kloksysteem?

Volgende stappen

1. Eerst een verkenning in samenwerking met Royal FloraHolland.
2. Gesprek met veilingmeesters en andere stakeholders die dit probleem zien en willen veranderen.
3. Bredere discussie en opstellen nieuwe normen.

Call to action

Voorstel: Royal FloraHolland in samenwerking met stakeholders.



Doe mee!

Ben je geïnteresseerd en wil je bijdragen?
Neem dan contact op via communicatie@accez.nl of peter.ravensbergen@wur.nl.

Samen met ondernemers in primaire productie, toelevering, handel en dienstverlening in de glastuinbouwketen versnellen we de transitie naar een “groen geteeld sierteeltproduct”!

4 Ketenregie

Beschrijving oplossing(en)

Het streven naar 'Groen geteeld product' voor sierteeltproducten brengt uitdagingen in de ketenregie met zich mee. De consument moet verleid worden om het 'Groen geteeld product' te kopen en er daarbij van uit kunnen gaan dat het product dat geleverd wordt aan deze eisen voldoet. Het systeem dient zo georganiseerd te worden dat het telers en ketenpartners motiveert om de stappen naar een groene teelt te zetten. Daarbij geeft transparantie de consument het vertrouwen om het product te kopen. Echter, de wereld is niet zo zwart-wit: vanuit transitie naar biologisch leren we dat de productstatus van het product belangrijk is in een periode van overschakeling. Wat is de status van een product als toch curatief behandeld moet worden en welke wettelijk toegestane middelen mogen gebruikt worden, zodat residuen van gewasbeschermingsmiddelen zo laag mogelijk zijn? Ook hier is transparantie met onderbouwing noodzakelijk. Productverlies door niet ingrijpen, om de ambitie van groen telen te verwezenlijken, wordt vanuit zowel financieel, duurzaamheid en als ethisch oogpunt als niet wenselijk gezien. Hoe in deze omstandigheden te handelen? Uitzonderingsregels of tijdelijke ontheffing onder voorwaarden lijken nodig om tot een goed georganiseerde keten te komen. Geaccepteerde voorbeelden uit andere sectoren kunnen hier uitkomst bieden. Bijvoorbeeld de Europese Commissie, die vrije-uitloopeieren ook tijdens een ophokplicht als vrije-uitloopeieren kwalificeert.

Beoogde Impact of effect

Een beoogde impact is het creëren van ketenregie, leidend tot enerzijds een voor de consument herkenbaar en betrouwbaar 'Groen geteeld product' in het schap, en anderzijds een instrumentarium voor ketenpartijen om groene producten te telen en te vermarkten. Daarbij worden eventuele financiële risico's geborgd, mocht toch besloten worden tot inzet van chemische gewasbeschermingsmiddelen of mocht een andere oplossing nodig zijn.

Realisatie

Ketenregie moet gaan leiden tot haalbare beloften die retailers aan hun consumenten doen. Retailers zoeken naar vormen waarin zij richting consumenten kunnen communiceren dat hun aanbod bestaat uit 'Groen geteeld product'. De manier waarop dit wordt gedaan, heeft implicaties voor de keten. Als je de transitie wil stimuleren moet je de lat hoog leggen – dus eigenlijk chemievrij[6] – en dat belonen. Anders is er onvoldoende prikkel om daar uiteindelijk uit te komen. Tegelijkertijd moet de weg ernaartoe ook open blijven, eventueel met een kleinere beloning. Wordt gesteld dat een product te allen tijden vrij is van chemie, dan stelt dit zeer hoge eisen. Als slechts een percentage wordt vastgesteld, dan is dat een minder krachtig signaal, maar biedt het wel meer vrijheid om eventuele ziekten of plagen alsnog chemisch te bestrijden. Zo blijft de productie behouden en hoeft er geen alternatieve bestemming voor gezocht te worden. In dat geval gaat het om transparantie en een onderbouwing van waarom alsnog chemie ingezet is

Daarnaast zal ook het aanbod mogelijk een transformatie moeten ondergaan. Nu wordt het product vaak aangeboden in de visueel meest optimale staat, om de hoogste verkoop te generen tegen de maximale prijs. Het zou echter anders aangeboden kunnen worden, waarbij bepaalde visuele aspecten op het moment van verkoop niet optimaal zijn of anders gepresenteerd moeten worden. Dit maakt het mogelijk om 'Groen geteeld Product' in het assortiment op te nemen.

Doe mee!

Ben je geïnteresseerd en wil je bijdragen?
Neem dan contact op via communicatie@accez.nl of peter.ravensbergen@wur.nl.

Samen met ondernemers in primaire productie, toelevering, handel en dienstverlening in de glastuinbouwketen versnellen we de transitie naar een “groen geteeld sierteeltproduct”!

Uitdagingen

- Teeltkundige kennis en kunde inzake het telen van 'Groen geteeld product'.
- Prijsvorming, kostenverdeling en risico in de keten.
- Gezamenlijke definiëring in de keten van 'Groen geteeld product'.
- Schapmanagement/retailmanagement en Consumentenperceptie/ Consumentengedrag.
- Standaardisering oplossingen en ontwikkelen alternatieve afzetkanalen.

Volgende stappen

1 Gedeelde sense of urgency en ontwikkelcasus.
2 Uniforme ketenafspraken.
3 Heldere certificering/labelling.

Call to action

Ketenpartijen in gezamenlijkheid: toeleveranciers, georganiseerde tuin-centra/inkooporganisaties, tuinders en handelsorganisaties. Ondersteuning vanuit brancheorganisaties zou mogelijk zijn.

Specifiek zijn tijdens Horticulture Tomorrow partijen zoals Van Iperen, Arie Bouwman Tuinplanten, Intratuin en Tuinbranche Nederland naar voren gekomen, als zijnde al actief op dit onderdeel.

5 Aansturing en communicatie

Beschrijving oplossing(en)

Er moet een partij of groep initiatiefnemers zijn die stappen richting stakeholder coördineert om dit actieplan, afgeleid uit de uitkomsten van Horticulture Tomorrow, verder in de sierteeltketen te initiëren en te coördineren. Een recent gevormd kernteam,[7] – bestaande uit Bloemenbureau Holland, Glastuinbouw Nederland en Royal FloraHolland – kan dit zijn. Dit kernteam is opgericht om met een gezamenlijke communicatieaanpak voortaan met één stem namens de sierteeltsector te spreken en te presenteren.

Beoogde Impact of effect

Het gaat erom de acties uit het actieplan te realiseren. Daar is een regierol bij nodig, om per actie een ownership bij een of meerdere stakeholders te beleggen, omdat anders het gevaar bestaat dat er niets gebeurt.

Realisatie

Het kernteam coördineert zelf of initieert een werkgroep die de taak heeft het actieplan te coördineren. Daarbij gaat het om het identificeren van partijen in de sierteeltketen die de verantwoordelijkheid nemen per actie en daarmee het 'Groen geteeld product' in de markt gaan positioneren. De werkgroep betrekt de partijen voor commitment, eventueel te formaliseren in een Manifest 'Groen geteeld product' met ondertekening.

Uitdagingen

- Het enthousiasmeren en mobiliseren van partijen om verantwoordelijkheid op te pakken en zich te committeren aan een actie.
- Het voorkomen van concurrentie tussen de initiatiefnemers en zo het gezamenlijk doel voor ogen houden om een duurzamere sierteelt op te zetten.

Volgende stappen:

1. In gesprek gaan met het kernteam voor opvolging van dit initiatief en het oppakken van de regierol.
2. Informeren van deelnemers van Horticulture Tomorrow over het verloop van het proces en de opvolging van het proces.
3. Officieel aanbieden van het actieplan om aandacht te genereren voor de inspanningen van de sector.

Call to action

Het kernteam – bestaande uit Bloemenbureau Holland, Glastuinbouw Nederland en Royal FloraHolland.

Doe mee!

Ben je geïnteresseerd en wil je bijdragen?
Neem dan contact op via communicatie@accez.nl of peter.ravensbergen@wur.nl.

Samen met ondernemers in primaire productie, toelevering, handel en dienstverlening in de glastuinbouwketen versnellen we de transitie naar een “groen geteeld sierteeltproduct”!

Eindnoten

1 https://research.wur.nl/en/publications
future-pathways-towards-sustainable-crop-protection-in-greenhouse

2 100% Groen Geteeld: een ambitieus project bij Botany | ZON

3 Harmonised Risk Indicator (HRI) in Nederland | Publicatie | Rijksoverheid.nl

4 Bedrijfsleven en de overheid zetten schouders onder het operationaliseren van de Milieu- Indicator Gewasbescherming (MIG): Glastuinbouw Nederland

5 Developing Product Environmental Footprint Category Rules for floriculture – WUR

6 Definitie Chemievrije teelt (uit Route & kansenkaart chemie-vrije teelt, komt in Q1 2025 uit):
Chemievrije teelt (afgeleid van het IBMA voor biologische controle):
1 Macrobials en microbials
2 Natuurlijke stoffen en semiochemicals.
waarbij:
- Stoffen uit de natuur die schadelijk zijn, niet in chemievrije teelt passen
- EU-wetgeving hierbij leidend is (dus wel: Low Risk Pesticides).

7 https://www.bloemenbureauholland.nl/artikel/
een-eenduidige-stem-voor-de-sierteelt

Colofon

Horticulture Tomorrow als initiatief
Veel glastuinbouwondernemers geloven dat versnelling mogelijk is door meer actie, samenwerking en het benutten van eigen kracht. Er is een behoefte om experts uit de glastuinbouw samen te brengen om kennis te delen, verbindingen te leggen en visie te ontwikkelen voor thema's die spelen in de sector, voor en door de sector. Dit is de kern van de aanpak van Horticulture Tomorrow, gestart in 2022 met het vraagstuk: 'Hoe kan de concurrentiepositie en innovatiekracht van het internationale Controlled Environment Agriculture-cluster en haar in Nederland gevestigde leden behouden worden?' Deze whitepaper van de uitkomst is aan de tafel Internationalisering van Greenports Nederland aangeboden.

In 2024 nam een groep ondernemers en coöperaties uit de sector (samen met ACCEZ) – de Coalition of the Willing – zelf het initiatief om de energietransitie in de glastuinbouw te versnellen. Het actieplan dat gemaakt is, bestaat uit 4 concrete projectideeën om mee aan de slag te gaan.

Initiatiefnemers
Rutger Lommerse (Greenports Nederland), Helma Verberkt (Artemis), Frits Jonk (Royal FloraHolland) en Kyra Broeders/Hessel van der Heide (Glastuinbouw Nederland).

Projectteam
Peter Ravensbergen (voorzitter, WUR), Gerben Splinter (secretaris, WUR), Coert Bregman (WUR), Ellen Beerling (WUR) en Coen Hubers (ACCEZ).

Leden expertgroep
Arne van Aalst (Koppert), Niels van den Berg (Montisplant), Martien Borst (Bovebo Chrysanten), Dirk Bouman (Arie Bouman Tuinplanten), Eric de Bruin (Intratuin), Henk van Daalen (Glastuinbouw Nederland), Johan Debrabandere (GRS Groen), Jelle Ehrenhard (Fleurop), Mark Heemskerk (VBW), Hessel van der Heide (Glastuinbouw Nederland), Geert op 't Hof (Biologische Sierteelt Nederland), Megan James (Tuinbranche Nederland), Thomas Kern (Royal Brinkman), Josephine Klapwijk-Van Dijk (Royal FloraHolland Consumentenonderzoek), Frits Jonk (Royal FloraHolland), José van der Klauw (Van Dijk Flora), Piet Kuivenhoven (Sierteeltversnellers/ Kuivenhoven), Manuela van Leeuwen (Plantum, Dümmen Orange), Alex Leinenga (Plantum, Florensis), Woody Maijers (InHolland/Greenport West-Holland), Ewoud Meeuwissen (Addenda Groep), Jan Opschoor (Van Iperen), Frans Paas (Royal FloraHolland), Leonie Schoonhoven (Ranzijn), Edwin Smit (Total Crop Care), Jeroen van Splunter (Floral Trade Group), Joost van der Starre (Van der Starre Klimplanten), Matthijs Timmermans (Arie Bouman Tuinplanten), Danny van Uffelen (Sierteeltversnellers/Zentoo), Jojanneke Vellekoop (FM Group), Iris de Waal (Dutch Flower Group), Anne van der Wal (Bloemenbureau Holland), Elise Wieringa (Intratuin).

Het project is gefinancierd door Kennis op Maat van de TKI Tuinbouw & Uitgangsmaterialen en door ACCEZ. Dit project ontvangt financiële steun vanuit de Kennis- en Innovatieagenda Landbouw, Water, Voedsel. Binnen de KIA werken bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid samen aan innovaties voor veilig en gezond voedsel en een groene leefomgeving voor 9 miljard mensen in een veerkrachtige wereld.

Vormgeving
Wageningen University & Research, Communication Services.

Fotografie
Peter Ravensbergen (cover, p. 02, 04, 08, 10),
Royal FloraHolland (p. 01, 05, 07).